

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ОМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**V МАНЯКИНСКИЕ ЧТЕНИЯ:
«ОПЫТ, ДОСТИЖЕНИЯ,
ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВЛИ И ЭКОНОМИКИ»
посвящается 55-летию со дня рождения Омского института
(филиала) и 300-летию города Омска**

Материалы Международной научно-практической конференции
ученых, практиков, аспирантов, магистрантов, студентов
4 апреля 2016 года

**ОМСК
2016**

УДК 339
ББК 65.42
О– 62

«V Манякинские чтения: «Опыт, достижения, перспективы торговли и экономики»: материалы международной практической конференции – Омск: – 348 с.

В сборник вошли материалы юбилейной V Международной научно-практической конференции «Манякинские чтения», на которой были вскрыты проблемы социально-экономического развития регионов, торговли и управления, определены достижения и перспективы торговой отрасли и менеджмента, поднята тема об экономическом потенциале и его эффективном использовании в условиях кризиса.

В издании представлены научные исследования ученых России, стран ближнего зарубежья – Казахстана и Кыргызстана.

Материалы рекомендуются для специалистов в области социально-гуманитарных, экономических отраслей гражданского общества, правоведов, правозащитников, экономистов, студентов, преподавателей.

Ответственность за содержание материалов, достоверность статистической информации, точность изложения фактов и цитат несут авторы статей.

Печатается по решению Программного комитета Международной научно-практической конференции «V Манякинские чтения: «Опыт, достижения, перспективы торговли и экономики», посвященной 55-летию со дня рождения Омского института (филиала) и 300-летию города Омска.

ISBN 978-5-9906652-5-5

© Омский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

***Уважаемые участники научно-практической конференции
«Опыт, достижения, перспективы торговли и экономики»!***

От имени Правительства Омской области и от себя лично позвольте поприветствовать вас и пожелать плодотворной работы.

Правительство Омской области высоко ценит вклад Омского института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» в формирование научно-образовательного потенциала Омской области в течение 55 лет.

Омский институт, созданный в 1958 году как учебно-консультативный пункт, сегодня представляет собой современный образовательный комплекс в сфере экономики, торговли и менеджмента, научно-методическое обеспечение и преподавательские кадры которого соответствуют высоким требованиям, предъявляемым со стороны общества, личности и государства.

Научно-исследовательская деятельность Омского института неразрывно связана с основными положениями Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2025 года, в том числе с вопросами кластерного развития.

Уверена, что конференция станет площадкой, где ученые, в том числе и иностранные, продемонстрируют свои достижения широкому кругу общественности, и будет способствовать практической реализации научных идей.

Желаю всем участникам конструктивного диалога, деловых контактов и высоких научных достижений!

Т.А. Вижевитова,
заместитель Председателя
Правительства Омской области

Уважаемые участники научно-практической конференции «Опыт, достижения, перспективы торговли и экономики»!

От имени Министерства образования Омской области позвольте поприветствовать вас и пожелать эффективной работы.

Ставшая уже традиционной научно-практическая конференция, в этом году проходит в канун значительного юбилея Омского института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

55 лет – это знаменательная дата, время подведения итогов и составления планов на будущее.

В Омском институте сформирован высококвалифицированный профессорско-преподавательский состав, создана современная материально-техническая база, действуют творческие экспериментальные площадки и лаборатории, занимающиеся проектно-ориентированными прикладными исследованиями для предприятий Омской области.

Уверен, что в рамках конференции студенты, преподаватели и молодые ученые продемонстрируют результаты интеллектуальной и творческой деятельности, произойдет обмен мнениями и состоятся интересные научные дискуссии.

Желаю всем участникам продолжать научные исследования в торговой и экономической сферах и последовательно и успешно внедрять в практику на благо экономики Омской области.

С.Н. Канунников,
министр образования
Омской области

Уважаемые коллеги, студенты, партнеры, друзья!



Я рад поздравить вас с замечательным событием – 55-летием Омского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, славного своими выпускниками и сотрудниками, преподавателями и студентами. В человеческом измерении 55 лет – это жизнь поколения, и мы счастливы, что люди, стоявшие у истоков института, до сих пор с нами.

Институт воспитал и выпустил в жизнь много талантливых руководителей и высококвалифицированных специалистов, которыми гордится Омск. Это достойный вклад коллектива в развитие города, 300-летие которого омичи отметят летом этого года.

Несмотря на трудности становления первых лет, сложился коллектив, добившийся качественного преобразования учебно-консультационного пункта в полноценное высшее учебное учреждение, возродивший вуз «из пепла» перемен в 90-е, доказавший свою профессиональную состоятельность в двухтысячных, достигший успехов и побед в своем деле.

Благодаря ежегодно проводимым международным конференциям, сотрудничеству с вузами и исследовательскими коллективами Чехии, Германии, Польши, Черногории, Казахстана, Киргизии вуз хорошо известен за рубежом.

В год своего юбилея мы вновь стоим перед выбором «быть или не быть». Желаю коллективу стойко преодолеть новое испытание, пусть «дорогу осилит идущий», а юбилейные V Манякинские чтения станут доказательством высокого мастерства и профессионализма, достигнутого за 55 лет неустанного труда.

Искренне желаю всем участникам конференции удачи в достижении цели, пусть их усилия в деле преобразования своих стран и регионов получают поддержку государственных и административных структур, пусть образование и наука из услуги вновь станет реальной силой эффективного развития общества.

С.Е. Метелев,
д.э.н., профессор,
директор Омского института (филиала)
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Уважаемые друзья-товарищи, дорогие омичи!

В этом году вы будете праздновать два больших юбилея: 55 лет со дня создания вашего Института и 300 лет существования города Омска. Пользуюсь случаем, как ваш многолетний друг и партнер, поздравить всех вас с этими знаменательными датами и пожелать всем счастья, деловых и личных успехов!

С 2010 года мне была предоставлена особая честь сотрудничать с вашим Институтом. С охотой принял предложение и надеюсь, что до сих пор наше сотрудничество развивалось на двусторонней взаимовыгодной основе. Результаты этого сотрудничества очевидны: в библиотеках черногорских школ, вузов и научных организаций находятся и пользуются спросом монографии ваших выдающихся профессоров и специалистов, которые изданы черногорскими вузами-издателями.

Ваши традиционные международные научные конференции посещали наши профессора и студенты, ваши профессора приезжали в Черногорию для укрепления сотрудничества.

Надеюсь, что развитие начатого будущие поколения углубят и укрепят!

Накануне этих больших юбилеев хочется искренне поблагодарить, что с вашей помощью превосходно было восстановлено сотрудничество с черногорскими вузами!

Чего вам пожелать? – только одного – достижения успехов во всех делах, в личной и в деловой жизни.

Пусть перед вами раскроются радостные мгновения, веселые и удачные лета.

Пусть в вашем Институте и в ваших домах чаще случаются праздники.

Пусть наши деловые и дружеские отношения впредь также процветают – вы можете рассчитывать на нас!

Пусть опыт, мудрость и профессионализм помогут вам достичь новых высот, и пусть вас не оставит оптимизм!

Желаю вам:

Сил безмерных, идей необыкновенных, энергии, удачных проектов!

Честь и уважение иметь всегда и, конечно, –

ПРЕКРАСНОГО ЧУВСТВА ЛЮБВИ!!..

Чтоб близких людей всегда берегли!

За вас шампанского я подниму бокал,

Да чтоб не угасал успеха вашего накал!

От всего сердца и с любовью желает всем вам

Ваш друг и сотрудник

ВЛАДО Ашанин,

3 марта 2016 года

Подгорица. ЧЕРНОГОРИЯ

Поштована господо!



Имао сам велику част и задовољство да се неколика пута нађем у делегацији Црне Горе, која је по вашем позиву, била гост вашег Института на годишњим међународним научним конференцијама. То је била прилика да се упознам са високим степеном вашег професионализма, добром организацијом посла и изнад свега са вашом незаборавном простосрдечношћу и гостопримством.

И поред неких релативно добрих резултата ваше сарадње са високошколским институцијама у Црној Гори, остаје жал што те сарадње није било у већој мјери! Надам се да ће будућа времена и генерације које долазе схватити потребу за интензивнијом и научном и сваком другом сарадњом.

Јубилеји које обиљежавате у овој години нека вам буду прилика за консолидацију снага, које ће ићи у сусрет новим радним побједама и успјесима.

Честитајући вам наступајући јубилеј – 55 година од установљења вашег Института желим свакоме од вас личну и породичну срећу и завидне пословне успјехе и резултате.

*С поштовањем
Драго Чантрић,
Посланик у Парламенту Црне Горе
Март, 2016 г. Подгорица, Црна Гора*

СОДЕРЖАНИЕ**СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ
КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ**

Винокурова А.А., Филоненко Л.А. СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПОНЯТИЙ.....	12
Гончарова О.В. ОМСКОЕ ПРИИРТЫШЬЕ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОСВОЕНИЕ РЕГИОНА И ИСТОРИЯ ОХОТНИЧЬЕГО ПРОМЫСЛА.....	16
Ефимова С.В. ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ В Г. ОМСКЕ: ЭКСКУРС В ПРОШЛОЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	19
Жигунова М.А. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ.....	28
Завадская В.В. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВУЗА КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЕГО УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	31
Левочкина Н.А. КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ КАК ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПО «ПОЛЕТ»).....	40
Лизунов В.В., Черепанова И.В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ. ОТРАСЛЕВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ	43
Литвищенко К.С. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ.....	53
Мжельская О.К. КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В РЕКЛАМЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ)	57
Огрызков В.Е., Денисов Д.П. ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОГРАММ-СИМУЛЯТОРОВ ЗВЕЗДНОГО НЕБА	61
Свиридова Е.А. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ ЗА РУБЕЖОМ: ОПЫТ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ.....	63
Трусова В.П., Первых Т.Н., Ефремов О.В. ПЛАТНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	68
Тынаева Н.Т. МЕХАНИЗМ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ НОРМ МЕЖДУНАРОДНОГО ГУМАНИТАРНОГО ПРАВА В НАЦИОНАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО	73
Шамис В.А. ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	78

**СЕКЦИЯ 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ**

Авдейчикова Е.В. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ.....	83
Гончаренко Л.Н. ТОРГОВАЯ КАЛЬКУЛЯЦИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	88

Демченко Л.И., Валиев Р.Ф. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ	91
Романова А.Н. ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ЗАМЕНЕ ТОВАРА	98
Егоров В.Г. АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ–ПОСТАВЩИК НА РЫНКЕ B2B	102
Елкин С.Е. ТАМОЖЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВРЕМЕННОЕ ХРАНЕНИЕ ТОВАРОВ: НОРМАТИВНЫЙ АСПЕКТ	106
Захарова Ж.Ж. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕКТОРА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗЛИЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ ОБОРОТА ТОРГОВЛИ	110
Нурпейис Г.С. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	114
Романова А.Н. ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ЗАМЕНЕ ТОВАРА	117
Рысбекова С.Т., Рысбеков Т.З., Шинтимирова Б.Г. ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ С ПРИГРАНИЧНЫМИ ОБЛАСТЯМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	121
Сапронова Л.М. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В ЛОГИСТИКЕ	128
Табаторович А.Н. ПРОБЛЕМЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ УРОВНЕЙ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ	133
Татаринова Т.В. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ КЛАССА ЛЮКС В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД: АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА НА 2016-2019 гг.	140
Турсуналиева Д.М. РАЗВИТИЕ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ В ЕАЭС.....	145
Червонных М.И. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ЗАПАДНОЙ СИБИРИ	148
Шалин В.В. ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК.....	151

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Алимханова Р.К. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ	155
Алымсеитова Б.К. ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ СВЯЗИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ИХ ИЗМЕНЕНИЯ В СВЯЗИ СО ВСТУПЛЕНИЕМ РЕСПУБЛИКИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ	161
Баетова Д.Р., Дмитренко Е.А. КАЧЕСТВО ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ КАК ИНДИКАТОР БЮДЖЕТНЫХ РИСКОВ	165
Безбородова Т.М. МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД.....	170
Бекниязова Г.И. ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	176

СОДЕРЖАНИЕ

Варавва М.Ю. НЕОБХОДИМОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ ВИРТУАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ	180
Галушкина Е.А. ТИПОЛОГИЗАЦИЯ СТРАН СНГ ПО УРОВНЮ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО СТАРЕНИЯ	184
Дороболук Т.Б. О РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ОМСКА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ ПРОБЛЕМ ЗА 2013–2015 ГОДЫ.....	192
Кольке Г.И. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	196
Кулекова Ч.Б. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	199
Курьяков И.А. ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ НАЦИИ В ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ.....	203
Ларионов Ю.С., Ларионова О.А. ЗАКОН ПЛОДОРОДИЯ ПОЧВ ИЛИ НОВАЯ ПАРАДИГМА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	207
Лунева Е.А. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВЫХ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА	214
Макенова С.К., Иванова М.Е., Магуин К.С. АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	217
Макенова С.К., Семенова К.А., Деев Ф.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ИПОТЕЧНОГО РЫНКА ОМСКОГО РЕГИОНА	221
Метелев С.Е. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	224
Метелев К.А. ЕДИНЫЙ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	229
Полещенко К.Н. РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТИПА В ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	239
Сатиева А.Т., Орозалиева А.С. НАЛОГИ – КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	243
Сейил Д.Т. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В РАМКАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА.....	247
Серёгина М.А., Филиппова Т.А. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ В КРУТИНСКОМ РАЙОНЕ.....	251
Сурамбаева А.Т. ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ СЕКТОР КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	256
Тимофеев Е.И. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА.....	259
Фомина Т.Ю. ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНОВ	261

**СЕКЦИЯ 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ – ПРОБЛЕМЫ
И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ**

Епанчинцев В.Ю. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ	264
Жанузакова С.К. РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	266
Зими́на К.В., Филоненко Л.А. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА	271
Ибраев А.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	276
Иевлева А.А. МОНИТОРИНГ ФАКТОРОВ И ИНДИКАТОРОВ КРЕДИТНОГО РИСКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	279
Калайтан Н.А. ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ	284
Калинина Н.М. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДОЛОГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО КОНТРОЛЛИНГА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ	287
Койлубаев М.А. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ПОРТФЕЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	289
Колущинская О.Ю., Воловиков Б.П. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТОВ	294
Кузьмина О.Е. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	297
Муфтиева Г.Х., Бакиева Г.Р., Мухаметзянова А.О. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЦЕЙ	302
Незаметдинова Э.В., Зиязова Р.Р. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	308
Сарварова В.Ф., Доманина Е.В., Пилипенко А.В. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ПРИМЕНЯЕМАЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	312
Сатиева А.Т. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ	317
Серебренников А.Н. СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	321
Стрик Л.А. МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПЛАНИРОВАНИЯ СУДОХОДНОЙ КОМПАНИИ	324
Тумаров Х.И. МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С НЕЗАКОННЫМ ОБОРОТОМ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ И ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ, ИХ АНАЛОГОВ И ПРЕКУРСОРОВ	327
Шамис В.А., Курьяков И.А. СТРЕСС-МЕНЕДЖМЕНТ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ	333
Якубенко Е.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТА РЕКЛАМЫ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ	337
Орлянский Е.А. «АНТИМАРКЕТИНГ» ИЛИ ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	434

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПОНЯТИЙ

Винокурова А.А.,
магистрант

Филоненко Л.А.,
доцент, к.п.н., Филиал ФГОУ ВО
«Омский государственный педагогический университет» в г. Таре

В работе исследованы основы ипотечного кредитования и пути его применения. Даны основные понятия, происхождение и развитие института залога.

We have studied the basics of mortgage lending and the way of its application. Given the basic concepts, the origin and development of the Institute pledge

Слово «ипотека» впервые было употреблено в законодательстве Солона в VI в. до н. э. и обозначало столб, который ставился на земле имения, где отмечались долги собственника земли [4, с. 136; 9, с. 6]. С развитием товарно-денежных отношений слово «ипотека» приобрело иное значение. В некоторых источниках дается однотипное определение термину ипотека.

Стоит различить понятия «ипотека», «ипотечный кредит» и «ипотечное кредитование».

Г. Н. Белоглазова дала следующее определение: «Ипотека» – это одна из форм имущественного обеспечения обязательства должника, при которой недвижимое имущество остается в собственности последнего, а кредитор в случае невыполнения должником своего обязательства приобретает право на получение удовлетворения за счет реализации данного имущества [3, с. 136].

В учебнике «Финансы, денежное обращение и кредит» под ред. М.В. Романовского ипотека определяется как разновидность залога, когда ссуда выдается под залог земли и недвижимого имущества [12, с. 340].

А.В. Афонина говорит о том, что ипотека представляет собой вид залога, при котором заложенное имущество (им являются объекты недвижимости, как правило это земля и строения на ней) остается во владении залогодателя до наступления срока платежа [1, с. 9-10].

Л.Ю. Грудцина и М.Н. Козлова определили, что ипотека представляет собой залог недвижимости для обеспечения денежного требования кредитора-залогодержателя к должнику (залогодателю) [5, с. 10].

Ипотека (от греч. *hypothēke* – залог, заклад), по мнению Т.М. Костериной, – это залог недвижимости (земли, основных фондов, зданий, жилья) с целью получения ссуды [8, с. 35].

По мнению М.Ю. Барщевского, ипотека – вид залога, где предметом выступает недвижимое имущество, а залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет преимущественное право на удовлетворение своих денежных требований к должнику из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны – залогодателя [2, с. 415].

Проведем сравнительный анализ подходов различных авторов к определению термина «ипотечный кредит».

Ипотечный кредит, по мнению Белоглазовой Г.Н., – это кредит, обеспеченный залогом недвижимого имущества [4, с. 136].

Л.Ю. Грудцина и М.Н. Козлова говорят, что ипотечный кредит – это кредит, обеспеченный определенной недвижимой собственностью [5, с. 12].

Ипотечный кредит, по мнению И.А. Разумовой, – это кредит, обязательство, возвращение которого обеспечено залогом недвижимого имущества (ипотекой) [9, с. 13].

Е.П. Жарковская дала следующее определение, ипотечный кредит – денежные средства, предоставляемые банком клиенту займы под залог недвижимости [6, с. 279].

По мнению О.Ю. Свиридова, ипотечный кредит – кредит, выдаваемый на приобретение или строительство жилья, либо покупку земли [10, с. 233].

Аналогичным образом сравниваем определения «ипотечное кредитование».

И.А. Разумова определил ипотечное кредитование, как целостный механизм реализации отношений, возникающих по поводу выдачи, продажи и обслуживания ипотечных кредитов [9, с. 13].

По мнению Л.Ю. Грудциной, М.Н. Козловой ипотечное кредитование – это предоставление кредита под залог недвижимого имущества [5, с. 12].

Таким образом, можно сделать вывод, что ипотека – это залог недвижимого имущества, как обеспечения денежного обязательства заемщика перед кредитором, при этом заемщик продолжает владеть заложенным имуществом. Под ипотечным кредитом понимаются те денежные средства, которые были предоставлены кредитором заемщику под залог недвижимого имущества. Всю систему отношений по поводу ипотеки и ипотечного кредита можно определить как ипотечное кредитование.

Согласно Федеральному закону Российской Федерации «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16 июля 1998 года под закладной понимаются ценная бумага, обеспеченная ипотекой и устанавливающая права залогодержателя по договору об ипотеке [11].

Основными субъектами системы ипотечного кредитования являются:

1. Заёмщик (залогодатель) – лицо, берущее заём и предоставляющее своё имущество в залог;
2. Кредитор (залогодержатель) – лицо, дающее заём под залог имущества (чаще всего банк);
3. Посредник – лицо, занимающееся продажей закладных, тем самым привлекая средства в сферу жилищного кредитования для выдачи будущих кредитов;
4. Инвестор – лицо, занимающееся покупкой закладных, обеспечивая при этом надежность своих вкладов.

Объектом системы ипотечного кредитования являются правоотношения, возникающие между субъектами по поводу оформления и купли-продажи закладной.

В свою очередь ипотечный кредит имеет свою классификацию. Можно выделить несколько видов ипотечного кредита в зависимости от различных признаков [7, с. 11-12; 9, с. 14-16].

По объекту недвижимости:

- Земельные участки;
- Здания и сооружения, используемые в предпринимательстве;
- Жилые дома, квартиры;
- Воздушные и морские суда, космические объекты, незавершенное строительство;
- Дачи, гаражи.

По возможности досрочного погашения:

- с правом досрочного погашения;
- без права досрочного погашения;
- с правом досрочного погашения при условии выплаты штрафа.

По срокам кредитования:

- краткосрочный;
- среднесрочный;
- долгосрочный.

По виду заёмщиков:

- владельцу;
- застройщику будущему.

По виду кредитора:

- небанковский;
- банковский.

По виду процентной ставки:

- с переменной ставкой;
- с фиксированной ставкой.

По способу амортизации долга:

- с постоянными выплатами;
- с переменными выплатами;
- с единовременным погашением.

По целям кредитования:

- для основного проживания;
- для сезонного проживания.

Предметом договора об ипотеке является недвижимое имущество. В Федеральном законе Российской Федерации «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16 июля 1998 года указано, что может быть заложено следующее недвижимое имущество [11]:

1. Земельные участки, за исключением земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, части земельного участка, площадь которой меньше минимального размера, установленного нормативными актами субъектов Российской Федерации и нормативными актами органов местного самоуправления для земель различного целевого назначения и разрешенного использования;

2. Предприятия, а также здания, сооружения и иное недвижимое имущество, используемое в предпринимательской деятельности;

3. Жилые дома, квартиры и части жилых домов и квартир, состоящие из одной или нескольких изолированных комнат;

4. Дачи, садовые дома, гаражи и другие строения потребительского назначения;

5. Воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания и космические объекты.

На рынке ипотечного капитала обеспечиваются различные виды взаимоотношений в системе ипотечного кредитования. «Рынок ипотечного капитала – это часть финансового рынка, на котором перераспределяются заемный капитал, обеспеченный залогом недвижимости» [9, с. 53]. Рынок ипотечного капитала имеет двухуровневую структуру [5, 7, 9]:

– Первичный рынок ипотечного капитала – охватывает отношения кредиторов и заемщиков по поводу оформления ипотеки;

– Вторичный рынок ипотечного капитала – охватывает отношения кредиторов и инвесторов по поводу купли-продажи закладных.

Система ипотечного кредитования в каждой стране исторически складывалась по-разному и поэтому имеет свои отличительные особенности. Выделяются две основные модели ипотечного кредитования [5, 7, 9]: классическая американская и немецкая.

Классическая (двухуровневая) американская модель характеризуется тем, что на первом этапе происходит выдача банком кредита под залог недвижимого имущества. Так как ипотека выдается на длительный срок, кредитор уменьшает свои активы, и поэтому продает закладные специализированной организации, которая выпускает ценные бумаги – облигации, обеспеченные закладными.

В немецкой (одноуровневой) модели ценные бумаги, которые обеспечены и выданным кредитом, и заложенной недвижимостью, выпускает сам кредитор.

К основным особенностям ипотеки И.А. Разумова [9, с. 12] отнесла следующие:

- ипотека – способ обеспечения кредитного обязательства;
- в качестве предмета ипотеки выступает недвижимое имущество;

- недвижимость остается во владении заемщика;
- оформление закладной, как договора об ипотеке;
- возможность получения дополнительной ипотеки;
- получение кредитором недвижимости при неисполнении заемщиком обязательства.

По мнению Т. Н. Костериной [8, с. 35–36], особенности ипотечного кредитования состоят в следующем:

- ипотека – залог имущества, связанного с землей (земельный участок или объекты недвижимости);
- долгосрочность ипотеки;
- заложенное имущество остается во владении должника;
- может быть заложено только имущество, принадлежащее залогодателю;
- договор ипотеки – закладная, оформляется на основе залогового права;
- развитие ипотечного кредитования зависит от развития рынка недвижимости.

Таким образом, можно выделить основные наиболее значимые особенности ипотечного кредитования, такие как:

1. Ипотека осуществляется под залог недвижимого имущества;
2. Недвижимое имущество, заложенное по ипотеке, остается у владельца;
3. Оформление закладной как договора о залоге недвижимости.

Библиографический список:

1. Афолина А. В. Ипотека: Как правильно оформить? Как просчитать все риски? – М.: Эксмо, 2011. – 160 с.
2. Барщевский М. Ю. Пенсии, льготы, недвижимость, наследование, проблемы ЖКХ. Полный юридический справочник – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 608 с.
3. Белоглазова Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров Белоглазовой. – М.: Юрайт, 2012. – 432 с.
4. Белоглазова Г. Н. Деньги. Кредит. Банки: Учебник. – М.: Высшее образование, 2009. – 392 с.
5. Грудцына Л. Ю., Козлова М. Н. Ипотека. Кредит. Комментарий жилищного законодательства – М.: Эксмо, 2006. – 368 с.
6. Жарковская Е. П. Банковское дело: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2004. – 440 с.
7. Ипотечное кредитование: теория и практика / Под общ.ред. В. Н. Киданова. – М.: Издательский дом «Финансы и Кредит», 2007. – 168 с.
8. Костерина Т.М. Кредитная политика и кредитные риски – М.: МФПА, 2005. – 104 с.
9. Разумова И. А. Ипотечное кредитование: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
10. Свиридов О. Ю. Финансы, денежное обращение, кредит. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 288 с.
11. Федеральный закон Российской Федерации от 16 июля 1998 года № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)»
12. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской. – М.: Юрайт-Издат, 2006. – 543 с.
13. Завгородняя Т.В. Ипотечное кредитование (на примере ОАО АКБ «Росбанк» Омский филиал) / Учебное пособие – Омск: Издатель Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2010. – 80 с.

ОМСКОЕ ПРИИРТЫШЬЕ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОСВОЕНИЕ РЕГИОНА И ИСТОРИЯ ОХОТНИЧЬЕГО ПРОМЫСЛА

Гончарова О.В.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье приведены экономические показатели охотничьего промысла Омского Прииртышья. Результаты исследования могут иметь место в русле реализации стратегии развития Сибири и осуществлении мероприятий по сохранению и рациональному использованию охотничье-промысловых ресурсов Западной Сибири в системе охраны окружающей природной среды.

Ключевые слова: охотничий промысел, история охотничьего промысла, заготовка шкур, пушнина

Историческое название «Сибирь» принадлежит юго-западной ее части, где изначально располагалось Сибирское ханство Кучума, которое и завоевал Ермак [4].

Особенностью развития западно-сибирских округов в прошлом было возникновение промыслов. Как отмечает В.И. Сергеев, в первую очередь, это было связано с развитием пушного промысла [9]. Интерес к пушно-меховому рынку всегда связан с экономическим положением в стране. Пушнина на протяжении многих веков была одним из основных сибирских товаров. Из механизмов, регулирующих пушной рынок на протяжении столетий, важны: 1) использование пушнины как средства расчетов; 2) заинтересованность государства в доходе с пушного промысла: прибыль от налогов с оптовой и частной торговли мехами, дань (с каждого ясачного человека в Тюменском уезде был установлен оклад в 6 лисиц и 20 белок); 3) фактор государственной торговли для обеспечения экономической безопасности; 4) сохранение натуральности хозяйства вплоть до XX века; 5) покупательная способность населения; 6) влияние климатического фактора на необходимость приобретения меховых изделий; 7) мода как совокупность форм культуры, характерных для определенного общества, периода времени и зависящая от изменений в политике, бытовой сфере, промышленности, а также от социального положения. Мех в народе ранжировали по званиям: «Попу – куницу, дьякону – лисицу, пономарю горюну – сераго зайку, а просвирье хлопущке – заячьи ушки».

Процессы перераспределения пушнины и пушно-меховых изделий, прямого и косвенного контроля за этим процессом носят характер регулирования отношений и нормализации ситуации при перераспределении ресурсов и товаров.

Большую выгоду промысел пушного зверя в Западной Сибири до конца XVII века приносил от добычи соболей, которые отличались массовостью распространения в местах «государевой златокладницы» и прекрасным качеством меха. Эта пушнина пользовалась почти неограниченным рыночным спросом. В XVII–XIX веках после перепромысла соболя промысловый, а следовательно, и рыночный акцент сместился на несоболиную пушнину. При сокращении количества всех видов примерно на 15 % удельный вес соболей пушнины снизился в общей стоимости с 47,4 до 40,1 %, а удельный вес лисей поднялся с 30,5 до 42,2 %. Произошли изменения и в натуральном составе ясака. Первое место заняли лисьи, беличьи меха, оттеснив ценные соболя на второе.

Плотность заготовок шкур лисицы в первой половине XVII века была очень низкая – до 5 экз. на 1000 кв. км, во второй половине XVII века низкая и очень низкая – от 0 до 10 экз. на 1000 кв. км.

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

В XX веке плотность заготовок шкур лисицы стала очень низкой – от 0 до 5 экз. на 1000 кв. км в начале (1920–1930-е) и конце века (1980–1990-е).

В 20-е годы XX века это было связано с прохождением шкур через частных скупщиков и слабым государственным контролем, а в 80–90-е годы прежде всего с преобладанием в охоте спортивного, а не промыслового, интереса и оседанием шкур у населения.

В середине века (1940–1950-е) мы наблюдаем как среднюю (11–15 экз.), так и (1960–1970-е) низкую плотность заготовок (6–10 экз. на 1000 кв. км). Снижение заготовок в 60–70-е годы связано с тем, что до 1963 года охота велась круглый год и только с 1963 года было разрешено охотиться с 1 ноября по 1 марта. Также сокращение заготовок лисицы произошло из-за уменьшения населения этого зверя в связи с эпизоотиями бешенства, наблюдавшимися на протяжении 60–80-х годов.

Проанализировав показатели плотности заготовок шкур интересующего нас зверя, мы пришли к выводу, что на протяжении XVII и XX веков, за исключением 40–50-х годов, численность заготовок шкур данного хищника не изменялась, оставшись очень низкой (0–5 экз. на 1000 кв. км) в 20–30-х, 80–90-х годах или низкой (6–10 экз. на 1000 кв. км) в 60–70-х годах. Сравнивая 40–50-е годы XVII и XX веков, наблюдаем увеличение заготовок шкур зверя от очень низкой плотности (0–5 экз. на 1000 кв. км) до средней (11–15 экз. на 1000 кв. км), т. е. в 3 раза.

По данным, основанным на сравнительном анализе плотности заготовок шкур хищника на территории Тарского уезда с учетом изъятия шкур при охотничьем промысле, показатели численности зверя оставались неизменными на протяжении двух веков: предпромысловая численность составляла 12,5 (20–30-е, 80–90-е годы), 25 экз. (60–70-е), а послепромысловая – 3,75 (в начале веков) и 7,5 экз. на 1000 кв. км (в конце веков). Для двадцатилетия 40–50-х годов характерно увеличение численности лисиц в 3 раза: с 12,5 (XVII век) до 37,5 экз. (XX век).

В итоге, в XVII веке на уровне стабильной очень низкой плотности населения лисицы (12,5 экз.) произошел небольшой скачок численности в 60–70-е годы (25 экз.). В XX веке заметный рост численности лисицы до 40–50-х годов сменяется постепенным сокращением на протяжении четырех десятилетий до исходной численности 20–30-х годов.

Увеличение численности зверя в процессе экономического освоения Омского Прииртышья связано с тем, что лисица, являясь убиквистом, легко приспосабливается к распространению человека в Сибири и его хозяйственной деятельности (вырубка лесов, распашка полей, строительство птичников и т.д.), обитая вблизи человеческого жилища.

Сведений о пушном промысле XVIII–XIX веков меньше по сравнению с многочисленными источниками XVII века. Как следовало из отчета по Управлению Западной Сибири за 1834 год, «звериный» промысел был одним из важных предметов внутренней и заграничной торговли в Сибири. Оценку численности основных видов животных в XIX веке можно составить на основе добычи промысловой пушнины и сдачи ее государству, так как учеты численности животных не проводились. Вплоть до 1827 г. на территории Западной Сибири определяющими являлись указы 1763 г., устанавливающие подати государству с инородцев, то есть коренных и местных жителей. В первой половине XIX века согласно Большой ревизии 1763 г. продолжали составляться ведомости, в которых указывалось, какие роды должны платить подати государству и чем. Каждый род или улус в зависимости от количества людей, способных к работам и промыслам, по общим занимаемым местам в отношении к разным родам промышленности, по согласию родоначальников, обложен был или определенным видом зверя, раз и навсегда оцененным в 1763 году. К окладным зверям относились соболи, лисицы, бобры, белки, выдры, песцы, волки. В случае малого количества зверей в округе разрешалось подать государству платить или просто деньгами, или и тем, и другим совместно. Инородцы перестали уплачивать подати окладными зверями, чаще заменяя их на других животных или на деньги. Разрешение заменять окладные шкурки зверей деньгами свидетельствовало об утрате пушным промыслом своего значения. [3]

Основным крупнейшим центром пушной торговли на протяжении XVII–XIX веков была Москва. Там концентрировалось и оседало до 40 % ввозимой пушнины со всей Евразии. Там же сырье и перерабатывалось. В составе вывозимой из столицы пушнины большой удельный вес

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

занимали обработанные меха и меховые изделия. В Сибири в XVIII–XIX веках потреблялось пушнины больше, чем в XVII веке, и в первую очередь за счет выделанных мехов, привозимых из европейской части России [1, 5, 6].

Согласно § 331 Устава об управлении инородцев от 22 июля 1822 г. (здесь и далее по материалам ГАОО) цены на пушнину «для обыкновенной рухляди: как-то соболя, белки, красной лисицы, волков и проч. Гражданские Губернаторы ... с утверждения Местного Главного управления определяют благовременно на каждые три года постоянную среднюю цену...».

Оплата податей инородцами в денежном эквиваленте вместо окладных зверей, низкое качество пушно-мехового товара, ввоз готовых изделий означало превращение пушного промысла в первой половине XIX века в мелкотоварное производство. Большое влияние на разнообразие ресурсов Северной Евразии оказывали влияние не только погодные условия, но и демографические аспекты (увеличение количества охотников), расхождение местных и утвержденных в 1763 г. цен. По таможенному законодательству, существовавшему с XVII века, таможенные пошлины взимались «с продажи» любых товаров [7]. Покупатели освобождались от уплаты таможенных пошлин, за исключением случаев, когда «продавцов, у кого они те соболи и мягкую рухлядь купили, не объявят или скажут, что те соболи и рухлядь купили врозь и продавцов сказать не упомянут» [8]. Причина этого заключалась в том, что Российское государство предполагало подчинить добычу пушнины своему контролю, а таможенники брали пошлину с покупателей, приобретших товар «по юртам, и по зимовьям, и по лесам», чтобы не искать продавцов. В случаях, если пошлину платили сами продавцы, пушнина продавалась в установленном для торгового места – пункте сбора пошлин. С 1822 года в России был введен строго запретительный таможенный тариф, который в отношении пушнины определялся в 10 руб. с фунта (1 фунт = 0,41 кг), что развило контрабанду [10]. Поэтому промышленники воздерживались от реализации добытой пушнины, ожидая повышения цен или сбывая ее агентам пушно-торговых фирм. Следовательно, пушнины добывалось больше, чем было указано в официальных отчетах [11]. Величина же таможенной оценки любого сорта меха зависела от полноты, мягкости, «мелковитости», пушистости и окраски шерсти.

В Тобольской губернии в 1830-х гг. в стоимостном выражении наиболее высокие местные цены на горностаевую пушнину были характерны для Тобольского округа – 0,22 руб., а минимальные (0,13 руб.) – для Тарского округа; наиболее высоко были оценены беличьи шкурки следующих категорий: обская (0,28–0,35 руб.) и кондинская (0,27–0,35 руб.), в Тюменском – ценилась иртышская (0,22–0,26), в Тарском – обская (0,24–0,27), в Туринском – единственная пельмская (0,22–0,26 руб.); на рысьи меха наивысшая цена была в Тюменском округе (10,00 руб.), в Туринском округе цена была меньше в 1,8 раз (5,60 руб.); на заячью пушнину цены выросли примерно в 13 раз по сравнению с 1703 г., составив 0,18 (Тобольский округ) – 0,20 руб. (Тюменский, Туринский).

Согласно Ведомости для утверждения в Совете Главного Управления Западной Сибири цен на звериные шкуры на трехлетие с 1833 по 1836 год по Тобольской губернии в Тарском округе Тобольской губернии в 1830–1833 гг. наиболее ценились шкуры лисиц сиводушек и белодушек с целыми лапами и хвостом соответственно 12,50 и 8,50 руб. Менее ценными считались шкуры лисиц без всех лап в Тарском округе соответственно 10,00 и 6,80 руб.

Так как продажа мягкой рухляди на тобольском рынке первой половины XIX века сопровождалась ухудшением ее качества, то это удлиняло сроки закупки пушнины почти втрое и привело к сокращению общего стоимостного баланса тобольского пушно-мехового рынка в Северной Евразии.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что в поисках пушнины, благодаря пушному промыслу и пушной торговле, Россия стала обладательницей необозримых территорий, над которыми сохранила контроль и после того, как пушной промысел потерял свое исключительное значение для экономики государства. За исключением Аляски, остальная территория пушного промысла по-прежнему оставалась российской, даже когда эти земли потеряли прежнюю коммерческую ценность. [2]

Библиографический список:

1. Вилков О.Н. Ремесло и торговля Западной Сибири в XVII веке. – М.: Наука, 1967. – 323 с.
2. Гончарова О.В. История пушного промысла, пушной торговли // Управление мегаполисом. – 2014. – №6(42). – С. 126–131
3. Гончарова О.В., Сидоров Г.Н. Роль государства в регулировании общероссийского пушного рынка в XIX–XX веках // Естественные науки и экология: Ежегодник. – Вып. 9. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2005. – С. 37-43.
4. Калужский М.Л., Сараев А.Р. Экономика Западной Сибири: Омская область. – В 4-х чч. – Ч. 1. Экономика Омской области: Учеб. пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 260 с.
5. Кириков С.В. Промысловые животные, природная среда и человек. – М.: Наука, 1966. – 366 с.
6. Павлов П.Н. Пушной промысел в Сибири XVII в. – Красноярск: Красноярский рабочий, 1972. – 410 с.
7. ПСЗ, т. I, № 107; т. III, № 1474, 1564
8. ПСЗ, т. III, № 1474
9. Сергеев В.И. Освоение городов Западной Сибири (до середины XVII в.). – Автореф. дисс.... канд. ист. наук. – М., 1962. – С. 23.
10. Соловьев Д.К. Основы охотоведения. – Ч. 4. Охотничье население и его быт. Охотничьи законы и управление охотой. Экономика охоты. – М.: Новая деревня, 1926. – 903 с.
11. Степанов А.П. Енисейская губерния. – Ч. 1. – СПб., 1835. – С. 207–208.

ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ В Г. ОМСКЕ: ЭКСКУРС В ПРОШЛОЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ефимова С. В.,

доцент кафедры гуманитарных, естественнонаучных и правовых дисциплин Омского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В рамках глобальной тенденции по расширению общества потребления активное развитие получает отрасль общественного питания, в западном варианте – ресторанного дела. Исследования этого явления лежат в плоскости технологий, гигиены, экологии и маркетинга, однако потребителем является человек с индивидуальными, социальными, национальными предпочтениями, но ни в социологическом, ни в историческом, ни в культурологическом и философском аспекте данная проблема серьезно не разрабатывалась. Автор намечает возможные направления исследований, связанных с Омским регионом.

Ключевые слова: общественное питание, ресторанное дело, типы заведений, ресторан, столовая, социальный идеал.

FOOD SERVICES OMSK : EXCURSION INTO THE PAST , AND RESEARCH PERSPECTIVES

Efimova Svetlana,

*Assistant Professor, the Humanities, Science and Legal Disciplines
Department Candidate of Philosophy, Omsk Institute (branch) of Plekhanov RUE*

Food As part of a global trend to expand the consumer society receives active development of catering industry in the Western version – restaurant business. Studies of this phenomenon lie in the technology, health, environment and marketing, but the consumer is the person with the individual, social, national preferences, but in a sociological or historical, nor in a cultural and philosophical aspect of the problem is not seriously developed. The author outlines the possible directions of research related to the Omsk region.

Keywords: *catering, restaurant business , the types of establishments , a restaurant, a dining room, a social ideal .*

По мере развития человеческого общества еда из атрибута существования и выживания становится самостоятельной историко-культурной ценностью. То, как человек питается (что ест, где, в каких условиях), уже не только устанавливает строго географическое и историческое его положение, но и может указывать на социальный статус, уровень образования, общей культуры, принадлежность к религиозным направлениям и т.п.

В современном мире тема еды становится чуть ли не основной, если обратить внимание на рекламу, многочисленные кулинарные шоу, буклеты и книги по кулинарии. Создается впечатление, что так было всегда, но мы вынуждены констатировать, что еда (кулинарные поиски, сохранение традиционных технологий и т.п.) до определенного исторического времени развивалась в рамках дома/хозяйства, в современных же условиях домашнее питание вытесняется общественным питанием. По мнению исследователей, истоками данного явления становится появление стабильных социальных образований, частью существования которых является необходимость в кормлении: регулярная армия, воспитательные дома, больницы, различные учебные заведения – от военных корпусов до народных училищ и т. п., в то же время данным промыслом занимались как государство, так и частные лица, при этом оба субъекта находили своих потребителей [2, 8,10, 15, 16].

При том, что тема лежит на поверхности, анализ литературы указывает на то, что она разрабатывается исключительно в технологическом, гигиеническом и маркетинговом ключе [2, 5, 7, 11, 13]. Но если исторический анализ появления отрасли еще присутствует в научном исследовательском поле, то серьезные социологические и философские изыскания практически отсутствуют.

На наш взгляд, питание в общественных местах, его организация и существование могут стать исключительными источниками исследования ментальности, уровней социализации, государственной политики в системе питания как средства воздействия на граждан.

В преддверии празднования 300-летия города Омска автор обратил внимание на отсутствие полноценных исследований системы общественного питания, складывавшегося в Омске. В многочисленных исторических изданиях разных лет данные весьма поверхностны и эпизодичны. Исходя из этого, гипотезой становится тезис о том, что значительный пласт в развитии города, способный раскрыть ментальность омичей, требует своего исследователя.

Свои задачи автор видит в выявлении тех немногочисленных данных, которые имеются по проблеме развития общественного питания в г. Омске, соотнесении их с общероссийскими тенденциями в отрасли, формулировке перспективных направлений исследований.

Структура работы определяется тремя частями, которые позволяют актуализировать проблему:

– краткая история развития отрасли общественного питания в России (от царской до современной);

– классификация заведений общественного питания, складывавшаяся в разные исторические периоды как отражение социально-экономических реалий общества;

– омские зарисовки, основанные как на источниках, так на собственных воспоминаниях и анализе состояния заведений общественного питания.

Автор использует исторический и герменевтический методы, метод сравнительного анализа, системный метод.

За рамками нашего исследования остаются трапезы, связанные с религиозным служением, можно говорить лишь об их специфичности, они, несмотря на достаточно значительное число участников и регулярность проведения, на наш взгляд, ближе к домашнему питанию.

Российское государство достаточно рано осознало возможности получения прибыли через специализированные заведения.

В России, начиная с XVI века, появляются государственные питейные заведения – кабаки, до этого времени были известны харчевни, которые предназначались для «перекуса», а уже с начала XVIII столетия появляются заведения, где можно было и выпить, и закусить – аустерии. После заграничных походов (1813-1815 гг.), то есть в начале XIX века, появляются новые для России заведения – рестораны, которые, как правило, открывались при гостиницах. Понятие ресторана как отдельного заведения высокого класса оформляется юридически только в 1894 году [2, с.6-7].

Если сила патриархальных традиций в обществе не жаловала подобные заведения, а обыватели обычно осуждали тех, кто их посещал, то после отмены крепостного права происходит окончательная демократизация ресторанного бизнеса (60–70-х гг. XIX века). К началу XX века в обеих столицах насчитывается достаточно внушительное число подобных заведений: в Санкт-Петербурге – 1647, в Москве – 1181 [2, с.6-7].

В период революции, политики военного коммунизма с жесткими продовольственными ограничениями рестораны рассматривались как «гнезда» контрреволюции, их предлагали национализировать, а вместо них открывать коммунальные столовые. В то же время приверженность части граждан к ресторанам как местам досуга приводит к появлению небольших частных заведений для узкого круга, которые бы не привлекали внимание власти. А вот трактирный бизнес процветал, чайные и кофейные, несмотря на запрет товарно-денежных отношений, посещались активно, несмотря на дороговизну продуктов, большая часть которых доставалась полулегальным путем.

О начале советского общепита можно говорить буквально с первых дней существования новой власти. Еще в мае-июне 1917 года Советы создают первые общественные столовые, Декрет от 27 октября 1917 года «О расширении прав городского самоуправления в продовольственном деле» говорит о важности, которую большевики придавали проблеме питания. Общеизвестная политика на «обобществление» приводит к формированию большого количества столовых для разных категорий граждан, чаще известных сегодня по литературным произведениям, отражающим различные периоды советской истории, например, произведения Ильфа и Петрова, Зощенко и др.

Идеологом советского общепита можно считать Л.Троцкого, который в своих публичных выступлениях высказывался о пользе общественного питания как форме контроля и дисциплины на производстве: «...все решительно имеющиеся у нас на учете советские работники, от председателя ЦИК до самого молодого рабочего, должны будут принудительно питаться в общественных столовых при заводах и учреждениях. Это будет не только мерой экономии индивидуальных условий... но будет также величайшей школой трудового общественного воспитания... Во-первых, прогулы будут сведены на нет. За общим столом будет проявляться общественное мнение. Кто не вышел на работу, тот не получит горячего пайка.» [14, с. 158, 160].

Введение новой экономической политики (лето и осень 1921 года) привело к возрождению ресторанного бизнеса. Однако к этому времени на общественную арену выходят люди иной формации, ментально далекие от изысканности блюд и ресторанных развлечений. С одной стороны, малодоступность ресторанного отдыха для простых советских граждан, а с другой – органически чуждая классовая и ментальная принадлежность приводила к неприятию ресторанных заведений, поэтому граждане традиционно угощались на рынках и в пивных, но эти формы явно вступали в противоречие с идеалами социализированного быта и личности строителя светлого будущего.

«Перековка» личности требовала ее усилий на пути образования и общественной деятельности, приготовление же пищи забирало драгоценное время, поэтому этот процесс должен был перейти в сферу общественного устройства, кроме того, в условиях быта того периода невозможно было в домашних условиях соблюдать гигиенические требования. Дискуссия 1929-1930 годов показала, что государство использовало общепит для проведения социальной политики по воздействию на массы. С трибун съездов, в печати пропагандировался новый быт, поэтому применение в домашнем хозяйстве рабского труда расценивалось как проявление «родимого пятна» капитализма.

На наш взгляд, когда столовые уже не могли выполнять воспитательную роль, решения партии, направленные на формирование новой культуры, в том числе и общественного питания, обращаются к необходимости возрождения ресторанов, но таких, которые бы поддерживали идею роста уровня благосостояния советского народа, формировали новые социалистические отношения и новую эстетику.

В стране этого периода появляются учебные заведения от начального до высшего уровня, занимающиеся подготовкой кадров для социалистического общественного питания. Институт, в дальнейшем Университет имени Г.В. Плеханова, на долгие годы остается флагманом в этой подготовке.

Общепитовская сеть развивалась и в послевоенное время. Предпосылкой для разработок в отрасли служило положение, записанное в решениях XXII Съезда КПСС о том, что общественное питание должно преобладать над домашним, таким образом, решались задачи по все более полному вовлечению женщин в социальные и производственные процессы, освободив их от тягот домашнего хозяйства; по внедрению и распространению новых форм досуга, в том числе семейного и молодежного; по формированию новых традиций.

Период перестройки и кризисные 90-е годы XX внесли существенные перемены в ресторанное дело, но уже при первых возможностях, как когда-то в период НЭПа, ресторанный бизнес восстал как феникс из пепла, но уже в новом облики.

Следует уточнить и изменившуюся терминологию: в разных учебных изданиях понятие «общественное питание» в современном прочтении звучит как «ресторанное дело», можно предположить, что подобное изменение связано с изменением классификации и ориентацией на западные виды предприятий.

Одна из первых реформ, формирующих классификационные требования к заведениям, была проведена в 1795 году, после чего в Российской Империи была введена откупная система с правом получения прибыли как с напитков, так и с еды, возродилась исконно славянская корчма – место, где одновременно можно было получить еду и напитки.

Николай I в 1835 году утвердил Положение, в котором указывались роды учреждений и условия их работы. Первый параграф «высочайше утвержденного в 6-й день февраля» 1835 года «Положения о трактирных заведениях и местах для продажи напитков в Санкт-Петербурге» гласил:

«Трактирные заведения разделяются на пять родов:

1. Гостиницы.
2. Рестораны.
3. Кофейные дома.
4. Трактиры.
5. Харчевни» [8, с. 107].

В каждом городе полагалось иметь строго определенное количество трактирных заведений – ни больше, ни меньше. Так, например, в Петербурге 1835 года должно было наличествовать: «рестораций 35, кофейных домов 46, трактиров 40, харчевен 50». [8, с. 107] Таким образом, государство заявляло о своих правах на регулирование и контроль этой деятельности.

В начале XX века рестораны различались по уровням: фешенебельные – высшего разряда, в основном для аристократической публики, рестораны для среднего класса. Вместе с ресторанами в городах появляются загородные рестораны. Простая публика, городской плебс предпочитали чайные, кухмистерские, пивные лавки, трактиры, последние имели три категории: «для чистой публики» (их не чурались даже представители бизнеса), «простонародные с чистой половиной», «исключительно простонародные».

Кроме того, на рынках формировались общепитовские точки для люмпенов: торговки с горшками щей, гороховой кашей и другой снедью.

Постепенно на фабриках и заводах, где рабочие трудились 11-12 часов, стали устраивать столовые, но нормой такая забота о тружениках в тот период не стала.

Таким образом, можно считать, что к ресторанам и разновидностям трактиров добавляются такие новые формы организации питания, как столовые.

Советский общепит в первые годы в основном строился на организации и развитии столовых, судя по данным из разных источников, можно предположить, что они различались по социальному состоянию, тем более, что начинает формироваться советская номенклатура.

Регламентация деятельности предприятий питания в довоенный период четко не описана, но для упорядочения деятельности предприятий в послевоенный период в журнале «Советская торговля» за 1954 год появляется установочная статья, в которой разъясняется, как организуется система питания в разных заведениях [2, с. 249-251].

Возглавила список *фабрика-кухня*, которая определена как крупное механизированное предприятие с цеховым делением, перерабатывающее сырье в полуфабрикаты для снабжения предприятий общественного питания, находящихся как внутри здания фабрики-кухни, так и за ее пределами. Внутри фабрики-кухни могли быть размещены *столовые II и III категории; столовые диетического питания, столовая для учащихся, закусочная, буфет*.

Столовая – предприятие, изготавливающее блюда и обеды массового спроса из сырья и полуфабрикатов. Столовые делились на подгруппы с учетом контингента и наценок.

Рестораны определялись как предприятия общественного питания особого типа, которые должны были обеспечивать высококачественное питание населения в сочетании с организацией их отдыха и развлечений. За исключением ресторанов на железнодорожных станциях, в поездах, на пристанях и пароходах, каждому предприятию этого типа присваивалось особое наименование («Москва», «Метрополь» и т.д.).

Кафе – предприятие, торгующее напитками, молочными продуктами, холодными и горячими блюдами несложного приготовления, кондитерскими и булочными изделиями своего и промышленного производства. В кафе допускалась подача к кофе коньяка, ликеров и разрешалась продажа шампанского. Как и ресторанам, кафе полагалось именное название.

Чайная рассматривалась как предприятие с небольшим ассортиментом холодных закусок и горячих блюд несложного приготовления и широким ассортиментом буфетных товаров, сопутствовавших чаепитию. В чайных разрешалось принимать от посетителей их продукты для приготовления за особую плату блюд, не требующих сложной обработки. Допускалась продажа пива, водки, винно-водочных изделий. Разновидностью чайной являлась чайхана, где чай подавался в пиалах и готовился плов.

Закусочные (сосисочные, пельменные, шашлычные, закусочные – автоматы) определялись как предприятия быстрого обслуживания, призванные утолить голод потребителя «на ходу».

Входили в список и буфеты, близкие к закусочным и организованные по месту работы или отдыха населения.

Появление новых технологий приготовления, стремительный ритм жизни, глобализационные процессы привели к появлению новых форм организации и усовершенствованию старых, привычных.

Согласно ныне действующему ГОСТу 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» [4], к предприятиям общественного питания относят: рестораны, кафе, бары, предприятия быстрого обслуживания, буфеты, кафетерии, столовые, закусочные. Рестораны подразделяются на классы: «люкс», «высший», «первый». Кафе, столовые и закусочные на классы не подразделяются.

Но, по мнению А.Р. Давыдовича, часто применяемая к предприятиям общественного питания западная классификация: мобильные точки-киоски, рестораны быстрого обслуживания, рестораны столового типа, демократичные рестораны и элитные рестораны – не отражает реальность современной российской действительности. Он полагает, что многие владельцы, не обладая достаточными знаниями, обозначают свои заведения без учета необходимых для каждого типа предприятия признаков [5, с. 339].

Эклектичность в названиях, которые иногда идут в разрез с действующим стандартом, связана, на наш взгляд, с тем, что в ресторанное дело приходят разные люди, порой не обладающие достаточными знаниями отрасли.

Город Омск пребывал в разных статусах: крепости 1716-1782 гг., уездного города с 1782 г., центра Омской области, Западно-Сибирского генерал-губернаторства – 1822 г., столицы Сибири – 1918 г., административного центра. Однако ни в одном издании по истории мы не встретили достаточной информации о том, как организовывалось общественное питание людей.

Из доступных печатных и интернет источников также сложно судить о существовании заведений питания. Ретроспективно можно предположить, что в условиях крепости существовали специальные типы организации питания. Развитие уездного города, занимавшегося торговлей, в основном оптовой, требовало наличия мест для приезжих, следовательно, и каких-то мест питания. Предписание 1835 года о наличии заведений также должно было отразиться на изменении инфраструктуры города.

История Омска советского периода отражала показатели выполнения партийных директив, поэтому в исследованиях, связанных с периодом конца 50-х – 60-х гг. XX, столетия можно встретить фразы о том, что были построены или введены в действие новые предприятия питания, без уточнений и статистических данных [6, 9, 15, 16].

То малое, что удалось найти в источниках, не позволяет воссоздать целостную картину развития общественного питания в Омске.

В 1789-1790 годах было составлено «Описание Тобольского наместничества», частью которого в тот период был Омск; примечателен пункт, в котором указывается: «Достойно примечательных зданий, монастырей, воспитательных домов, больниц, фабрик и лавок не имеется..» [1, с. 95].

Развитие города развивает и торговлю, Омск становится местом оптовых ярмарок, проходивших дважды в год, поэтому в источниках встречается упоминание о наличии Гостиного двора, сгоревшего в 1819 году, но отстроенного заново. Однако упоминалось и то, что город имел для нужд населения два магазина, товары же заказывались из городов Ирбита или Тюмени, часто на весь год [1, 3,6,9, 10,15,16].

В 1831 году в городе действовали четыре питейных и две отдельных штофных лавочки. Офицер Белов, служивший в Омске в 40-е годы XIX столетия, пишет, что общественных домов, кроме благородного собрания, нет, и даже гостиниц (как известно, именно при гостиницах появлялись первые заведения общественного питания) [1, 3,6,9, 10,15,16].

Открытый в Омске кадетский корпус (с 1813 по 1845 гг. – Казачье училище) выпустил многих людей, ставших позднее известными. Так, Г.Н. Потанин, российский исследователь Центральной Азии и Сибири, писал о питании кадетов в своих воспоминаниях, что завтрак составляла четвертушка серой булки, обед был простой – щи из кислой капусты и каша с маслом,

запивали квасом, на добавку можно было получить хлеба или кваса, на ужин – каша с маслом [3, 9, с. 142] .

Столь же скромную еду предлагали и арестантам-каторжникам, о чем писал Ф.М. Достоевский, находившийся в Омске в 1850 г. с конца января по конец февраля и с 1854 по 1859 год: «хлеб и щи, в которые полагалось четверть фунта говядины, но ее клали рубленую», так что арестанты ее зачистую и не видели [6, с. 114-115].

Военное прошлое города мало способствовало его развитию, патриархальный уклад правил нравами горожан. Только к концу XIX столетия по составу населения город становится гражданским, способствовало этому и строительство Транссибирской железнодорожной магистрали.

Юридический статус ресторанов как самостоятельных заведений был определен в 1894, а уже 24 сентября 1898 года «Областные ведомости» писали: «На Дворцовой улице была открыта первая в городе ресторация с официантами, с обеденным и ужиным столом, всякими виноградными винами и ликерами, десертами, кофеем и чаем, именуемая «ЕВРОПОЙ» [18].

Отцом-основателем и владельцем ресторана был омский купец Георгий Федорович Зайцев, построивший свой дом в 1870 году. С этого времени в здании находилась первая в городе гостиница европейского уровня. В 1898 году его жена Серафима Зайцева открыла ресторан с одноименным названием. Сначала кухня «Европы» была исключительно русской. Но потребности посетителей росли, и тогда появилась европейская кухня с блюдами, приготовленными по знаменитой поваренной книге, выписанной в 1902 году из Петербурга Серафимой Зайцевой. В 1904 году она стала полновластной хозяйкой ресторана. Омские гурманы начала 20 века успели облюбовать ресторан «Европа», оценить его изысканную русско-европейскую кухню и неповторимую атмосферу уюта и тепла. В 1914 году Серафима Зайцева продала «Европу» ресторатору Малахову. В 1928 году ресторан «Европа» был национализирован. На его месте открылся ресторан «Сибирь». От Зайцевых в нём остались только дубовые круглые столы. Ресторан «Сибирь» был любимым местом отдыха омичей до 90-х годов XX века. В 1995 году ресторан был закрыт.

Самое известное ресторанное место Омска возродилось в 2007 году, вернув городу его первый ресторан – «ЕВРОПУ», сохранив уникальные интерьеры, традиции гостеприимства и традиционные блюда классической русской и европейской кухни.

Автор нашел эти данные на сайте ресторана, ни в путеводителях, ни в Хронографе это событие не описано [18, 15].

В различных источниках, чаще в описании архитектурных строений города, существуют пометки о том, что находилось в этих зданиях: гостиница «Россия» с рестораном в доме, построенном в 1906 году (пересечение нынешних улиц Партизанской и Ленина). К этому периоду относится и фотография загородного ресторана Губера.

В 1914 году построен Торговый корпус (ныне музей им. М.Врубеля), на втором этаже которого располагались ресторан и буфет.

Остальные данные о заведениях были почерпнуты из газеты «Омский телеграф» 1911 года с пометкой происхождения:

– «Против 7-го женского училища в доме Дурново помещается пивная лавка. В лавке вечная брань, пение, драки.... В попечительскую комиссию несколько раз поступало заявление попечительницы школ о принятии мер «разделении школа и трактира», но глас попечительницы до сих пор остается гласом вопиющего в пустыне»;

– «17 мая из ресторана «Москва» у Ад.Блудзина Ал. Мусориным похищен велосипед, стоящий 150 руб. Мусорин задержан» [1, с.178, 189] .

Газета «Омский вестник», повествуя о первой Западно-Сибирской выставке негодует по поводу нерадивого ресторатора как дерущего за бутерброды и напитки слишком большие деньги, так и не соблюдающего правила приготовления пищи, от которой есть пострадавшие. История упрямого

ресторатора, не реагирующего на замечания, заканчивается его полным фиаско: договор с ресторатором Морозовым был расторгнут [1, с.252-253].

Начало Первой мировой войны: горькая участь вдов и сирот привела к появлению при санитарных попечительствах двух столовых, которые содержались на средства города, семьи военнослужащих получали в них обеды. К концу 1914 года в них кормились 1500 семей. [6, 9, с. 264]

Весьма скудная информация периода третьей столицы [9, с. 21] и полное отсутствие ее до начала войны 1941 года. Каким образом омские руководители реализовывали декреты и постановления по организации общественного питания – неизвестно. Вплоть до сегодняшнего дня никаких доступных сведений по деятельности системы общественного питания нет, правда, есть статистика: в 1985 г. в г. Омске насчитывалось 89 предприятий общественного питания [9]. Приведу список тех, которые известны автору-жителю г.Омска с 1961 года. Рестораны: «Центральный», «Маяк», «Сибирь», «Омск», «Турист» – действовали при гостиницах; «Погребок», «Сибирские огни», «Вечерние зори», «Иртыш», «Прибой», «Волна», ресторан аэропорта местных линий, ресторан железнодорожного вокзала – самостоятельно. Кафе: «Юность», «Фантазия» (молодежное), «Сказка», «Ленинградское», «Лотос». Кафетерии: Мороженое на остановке «Магазин «Яблонька», при магазине диетического питания в г. Нефтяников, кафетерий в магазине у кинотеатра «Художественный». Имели рестораны или кафе театры города: Драматический, ТЮЗ, Музыкальный. Достаточно крупным был комбинат питания, располагавшийся на пересечении улиц Ленина и Щербанева, хорошо была известна жителям городка Нефтяников столовая, получившая в народе название «Три поросенка». Столовые имели и все высшие учебные заведения, предприятия города, школы и т.п. заведения. Понимание разницы между рестораном и кафе у людей было.

Если говорить о современной ситуации, то в статистических сборниках отдельно рестораны и другие предприятия питания не выделяются, а сформированы данные по гостиницам и ресторанам, которых в городе насчитывается 816, интернет же источники оперируют цифрами ресторанов разного уровня далеко за сотню [17].

Даже беглое знакомство с услугами омских ресторанов на сайте resto.ru свидетельствует о тяготении большей части предприятий к западной классификации: ресторанами называются как рестораны столового типа, так и рестораны класса «Люкс», думаю, что это льстит владельцам ресторанов демократических и ресторанов столового типа, но вряд ли радует рестораторов более высокого уровня.

В ходе проведенного анализа удалось выявить ряд проблем и белых пятен в исследовании общественного питания г. Омска:

- отсутствуют целостные исторические, статистические, культурологические, социологические, философские исследования;

- доступные источники также не дают полного представления о заведениях в разные исторические периоды;

- статистика не выделяет предприятия общественного питания в рамках классификации, а представляет обобщенную базу данных, что затрудняет анализ и определения перспектив развития;

- отсутствие информации влияет на приток туристов, развитие туризма как внутреннего, так и внешнего. На наш взгляд, только четыре ресторана в городе претендуют на посещение или внимание приезжих: «Европа» – первый ресторан г. Омска, «Колчак» – расположен между зданием Правительства Колчака и домом его проживания, «Луговская слобода» – находится на территории бывшей Луговской слободы Омской крепости, «Женатый француз» – лирическая история о переписке с женой французского промышленника Ж.Дюпона, налаживавшего дело в Омске в начале XX века, все они позиционируются в историческом контексте;

- социально-экономические условия не располагают представителей ресторанного бизнеса для обращения к ученым на полное исследование заявленной темы.

В заключение можно говорить об актуальности исследований в этой сфере и общественной отдаче, которая появится, если ученые, краеведы и жители г.Омска оживят картины ресторанного дела города.

Библиографический список:

1. Брычков П.А. Омская мозаика: очерки по истории города и края [Текст] / Павел Брычков. – Омск: [б. и.], 2011 – 576.
2. Волкова И.В. Ресторанное дело. Самая полная энциклопедия от Люсьена Оливье до Аркадия Новикова/ Ирина Волкова. – М.:Астрель: Русь-Олимп, 2009. – 543 с.: ил.
3. Время и город: Омск XVIII – начала XX вв. в описаниях современников: к 280-летию г. Омска / Ом. гос. обл. науч. б-ка им. А. С. Пушкина. Информ.-библиогр. отд. ; Сост. Е. Н. Турицына. – Омск, 1996. – 106 с.
4. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования – М.: Стандартинформ, 2014.
5. Давыдович А.Р. Сравнительный анализ организационного устройства общественного питания в России //Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1. – С. 338-342
6. Из XVIII века – в век XXI : история Омска [Текст] : ист.-краевед. альбом / Миненко Н. А., Рыженко В. Г. – Санкт-Петербург : Русь. Санкт-Петербург, 2006. –367 с. : ил., фотоил., портр. – Посвящ. 290-летию города. – Библиогр.: с. 366.
7. Кучер Л.С., Шкуратова Л.М., Ефимов С.Л., Голубева Т.Н. Ресторанный бизнес в России: технология успеха ТрансЛит , 2007, 512 с.
8. Лаврентьева Е.В. Культура застолья XIX века. Пушкинская пора – М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 1999. – 318 с.
9. Миненко Н.А., Федоров С.В. Омск в панораме веков. Альбом. История города в документах и фотоматериалах. Омск, ОПСБ, 1999. – 352 с., илл.
10. Очерки истории города Омска [Текст]/ М-во образования и науки Рос. Федерации, Ом. ун-т им. Ф.М. Достоевского; под ред. А.П. Толочко. – Омск: Изд-во ОмГУ, 1997 – Т.1: Дореволюционный Омск/ Ом. фил. ОИИФФ СО РАН, Департамент культуры и искусства администрации г. Омска. –1997. 292 с.: ил.
11. Пастухов В.В., Шулькин Л.Л. Ресторанный бизнес в России как гигиеническая проблема [Текст] / В.В.Пастухов, Л.Л. Шулькин – Омск: «Максимум», 2006. – 216 с.
12. Ракова А. П. Омск – столица белой России [Текст] / Альбина Ракова, послесл. А. М. Лосунова; М-во культуры Ом. обл. – Омск : [б. и.], 2010. – 199 с.: ил., портр., факс. – Библиогр. в подстроч. примеч.
13. Сала Ю. Маркетинг в общественном питании [Текст] /Юзеф Сала. – М.: «Финансы и статистика», 2006. – 240 с.
14. Троцкий Л.Д. К истории русской революции – М.,Издательство политической литературы, 1990. – 447 с.
15. Энциклопедия города Омска. В 3 томах (4 книгах). Т. 2: Хронограф Омска, 1716-2008 гг./ [Редкол.: Г. А. Павлов (гл. ред.) и др.]. – Омск: ЛЕО, 2009. – 359 с.
16. Энциклопедия города Омска. В 3 томах (4 книгах). Том 1. Омск от прошлого к настоящему: (период с 1716-го по 2008 год)/ [Автор: Редкол.: Д. А. Алисов]. – Омск: ЛЕО, 2009. – 919 с.
17. http://omsk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/omsk/resources/909ba3804f50ea60b569f5e1000af5d8/dokl_03-2015.pdf
18. <http://www.restoran-evropa.ru/index.php/about>

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Жигунова М.А.,

Омский филиал Института археологии и этнографии СО РАН

В статье рассматриваются различные возможности использования историко-культурного наследия сибирского региона в современной туристической деятельности России. Выявляются факторы, обусловившие чрезвычайное многообразие культурных традиций населения Западной Сибири. Приводятся конкретные примеры, представляющие несомненный интерес для потенциальных туристов.

Ключевые слова: Сибирь, культура, история, традиции, музеи.

В современной России туризм становится динамично развивающейся отраслью экономики, обеспечивающей переход страны на инновационную социально ориентированную модель развития и наполнение бюджетов всех уровней, а также способствующей развитию малого и среднего бизнеса, созданию новых рабочих мест. Богатое культурное и историческое наследие нашей страны, уникальные природные ресурсы, многообразие национальных традиций обеспечивают России в мировом рейтинге 4-е место по природным и 13-е по культурным памятникам среди 139 стран [2, с. 24-25]. В данной статье мы рассмотрим отдельные возможности использования историко-культурного наследия в современной туристической деятельности на примере Западной Сибири.

Основным источником для написания данной работы послужили материалы историко-этнографических, этносоциологических, культурологических и музееведческих исследований, проводившихся сотрудниками Омского государственного университета, Омского филиала Института археологии и этнографии СО РАН, Сибирского филиала Российского института культурологии, Сибирского культурного центра, Омской областной общественной организацией «Центр славянских традиций» под руководством автора в 1980-2000-е гг. Дополнительным источником послужили материалы, собранные при чтении лекционных курсов: «История мировых религий», «История мировой культуры», «История музеев Сибири», «Социокультурная специфика сибирского региона» и др.

Современные дискурсы о Сибири амбивалентны. С одной стороны, отмечается, что Сибирь занимает особое место в пространстве России, связывая европейскую и азиатскую ее части. Рассуждения об «особости» территории Сибири по отношению к европейской части России в XIX веке активно воспроизводились в движении областников. Во главу своей концепции они поставили территорию, которая в их презентациях представала качественно сущностным ландшафтом, меняющим людей, переселившихся сюда [1, с. 50]. С другой стороны, существует восприятие Сибири как типично российского региона, институциональные условия развития которого не эволюционируют в направлении технологических и социальных преобразований структуры экономики и общества.

У жителей Европейской России часто встречается пренебрежительное отношение к Сибири (как краю отдаленному, холодному, дикому, месту ссылки и каторги) и к сибирякам (как людям грубым, необразованным /некультурным). Однако, за рубежом существует довольно устойчивый позитивный образ Сибири и сибиряков (по сравнению с Россией и русскими в целом). Об этом свидетельствовали многие спортсмены, предприниматели и обычные туристы, выезжающие в различные страны мира в начале XXI века. Это неоднократно подтверждали и зарубежные участники секции по идентичности, организованной М.Н. Губогло и М.А. Жигуновой на конгрессах этногра-

фов и антропологов России в 2009-2015 гг. Более того, многие склонны рассматривать территорию Западной Сибири как своеобразный сухопутный «Ноев ковчег» для спасения существующей мировой цивилизации от предсказанных климатических и иных катастроф. В качестве примера можно привести один из недавних. Предсказанный в мировых СМИ в декабре 2012 г. очередной «конец света» приехали пережить в Омск граждане из самых различных стран мира.

Современная Сибирь является не только важнейшим геополитическим регионом России, энергетический и природно-ресурсный потенциал которого сложно переоценить. Не менее значимым является то, что это – «территория многовекового взаимодействия славянских, тюркско-монгольских, угро-финских, палеоазиатских народов, пространство диалога христианства, мусульманства, буддизма, шаманизма, взаимодействия земледельческого и кочевнического хозяйственного укладов, доиндустриального, индустриального и постиндустриального обществ» [4, с. 6]. Поэтому смело можно утверждать: «Если хотите увидеть всю Россию – приезжайте в Сибирь!».

Мощным консолидирующим, нравственным, образовательным, воспитательным, развлекательным, а также туристическим и патриотическим потенциалом обладает традиционная культура. Специфика сибирского региона в том, что здесь можно найти не только множество «островков» традиционной культуры различных аборигенных народов Сибири, но и достаточное количество самобытных элементов культуры многочисленных переселенцев самых разных национальностей, обретших в Сибири свою «вторую родину». Чрезвычайное многообразие культурных традиций населения сибирского региона обусловлено следующими основными факторами: 1) историей заселения (сюда переселились выходцы практически из всех губерний Европейской России и Урала, ссыльные и каторжане, репрессированные, мигранты из различных областей и бывших республик Советского Союза); 2) разнообразными природно-географическими условиями (от тундры и тайги на севере до степей и гор на юге); 3) многообразием форм хозяйственной деятельности (земледелие и животноводство, охота и рыболовство, пчеловодство и собирательство, различные промыслы и ремесла); 4) пестрым этническим (здесь проживают представители около 200 народов), религиозным и социальным составом населения; 5) активными межэтническими контактами, обусловленными совместным проживанием, тесными хозяйственными, торговыми и культурными связями, межнациональными браками.

Сохранению и пропаганде историко-культурного наследия сибирского региона способствуют и многочисленные музеи различного профиля. Их деятельность в последние годы существенно разнообразится за счет проведения различных мероприятий и праздников [3]. Существенную роль в привлечении туристов играют экспозиционно-выставочные проекты. К примеру, в январе 2014 г. в Новосибирском государственном краеведческом музее открылась новая выставка «Сибиряки», на которой были представлены фотографии, шаманская коллекция, выставка костюмов коренных народов Сибири, а также переселенцев. Экспозиция, расположенная в двух залах, представляла культуру алтайцев, белорусов, долган, мордвы, нганасан, ненцев, русских, татар, украинцев, хакасов, хантов, чувашей, шорцев, эвенков.

В конце 2013 г. в Омском областном Экспоцентре состоялось торжественное открытие региональной художественной выставки «Сибирь – XI», посвященной грядущему 300-летию города Омска. Уникальность ее в том, что она являлась частью федерального проекта «Россия – XII» и включала более 1200 произведений, выполненных 720 сибирскими авторами за последние 5 лет. Эти произведения, созданные в высоких традициях классического академического и реалистического искусства, русского и мирового авангарда, демонстрировали удивительные образцы не только изобразительного, но и монументального, храмового, ювелирного, декоративного творчества. В них была представлена вся мощь, красота и многообразие не только сибирской природы, но и проживающих здесь людей, их культуры и быта.

Важнейшей административной, торговой, военной артерией являлся Московско-Сибирский тракт, проходивший через всю Россию от Москвы до Тихого океана. Его туристско-рекреационный потенциал может реально выступить в качестве элемента устойчивого развития Омского региона, привлечь внимание инвесторов и туристов, включая зарубежных. В перечень пилотных проектов

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Федеральной целевой программы включен Алтайский край, где предусмотрены туристический кластер «Белокуриха-2» и автотуристический кластер «Золотые ворота».

Западная Сибирь является малой родиной многих талантливых ученых, военных, художников, артистов, спортсменов, политических и государственных деятелей, самобытных мастеров, путешественников. Омск – историческая столица сибирского казачества, которое насчитывает более 430-лет [5]. Имя легендарного атамана Ермака является современным брендом Тюменского региона. На территории Омской области расположен первый форпост русской колонизации в Среднем Прииртышье – г. Тара, основанный казаками в 1594 г. Рядом с этим городом находится и первая пашня в Сибири – Чекрушево поле (1599 г.). Омск являлся центром исследования Сибири и Центральной Азии (здесь останавливались А. Брем, А. Гумбольдт, П.П. Семенов-Тяньшанский, М.В. Певцов, Н.М. Пржевальский и др.). Здесь находились в ссылке декабристы и петрашевцы, известный писатель Ф.М. Достоевский, проживали идеологи сибирского областничества Г.Н. Потанин и Н.М. Ядринцев, русский художник, археолог и философ Н.Н. Рерих, полярный исследователь и бывший Верховный правитель России А.В. Колчак. Омск является родиной художника М.А. Врубеля и композитора В.Я. Шебалина (среди учеников которого известные сегодня всем А.Н. Пахмутова, К.С. Хачатурян, Т.Н. Хренников) и мн.др. В годы Великой Отечественной войны в Омске трудились известные авиаконструкторы – А.Н. Туполев и С.П. Королев. Бессмертен подвиг генерал-лейтенанта, Героя Советского Союза Д.М. Карбышева. Немало славных имён связано с Западной Сибирью.

Начиная с конца 1980-х гг. – начала 1990-х гг., в городской среде стали проводиться различные межрегиональные фестивали и праздники национальной культуры и традиционных ремесел, которые привлекают внимание жителей других регионов страны. Так, например, только в Омской области – это «Душа России» и «Единение», «Егорий Хоробрый», «Троицкие гуляния», «Покровская ярмарка», фестивали казачьей культуры «Наследие». Успешным оказался опыт проведения двух «Томских этнофорумов».

Растет международный интерес к Сибири. Так, например, летом 2011 г. автор являлся консультантом группы французских журналистов, представляющих ТВ-канал «Frans-5», которые снимали многосерийный документальный фильм «Путевые заметки о Сибири» (режиссер – Бенуа Сегюр, оператор Кристоф Лемир). Всё большую популярность приобретают Международная выставка вооружений, военной техники и технологий сухопутных войск и конверсионной продукции, Международный Сибирский марафон и «самый морозный» Рождественский полумарафон, который проводится в Омске с 7 января с 1991 г.

Не вызывает сомнения, что богатое историко-культурное наследие Западной Сибири может быть успешно использовано в качестве существенного туристического потенциала – экскурсионно-познавательного, религиозного, событийного, экстремального, экологического, приключенческого, спортивного, лечебно-оздоровительного, делового и др. Нет сомнений, что найдутся желающие почувствовать себя потомком славного казачьего атамана Ермака или женой ссыльного декабриста, целинником или строителем Всесоюзной комсомольской стройки, поискать припрятанный Колчаком золотой запас Российской империи, посидеть в чуме или войлочной юрте, посетить избушку таёжного охотника, попариться в бане, попридуть на камлании шамана. Можно пройти в кандалах и арестантской робе по Московско-Сибирскому тракту, попариться в баньке, сделать берестяной туесок или тряпичную куклу, сплести лапти или корзинку, освоить прялку или посмотреть, как валяют сибирские валенки. Немалые возможности и у гастрономического туризма. Найдутся желающие отведать знаменитые сибирские пельмени или уху, шаньги, строганину, медовуху, «сыроежку» из стерляди, оленину и лосятину, домашнее пиво, папоротник орлик и многое другое. Огромный туристический потенциал можно использовать и в зимний период времени: катание на горках, санях, лыжах, коньках, снегоходах, взятие снежного городка, разгульная сибирская Масленица, игра в снежки и многое др. На встрече со студентами и сотрудниками ОмГУ имени Ф.М. Достоевского Никита Сергеевич Михалков сказал, что сейчас все лучшее в российской культуре сохраняется в провинции. Это конкретный ресурс, который нужно сохранять, пропагандировать и активно использовать.

Библиографический список:

1. Жигунова М. А., Ремнёв А. В., Суворова Н. В. Сибирский ракурс региональной идентичности // Национальные приоритеты России: Научный и научно-публицистический журнал. – 2014. – № 2 (12). – С. 48-63. С.50.
2. Назина Н. А. Туристский потенциал России и приоритетные направления его развития // Возможности развития сельских территорий Алтайского края и Сибири – новое прочтение реформ П. А. Столыпина: материалы научно-практической конференции /под общ. ред. М. П. Щетинина. – Барнаул: АЗБУКА, 2011. – С. 24 – 29. С. 24-25.
3. Роль музеев в формировании и трансляции региональной идентичности: Сб. научн. ст. – Новосибирск: Параллель, 2013. – 223 с.
4. Россия как цивилизация: сибирский ракурс / В.Г. Костюк, М.А. Абрамова, Г.С. Гончарова, Е.А. Ерохина, В.В. Мархинин, И.В. Удалова, Д.В. Ушаков; отв. ред. В.Г. Костюк. – Новосибирск: Сибирское Научное Издательство, 2008. – 262 с.
5. Сибирское казачество: Отечества служилая рать: сб. науч. ст. и материалов, посвященных 430-летию сибирского казачества /Под ред. М.А. Жигуновой и Г.Н. Привалова. – Омск: ООО «Полиграфический центр КАН», 2012. – 192 с.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВУЗА КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЕГО УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Завадская В. В.,

старший преподаватель Омского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В связи со вступлением России в «Болонский процесс» и в ВТО вопрос конкурентоспособности российских вузов, а также их конкурентных преимуществ и успехах на глобальном рынке образовательных услуг приобретает общегосударственную значимость. Это означает, что общество должно рассчитывать на высокий уровень профессиональной готовности и компетентности российских вузов в осуществлении своих конкурентных действий, формировании и претворении в жизнь эффективных конкурентных образовательных стратегий и тактических моделей своего поведения.

В настоящее время конкурентоспособными могут быть признаны такие высшие учебные заведения, которые действуют как успешные и эффективные конкуренты. В этом заключается залог их общественной пользы и проявление интереса к ним со стороны других заинтересованных субъектов рынка образовательных услуг. Здесь необходимо отметить, что к общественной пользе приводит только добросовестная конкуренция [1, с. 225]. Конкурентные действия участников рынка образовательных услуг не должны провоцировать подрывы рынка образовательных услуг, его олигополизацию и монополизацию, а также ущемление законных интересов других сторон данного рынка. Вузы получают и имеют право на участие в конкуренции, но они обязаны действовать как социально ответственные партнеры и конкуренты, придерживаться стандартов и норм добросовестного поведения в конкурентной борьбе, как и в любом другом секторе рынка товаров и услуг.

Ключевым принципом добросовестной конкуренции российских учреждений сферы образования на рынке образовательных услуг является приверженность данных учреждений к добросовестному характеру своих действий по завоеванию и удержанию ими конкурентных преимуществ, а также преодолению выявленных и имеющихся конкурентных недостатков. Академическое сотрудничество сферы образования сочетается с академическим соперничеством и борьбой, а экономическое сотрудничество, соответственно, с экономическим соперничеством. Но экономическое соперничество не исключает таких цивилизованных форм сотрудничества, как, например: обеспечение выхода на международный рынок или для лоббирования общих интересов.

В условиях конкуренции вузов на рынке, любые преимущества и недостатки непременно принимают характер, соответственно, конкурентных преимуществ и конкурентных недостатков – преимуществ над имеющимися соперниками и недостатков перед соперниками, которые и становятся основными оценочными критериями определения степени их конкурентоспособности на рынке. Именно создание конкурентных преимуществ вузов и преодоление конкурентных недостатков вузов выступают как одна из основных целей конкуренции заинтересованных субъектов рынка образовательных услуг.

Данные преимущества и недостатки анализируются и оцениваются в процессе сравнения и функционирования вузов, а их значения всегда имеют относительный характер, что неизбежно несет в себе отпечаток относительной неопределенности оценок и ведет к определенным рискам при использовании расчетных данных [4, с. 115].

Для успешного функционирования высшего учебного заведения необходимо сформировать стратегию устойчивого развития своих конкурентных преимуществ. Для чего, в свою очередь, требуется четкая формулировка основных факторов конкурентоспособности. Прежде чем приступить к характеристике этих факторов, следует отметить, что конкурентоспособность образовательного учреждения имеет несколько отличное от классического понятия конкурентоспособности определение. Это вызвано, прежде всего, отношением образовательных услуг к категории общественных благ, под которыми понимаются товары и услуги, которые невозможно измерить в денежном выражении. К особенностям общественных благ относят, как правило, следующее: а) признак неисключения – практически невозможно изъять человека из круга потребителей данного блага;

б) признак неделимости – благо нельзя разложить на отдельные части; в) признак неконкурентности в потреблении – потребление блага одним человеком не уменьшает вероятность потребления его другим [2, с. 38].

Таблица 1. Сравнительная таблица определений конкурентоспособности вузов российских авторов

Автор	Определение
И.Б. Романова	Свойство высшего учебного заведения, определяющее долю релевантного рынка образовательных услуг принадлежащих данному вузу, и возможность препятствовать перераспределению рынка в пользу других субъектов
Р.А. Фатхутдинов	Способность ВУЗа готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на рынке труда
И.Ф. Печеркина	Сравнительная характеристика востребованности разных направлений высшего профессионального образования внутри ВУЗа, востребованности одних и тех же направлений в разных ВУЗах и сравнительную привлекательность самих вузов

В отечественной литературе наблюдается достаточно богатое разнообразие определений конкурентоспособности, что вызвано, прежде всего, специфичностью рынка образовательных услуг и некоторой сложности толкования. Для большей информативности предлагается сравнительная таблица определений конкурентоспособности вузов отечественных авторов (таблица 1).

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Наиболее полным определением, с точки зрения автора, является версия И.Ф. Печеркиной, поскольку только в этом определении рассматривается привлекательность вуза с точки зрения конечного потребителя. Ввиду отсутствия четко сформулированного определения, существует множество подходов и к определению перечня факторов конкурентоспособности вузов.

Наиболее полный перечень факторов конкурентоспособности представлен Белинской М.Н. (таблица 2), которая разделяет их на внешние и внутренние факторы.

Таблица 2. Факторы конкурентоспособности вузов по Белинской М.Н.

Внутренние факторы	Внешние факторы
Руководство организацией	Государственная политика
Качество подготовки персонала	Научно-технические
Деловая активность вуза	Природные
Стратегия развития вуза	Правовые
Материально-техническая база	Стратегии конкурентов
Информационная база	Общественные организации
Финансовая политика организации	Инфраструктура рынка
Бюджетное финансирование	Конъюнктура рынка труда
Мотивация персонала и обучаемых	Потенциальные потребители услуг вуза
Корпоративная культура вуза	Спрос на выпускников вуза на рынке труда
Система управления конкурентоспособностью вуза	Политика конкурентов

Другие авторы указывают на то, что конкурентоспособность вуза формируется благодаря влиянию двух основных факторов: инновационности и адаптивности. Под инновационностью вуза понимается его способность самообновляться и систематически совершенствовать внутренние структуры. Данный фактор характеризует, в первую очередь, управление внутренней средой организации. Адаптивность вуза, в свою очередь, – это качество взаимодействия вуза с внешней средой [8, с. 29-30].

Усиливающиеся процессы глобализации, снижение барьеров для распространения западными вузами своих технологий обучения и образовательных продуктов влекут за собой проблему конкурентоспособности отечественных вузов на рынке образовательных услуг. Учитывая низкую платежеспособность большей части населения страны, а также дороговизну переездов в крупные города для получения образования, население отдает предпочтение дистанционной форме обучения, которая характеризуется более низкой стоимостью по сравнению с традиционным очным и даже заочным образованием. Конкурентное преимущество и доход получают только те вузы, которые располагают современными системами дистанционного обучения, обеспечивающими получение знаний студентами за разумные для них деньги [5, с. 107]. В настоящее время дистанционное обучение находит всё более широкое применение на различных уровнях образования. Это связано с тем, что дистанционное обучение как инновационный образовательный процесс с использованием информационно-компьютерных технологий помогает обучающимся реализовывать собственные образовательные цели, направленные на развитие личности. При использовании дистанционной формы обучения значимыми становятся не только знания, но главное – умение применять их для решения конкретных жизненных проблем, способы приобретения знаний и их успешное использование в различных жизненных ситуациях, а также умение принимать ответственные аргументированные решения.

Истоки современных процессов дистанционного обучения связаны с появлением в середине XIX века в Европе так называемого «корреспондентского обучения» («обучения по переписке»). Кроме того, прогресс дистанционного обучения был обусловлен, во-первых, результатом технических возможностей совершенствования оперативной почтовой связи; во-вторых, качественным и количе-

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

ственным развитием системы образования, существенным признаком которого было расширение университетской структуры, появление ряда специализированных частных и государственных образовательных учреждений, заинтересованных в применении инновационных форм обучения.

Под дистанционной формой обучения (далее – ДО) понимается новая организация образовательного процесса, которая базируется на принципе самостоятельного обучения, при котором обучающиеся отдалены от преподавателя в пространстве и во времени, однако имеют постоянную возможность поддерживать с ним диалог в виртуальном пространстве. Спецификой дистанционного образования является его способность удовлетворить потребности обучаемого благодаря мобильной, виртуальной форме обучения, с одной стороны, а с другой – потребности общества в системе непрерывного образования в связи с необходимостью постоянной динамики знаний, умений и навыков. Дистанционное обучение позволяет получать образование жителям отдаленных регионов, где нет иных возможностей для профессиональной подготовки или получения качественного высшего образования. Характерные черты дистанционного обучения представлены на рис. 1 [3, с. 168].

Используемые технологии ДО можно разделить на три большие категории: 1) неинтерактивные (печатные материалы, аудио-, видео-носители); 2) средства компьютерного обучения (электронные учебники, компьютерное тестирование и контроль знаний, новейшие средства мультимедиа); 3) видеоконференции – развитые средства телекоммуникации по аудиоканалам, видеоканалам и компьютерным сетям.

Средства оперативного доступа к информации по компьютерным сетям придают качественно новые возможности дистанционному обучению. Развитые средства телекоммуникации, использо-

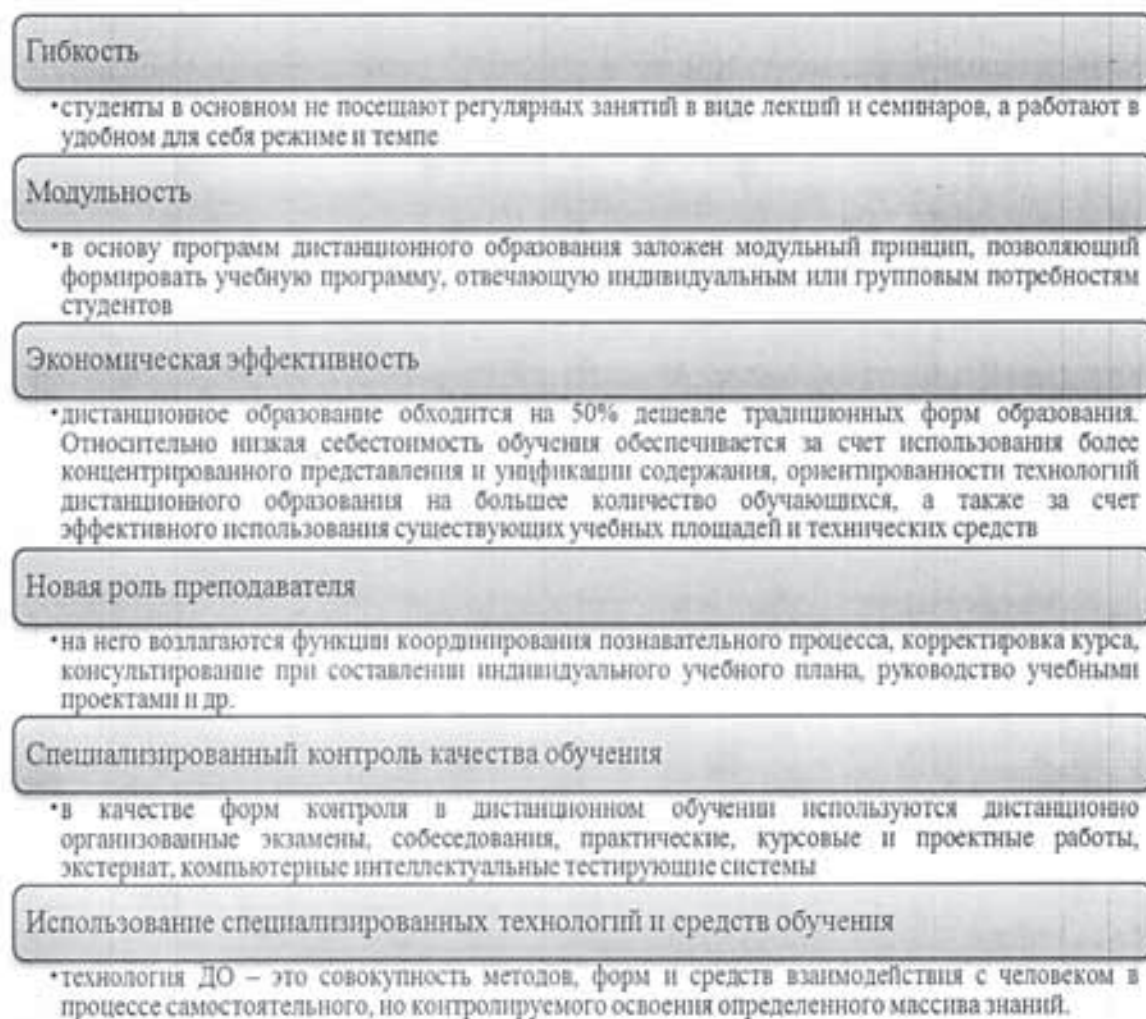


Рисунок 1. Характерные черты дистанционного обучения

вание спутниковых каналов связи, передача упакованного видеоизображения по компьютерным сетям активно применяются в практике дистанционного образования. Индивидуальная работа с электронными учебниками способствует глубокому усвоению и пониманию материала. Электронная почта – наиболее эффективная технология, используемая в процессе обучения для доставки содержательной части учебных курсов и обеспечения обратной связи обучаемого с преподавателем. Однако она имеет ограниченный педагогический эффект из-за невозможности реализации диалога между преподавателем и студентами, принятого в традиционной форме обучения. Режим доступа *on-line* позволяет оперативно осуществлять передачу учебного материала [6, с. 115-117].

Несмотря на то что сейчас эти технологии не способны полностью заменить очное образование, существует мнение, что прогресс в дистанционном обучении может серьезно пошатнуть позиции традиционного очного обучения. Но на самом деле дистанционные технологии открывают путь к совершенствованию очного обучения, позволяя создать модели обучения, которые в большей мере соответствуют требованиям и запросам учащихся, а также их будущих работодателей. Использование дистанционных технологий не должно ограничиваться простым дополнением традиционного обучения, они должны интегрироваться в процесс обучения, формировать новые типы взаимодействия субъектов образовательного процесса [9].

Для успешного применения своих конкурентных преимуществ вузу необходимо использовать маркетинговые принципы.

В образовательной отрасли чётко прослеживается современный маркетинговый тренд, рассматривающий клиента в качестве «сопроизводителя» услуги. Установление взаимовыгодного контакта образовательного учреждения и студента (слушателя) позволяет не только повышать уверенность в качестве предлагаемого продукта, но и формировать положительный опыт потребления услуги.

С точки зрения широкой аудитории маркетинговая деятельность вуза подразумевает лишь формирование бренда образовательного учреждения и его продвижение на рынке образовательных услуг. Но это только поверхностный взгляд на данный вопрос. В настоящее время рынок образовательных услуг активно трансформируется, в отдельных сегментах появляются признаки насыщения, что предопределяет участие государства в регулировании образовательной сферы. Проведение оценки эффективности вузов предполагает анализ деятельности образовательных учреждений по ряду установленных показателей. После такой проверки, состоявшейся в 2013-2014 гг. по инициативе Министерства образования и науки РФ, была проведена реорганизация ряда вузов. Некоторые из них влились в состав других игроков рынка, отдельные вузы прекратили свою деятельность.

Также следует обратить внимание на активную работу компаний, которые относятся к другим сегментам рынка образовательных услуг: коммерческие образовательные учреждения, краткосрочные программы переподготовки, программы дистанционного онлайн-обучения (в том числе Massive Open Online Courses) и другие. Анализ текущих показателей демонстрирует сильную конкуренцию в данной области, что определяет высокую степень важности маркетинговой деятельности образовательного учреждения.

Маркетинговая деятельность в вузе – это не только создание и продвижение бренда, это также разработка и совершенствование образовательных программ, определение ценовой политики вуза, улучшение организации образовательного процесса, организация программ внешних коммуникаций и многое другое. Более того, от степени маркетинговой активности зависит способность вуза результативно взаимодействовать с внешней и внутренней средой, а также улучшать показатели эффективности деятельности. Увеличение удовлетворённости обучающихся, успешность и повышение их востребованности на рынке труда во многом определяет конкурентоспособность самого образовательного учреждения. Маркетинговые мероприятия в образовательном учреждении должны учитывать необходимость выполнения как минимум двух основных задач.

1. Социальный эффект образовательного процесса: вуз – это зачастую некоммерческая организация, основной целью которой является обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров.

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

2. Получение дохода от осуществления профессиональной деятельности: для успешного развития вуза в динамично меняющейся рыночной среде необходимы дополнительные ресурсы. Улучшение кампуса, закупка дополнительных технических средств для модернизации учебного процесса и другие задачи требуют дополнительных ресурсов.

Среди основных сегментов целевой аудитории, на которые направлена деятельность вуза, следует выделить студентов, абитуриентов, преподавателей, в т.ч. администрацию, и выпускников. Результативность маркетинговых решений зависит от понимания системного характера их последствий. К примеру, чтобы повысить лояльность профессорско-преподавательского персонала, необходимы управленческие усилия администрации, а также руководителей структурных подразделений. Повышение лояльности преподавателей ведёт к улучшению образовательного процесса, а следовательно, большей заинтересованности студентов. Таким образом, маркетинговая деятельность образовательного учреждения включает следующие зоны компетенции (схема 1): 1) разработка и совершенствование продуктов (образовательных программ); 2) управление портфелем образовательных программ; 3) определение ценовой политики вуза; 4) улучшение организации образовательного процесса; 5) организация программ внешних коммуникаций; 6) популяризация результатов научно-исследовательской и образовательной деятельности.

Данный перечень не отражает всех зон ответственности маркетинга учебного заведения, но расширяет взгляд на данное понятие и ещё раз демонстрирует актуальность маркетинга в сфере образования [7, с. 28-31].

Какими принципами следует руководствоваться при разработке стратегии развития современного успешного вуза.

Принцип 1. Ориентация вуза на потребителя. Вуз непременно должен быть более гибким и соответствовать потребностям студентов и работодателей. Основная потребность выпускника – быть востребованным на рынке труда, что является возможным при получении

Сферы компетенций маркетинговой деятельности вуза

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВКЛЮЧАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ ЗОНЫ КОМПЕТЕНЦИЙ:



Схема 1. Сферы компетенций маркетинговой деятельности вуза

нии им качественной подготовки. Предприятиям, в свою очередь, требуются молодые специалисты, способные решать задачи в довольно узкой сфере их производственной деятельности.

Совпадение ожиданий работодателя и уровня подготовки выпускника в конкретной области знаний способствует созданию положительного имиджа вуза и его продвижению на рынке образовательных услуг. И тогда вуз получает новых студентов вместе с денежными средствами (бюджетными или внебюджетными), что позволяет ему развиваться, расширять и улучшать существующую материально-техническую базу, модернизировать лабораторное оборудование и обеспечивать достойные условия труда для преподавателей.

Принцип 2. Принцип сильного лидера. Организовать эффективную деятельность коллектива, направленную на достижение определенных целей, сплотить команду, создать творческую атмосферу может только грамотный, сильный, жесткий лидер.

Принцип 3. Принцип кооперации руководства и коллектива. Развитие вуза будет происходить гораздо быстрее и качественнее, если каждый член коллектива будет ощущать свою ответственность за общее дело. Использование способностей, опыта, интеллекта сотрудников, поощрение инициативы принесет свои плоды в деле развития организации, повышения эффективности вуза и его привлекательности для потребителей образовательных услуг.

Принцип 4. Принцип уникальности. Вузу необходимо иметь свое уникальное конкурентное преимущество. Это могут быть образовательные программы, ценообразование, лучшие условия работы и учебы, устойчивое высокое качество образовательных услуг.

Принцип 5. Принцип постоянного развития. Непрерывное улучшение качества образовательных услуг, расширение их спектра, удовлетворение не только существующих потребностей студентов и работодателей, но и опережение их ожиданий и будущих интересов.

Принцип 6. Принцип системного контроля. Необходимо разработать эффективную систему контроля деятельности всех составляющих высшего учебного заведения, причем действовать она должна реально, а не «для галочки», чтобы действительно отражать существующую ситуацию в вузе и дать возможность исправить слабые места. В случае, если внутренняя система контроля не эффективна, стоит рассмотреть возможность привлечения внешнего независимого аудита и экспертизы.

Принцип 7. Принцип управления, основанного на использовании актуальной фактической информации. Решения о реформаторских и корректирующих действиях в отношении развития вуза могут приниматься только на основе данных, полученных в результате мониторинга и контроля деятельности вуза, а также с учетом данных маркетинговых и других надежных официальных исследований.

Что же происходит сейчас, что мешает большинству российских вузов чувствовать себя уверенно в российском образовательном пространстве? Дело в том, что многие из них просто не хотят меняться и развиваться. Руководство многих вузов до сих пор, по прошествии 20 лет после «перестройки» не может понять, что как раньше, уже не будет и надо меняться. Причем делать это надо незамедлительно, в соответствии с темпами развития современного общества [2, с. 89-94].

Какие необходимо предпринять шаги вузу, чтобы выйти на качественно новый уровень развития, отвечающий требованиям современного российского общества:

Шаг 1. Анализ рынка труда и вакансий региона. Необходимо знать, какие образовательные услуги предоставляют подобные вузы региона и в каком объеме, рейтинг вуза, количество поступающих, динамику развития, преподавательский состав, рейтинг выпускников, стоимость обучения и др., чтобы разработать собственную стратегию развития.

Шаг 2. Прогноз появления новых вакансий на ближайшие 5-10 лет. Плотное сотрудничество с предприятиями региона позволяет выяснить существующие потребности предприятий и отрасли в целом, а также планы их не только качественного, но и количественного развития. Наличие такого прогноза для каждого отдельно взятого региона способствует осознанию возникновения возможных потребностей в обществе и разработке плана действий по схеме «предложение рождает спрос».

Шаг 3. Создание и развитие новых направлений подготовки в полном соответствии с анализом рынка труда и прогнозами появления новых вакансий. В своей книге И.М. Ильинский справедливо утверждает, что составными компонентами новой парадигмы образования должны стать идеи об опережающем его характере, предполагающим такой уровень творческого владения фундаментальными и актуальными знаниями, который позволил бы человеку не только успевать за лавинообразными изменениями, но и опережать, формируя как новое производство, технику и технологии, так и новые способы освоения знаний. Опережающий характер образования означает, что оно не только успешно адаптируется к внешней среде, соответствует потребностям личности, общества, производства, но и само активно влияет на состояние личности и общества, предопределяет и формирует их потребности, исходя из научного предвидения, прогнозирования ближайших и отдаленных перспектив цивилизационного развития, а не только запросов производства. Мотивация получения более высокого уровня образования всегда связана со стремлением личности в будущем найти лучшее (работу, заработок, личную судьбу и т. д.). Сейчас время перемен, и нельзя останавливаться на достигнутом, в то время как конкурентные вузы со смежными направлениями подготовки открывают новые возможности для абитуриентов. Настало время предугадывать потребности, а не идти по давно проторенному пути.

Шаг 4. Создание и развитие эффективной системы стимулирования и контроля труда профессорско-преподавательского состава. Эта система должна быть максимально прозрачной, учитывать интересы вуза, то есть выполнение его лицензионных и аккредитационных требований, и интересы преподавателей, которые должны видеть цель, чувствовать себя сплоченным коллективом и реализовывать общую идею развития вуза. Преподаватели – люди креативные и деятельные в большинстве своем, следовательно, чем четче будет цель и полное понимание того, что будет при достижении цели или ее провале, тем более упорядоченной и подробной будет система стимулирования и контроля, чем лучше будет баланс между результатами деятельности и материальной и моральной выгодой, тем более плодотворным и прибыльным для вуза будет деятельность его профессорско-преподавательского состава. Фраза «Кадры решают все» не утратила своей актуальности и по сей день, и при наличии возможностей творческой и материальной реализации в собственном вузе профессорско-преподавательскому составу не придется тратить массу сил и энергии на поиски достойного заработка на стороне, а полностью сосредоточиться на достижении целей развития вуза.

Шаг 5. Организация и проведение мероприятий по привлечению студентов. Профориентационная деятельность вуза должна проводиться регулярно, начиная с девятиклассников. Организация мероприятий для старших школьников (олимпиад, спортивных соревнований, интеллектуальных марафонов, научно-практических конференций, КВНов и др.) с участием студентов вуза способствует привлечению абитуриентов. Взаимовыгодное сотрудничество вуза со школами и среднеспециальными учебными заведениями плодотворно влияет на узнаваемость вуза и повышение количества желающих учиться в данном высшем учебном заведении.

Шаг 6. Создание системы содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников. Развитие договорных отношений с предприятиями региона по созданию условий прохождения производственной практики и дальнейшего трудоустройства. Целевой заказ предприятий на обучение специалистов для конкретных предприятий региона. При создании данной системы выпускники получают гарантированное трудоустройство, а предприятие, в свою очередь, – необходимых специалистов, что способствует созданию имиджа востребованного, надежного вуза.

Шаг 7. Вынесение маркетинговых мероприятий, направленных на привлечение студентов и финансовых средств в вуз, в ранг стратегически важных. Выделение штатных единиц по ведению маркетинговой деятельности или аутсорсинг является необходимой мерой по выводу вуза из кризиса. Каждый отдельно взятый вуз решает, что является более удобным и выгодным. С одной

стороны, штатный сотрудник более тесно сотрудничает с преподавателями и студентами и лучше ориентируется в ситуации, с другой, внешний специалист менее предвзято относится к данному вузу, имеет свежий взгляд на проблему и является более компетентным в ее решении, так как имеет более богатый и разнообразный опыт в решении подобных задач. Главное – задачи специалиста по маркетингу в вузе стратегически важные, поэтому ответственность за их выполнение должна лежать на определенном человеке и/или отделе, а не распределяться между проректорами, заместителями и преподавателями, как это зачастую происходит во многих вузах, совершающих вялые попытки выхода из сложившейся ситуации.

«Будем развиваться – будем жить. Не будем развиваться – нас ждет гибель. Это всеобщий закон энтропии, в соответствии с которым все, что не наполняется новой энергией, не укрепляется, а наоборот ослабевает, разрушается и, в конце концов, погибает», – пишет С.И. Плаксий.

Главная задача вуза в современных условиях – перейти к качественно новому состоянию вуза – конкурентоспособному, новаторскому, действующему с опережением. Только конкурентоспособные вузы, которые создают новые виды деятельности и услуг, внедряют инновации и модернизируют научно-техническую базу, смогут выжить и развиваться в современном образовательном и экономическом пространстве. Жизнеспособность вуза напрямую зависит от его готовности к реформам и изменяющимся условиям рынка. Вузы, которые отвечают требованиям современного рынка образовательных услуг, могут предоставить обществу компетентных специалистов, способных адаптироваться к быстрым темпам развития техники, технологии и экономики, будут необходимыми и востребованными в современной России.

Библиографический список:

1. Анучин А.А., Беленов О.Н. Конкурентоспособность стран и регионов [Текст]: /А.А. Анучин, О.Н. Беленов – М.: Кнорус, 2011.
2. Барыбин А.В. Вуз на волне перемен: о мерах повышения конкурентоспособности современного вуза в условиях изменяющегося рынка образовательных услуг: / А.В. Барыбин, Е.В. Рогинко // Журн. Креативная экономика – 2013. – № 12(84).
3. Варданян Н.А. Применение дистанционных образовательных технологий при изучении информатики с целью индивидуализации процесса обучения [Текст] / Н.А. Варданян // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, март 2013 г.). – Уфа: Лето, 2013. – С. 167-169.
4. Надеин Н.В. Направления оценки конкурентоспособности вузов на рынке образовательных услуг [Текст]: /Н.В.Надеин // Журн. Актуальные вопросы экономических наук. 2015. № 42. С. 115-120.
5. Осипова Л.Б.. Жизненные стратегии современной молодежи. /Л.Б. Осипова, Л.А. Энвери [Текст]: // Журн. Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2012. – № 4(4) – С. 106-108.
6. Осипова Л.Б. Дистанционное обучение в вузе: модели и технологии [Текст]: / Л.Б. Осипова, О.М. Горева //Журн. Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 723.
7. Старостин В.С.Актуальные вопросы внутрифирменного маркетинга в сфере образования [Текст]: / В.С. Старостин, Е.В. Сумарокова // Журн. Инициативы XXI века. 2015. № 1-2. С. 28-31
8. Степенко А.Е. Основные факторы конкурентоспособности ВУЗа [Текст]: / А.Е. Степенко // Журн. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2015. № 46. С. 28-33.
9. Черепанов М.А. Дистанционное обучение в ВУЗе[Электронный ресурс]: / М.А. Черепанов, К.Д. Дулепина // Журн. Наука и образование: новое время. 2014. № 5. – Режим доступа: [www/ URL: http://articulus-info.ru](http://www.articulus-info.ru)

КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ КАК ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПО «ПОЛЕТ»)

Левочкина Н.А.,

доцент, к.э.н., к.и.н. ФГБОУ ВПО ОмГУ им. Ф.М. Достоевского

Корпоративные музеи все больше становятся конкурентным преимуществом компании и системообразующим элементом формирования корпоративной идентичности, корпоративной культуры.

Ключевые слова: *Корпоративный музей, корпоративная социальная ответственность, постиндустриализация.*

Сегодня в России корпоративная социальная ответственность (КСО) – это не просто новомодная концепция, лежащая в основе PR-мероприятий компаний. Это необходимая составляющая любой успешной компании, целью которой является достижение лидерских позиций на рынке и сохранение их. КСО – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества, осуществляемый посредством социальных инвестиций, направленных на профессиональное развитие и социальную защиту персонала, поддержку здравоохранения, спорта, культуры, образования, охрану окружающей среды и т.п. Деятельность в этой области должна носить системный характер и согласовываться с интересами всех заинтересованных сторон.

На практике компании по-разному подходят к формированию подсистемы КСО. Это зависит от множества факторов, среди которых можно отметить следующие: размер компании; организационно-правовая форма; уровень диверсификации компании, в том числе в отношении бизнес линий и продуктов, рынков сбыта, финансового портфеля; состояние ресурсного и кадрового обеспечения; система нормативно-правового регулирования КСО; политики компании в отношении КСО; поддержка принципов КСО персоналом компании и его руководством [1].

Одним из звеньев внутреннего пространства корпоративной социальной ответственности является и организация корпоративного музея. Корпоративный музей занимает особенное место в системе КСО, он одновременно принадлежит как внутренней системе (поскольку формирует историю предприятия), так и внешней (поскольку демонстрирует важность отрасли, в которой работает предприятия для государства в целом). Как отмечает в своей статье И.В. Пуликова, не только государство, но и частные компании стремятся к накоплению и сохранению исторических ценностей, важных именно для своей, конкретной сферы деятельности. На сегодняшний день в России существуют музеи железнодорожного транспорта, биржевого, банковского, страхового дела, нефтедобычи и т. д., даже музей истории шоколада и какао [4]. Непосредственный рост внимания общественности к этой категории музеев и заметную активизацию их деятельности следует отнести, по мнению И.В. Пуликовой, к XX – началу XXI вв. по ряду причин: укрепление в обществе сознания того, что свидетельства воплощения в жизнь достижений науки и техники не менее важны для мировой цивилизации, чем произведения искусства, являются частью общечеловеческого культурного наследия и должны сохраняться; кроме «охранительной» функции, которая присуща всем музеям без исключения, корпоративные музеи стали приобретать новые функции как в рамках предприятий, так и «во внешней среде»; корпоративные музеи постоянно расширяют контакты и укрепляют связи с сотрудниками предприятий, членами их семей, жителями городов, в которых находятся предприятия; корпоративные музеи, реализуя собственные программы, открыли возможности для влияния на социокультурную ситуацию в своем регионе [4].

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Разумеется, необходимо учитывать тот факт, что подобные музеи открываются в рамках крупных предприятий, чье влияние на экономико-социальную жизнь региона может иметь значение через реализацию собственных производственных задач. Кроме того, такие музеи успешно могут справляться и с такими важными для предприятий задачами как профориентация, PR, укрепление внутрикорпоративных коммуникаций и т.п. Кроме того, становится актуальной новая функция корпоративных музеев – презентационная, так как лучшей рекламой конкурентоспособности предприятия служит его овеянная история [2].

Основной проблемой в данном сегменте корпоративной социальной ответственности является необходимость сохранения и развития подобных музеев как в качестве отдельных единиц, так и как музеев, входящих в общеотраслевые структуры. Например, сеть корпоративных музеев ОАО «РЖД» (около 260 музеев различного уровня и оснащенности) охватывает практически всю территорию России. В настоящее время своими музеями располагают все дороги – филиалы ОАО «РЖД». В большинстве случаев музеи, которые имеют статус дорожных, называются «Музей истории... (далее следует название соответствующей дороги)». Это позволит зафиксировать историю развития промышленного сектора, что особенно актуально в эпоху постиндустриализации [4].

Музеи предприятий и организаций, действуя в рамках внутрикорпоративных профориентационных программ, имеют все возможности для того, чтобы демонстрировать варианты профессиональной и личностной реализации в конкретных населенных пунктах, что очень важно, учитывая неоднородность экономического, культурного и социального развития различных регионов России. В российских условиях деятельность корпоративных музеев несет важную социокультурную функцию: музеи соединяют воедино огромные территории и демонстрируют населению возможности профессиональной самореализации «на местах».

Одним из значимых корпоративных музеев города Омска является заводской музей Производственного объединения «Полет» (ПО «Полет» на данный момент является филиалом ФГУП «ГКНЦП им. М.В. Хруничева»).



Рисунок 2. Выставочный стенд ПО «Полет»

Подобные музеи имеют свои особенности. Своеобразие процесса возникновения и функционирования заводских музеев заключается: 1) в возникновении по инициативе ветеранов, сотрудников или руководителей предприятия; 2) неопределенность юридического статуса на всем протяжении существования; 3) несмотря на выделение в качестве основополагающих функций формирования и трансляции корпоративной культуры и презентационную, заводские музеи выступают и как новые формы связи с общественностью. Например, заводской музей ПО «Полет» к прошлому юбилею дня Победы (65 лет) представил свою экспозицию на региональной выставке «Так добывалась Победа», торжественное открытие которой состоялось 23 апреля 2010 г. в областном Экспоцентре. В церемонии открытия приняли участие Губернатор Омской области Л.К.Полежаев, представители кабинета Министров Омской области, депутаты Законодательного собрания. Главными и самыми почетными гостями выставки стали ветераны Великой Отечественной войны и труженики тыла [2].

В разделе выставки «Омское оружие фронту» производственное объединение «Полет» отразило работу предприятия в годы Великой Отечественной войны (рис. 2).

На стенде были представлены макеты боевых самолетов Ту-2 и Як-9, документы военного времени из музея и архива предприятия (командировочное удостоверение, грамоты, дипломы, приказы). Впервые широкой общественности был продемонстрирован фотоальбом с благодарственной надписью за заводские Яки от летчиков-ветеранов французского полка «Нормандия-Неман», которые в годы войны воевали на самолетах, изготовленных на омском авиационном заводе № 166 (так называлось в то время ПО «Полет»). Все гости и посетители выставки смогли увидеть текстовые материалы и фотографии, рассказывающие об основании завода в первые месяцы Великой Отечественной войны, о становлении производства, о выпуске самолетов Ту-2 и Як-9, об условиях труда, о А.Н.Туполеве и С.П.Королеве, работавшими на омском авиационном заводе № 166 с 1941 по 1942 гг. [5]. В данном случае корпоративный музей ПО «Полет» показал степень своей социальной ответственности на уровне хранителя истории. Сложившийся за прошедшие годы как социокультурный феномен заводской музей оказался универсальным институтом, раскрывающим при помощи представленных в нем коллекций и экспозиций содержание и специфику множества процессов, происходивших в социально-экономической и культурной жизни региона. Через историческое описание памятников и предметов древности и посредством отношения ко многим из них как к реликвиям своего времени, связанным с выдающимися личностями, формировалось восприятие местным жителем его прошлого.

Обобщая все вышеизложенное, можно констатировать, что корпоративный музей – хранитель и транслятор корпоративной культуры, визитная карточка предприятия, свидетельство его конкурентоспособности, профориентационное звено управления предприятием и неотъемлемая часть культурного наследия региона.

Библиографический список:

1. Благов Ю.Е. Стратегический менеджмент. Эволюция концепции КСО и теория стратегического управления // Вестник С.-Петербур. ун-та. – Сер. Менеджмент. – 2011. – Вып. 1 // Режим доступа URL: // <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/> (дата обращения 15.03.2015)
2. Болдырева Н.Е. Заводские музеи России: специфика становления и оценка состояния [Электронный ресурс] // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2012. – Выпуск №10. Том.3 // Режим доступа URL: // <http://cyberleninka.ru/article/> (дата обращения 15.03.2015)
3. Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие [Электронный ресурс]. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008 // Режим доступа URL: // <http://kpfu.ru/docs/> (дата обращения 15.03.2015)
4. Пуликова И.В. Деятельность российских корпоративных отраслевых музеев [Электронный ресурс] // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 6 // Режим доступа URL: // http://www.mcfr.ru/journals/91/244/20437/20443/?phrase_id=853486 (дата обращения 15.03.2015)
5. ПО «Полет» филиал ГКНЦП им. М.В. Хруничева [Электронный ресурс] // Режим доступа URL: // <http://www.polyot.su/> (дата обращения 15.03.2015)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ. ОТРАСЛЕВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ

Лизунов В.В.,

*к.ф.-м.н., доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Омская экономическая лаборатория ИЭиОПП СО РАН;*

Черепанова И.В.,

к.ю.н., доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Представлены особенности и проблемы подготовки профессиональных кадров в переходный период; блок процессов исследования, консультирования и обучения; необходимость и сущность образовательных кластеров.

Ключевые слова: *переходный период; блок исследования, консультирования и обучения; отраслевые образовательные кластеры; стратегия развития.*

1. Особенности подготовки кадров в переходный период. Радикальная реформа в России, значительно осложненная мировым экономическим кризисом, привела к глубоким изменениям во всех сферах российского общества. Очевидно, что кризис для России является системным и в основном он является кризисом управления. Продолжение реформ, разработка и реализация антикризисных мер сталкиваются с трудностями теоретического и методологического характера, проблемами формирования адекватных ценностей и нового современного мировоззрения, необходимостью разработки эффективных мер на всех уровнях управления. Этот процесс сопровождается значительным дефицитом профессиональных, научных и управленческих кадров.

Попытки преобразования сверху планово-директивной экономики в децентрализованную рыночную, а также формирования правового государства и гражданского общества в условиях распада прежней системы ценностей и связанных с ней социальных институтов, показали необходимость не только глубокой рефлексии динамики общественных процессов, но и формирования совершенно новой управленческой культуры (так же, как новой экономической культуры и предпринимательской культуры, связанных с формированием нового сословия), в том числе новых форм и методов подготовки профессиональных кадров.

Отказ от планового и иерархического принципа руководства экономикой, необходимость новой адекватной системы ценностей требует: формирования новых социальных институтов; коренного изменения методов работы, организационных структур, моделей поведения; иного научного, информационного, правового и кадрового обеспечения. Опыт показывает, что поспешно принимаемые и научно необоснованные управленческие решения часто оказываются социально и экономически неприемлемыми и влекут за собой тяжелые последствия. Положение значительно ухудшает отсутствие социальной ответственности, а часто – доминирование корыстных интересов и ощущение безнаказанности у руководителей, что заставляет высшее руководство страны заявлять об отсутствии нравственных регуляторов, «утере нравственных ориентиров».

В работах зарубежных авторов в области экономики и управления вопросы специфики перехода общества и государства от планово-директивной к рыночной экономике не рассматривались. А исследования отечественных авторов фрагментарны и противоречивы. Естественно, что этот процесс перехода (или перевода) заключается не только в том, чтобы разрушить централизован-

ную систему и ввести рыночную торговлю и частную собственность. Он не имел прецедентов в истории, чрезвычайно сложен и требует особого мировоззренческого и методологического подхода. Очевидно, что в организации этой деятельности (тем более в условиях кризиса) основным принципом должна быть не только модернизация, но и инновационное опережающее развитие. При этом крайне необходима реализация изначальных идей реформы – повышение реальной заработной платы и производительности труда.

В новых условиях, как убедительно показывает опыт, основными целями должны являться:

- формирование «прорывных» стратегий и научно-технических направлений;
- создание инновационной инфраструктуры;
- реструктуризация хозяйства;
- подготовка высококвалифицированных кадров;
- формирование системы гражданских ценностей.

В условиях радикальных изменений в социально-экономической и политической жизни нашей страны крайне актуальным и важным становится приобретение опыта формирования, управления и реорганизации предприятий, способных эффективно работать не только в стабильных условиях рынка, но и в «переходном периоде» – в условиях формирования регулируемой рыночной экономики и гражданского общества. Поэтому, наряду с использованием мирового опыта, необходимо учитывать и отечественный опыт развития науки и промышленности, имеющий свою исторические и социокультурные корни, а также специфику переходной экономики. При этом чрезвычайно важным, наряду с обеспечением преемственности, сохранением положительного опыта, является решение проблем, присущих планово-директивной экономике, основными причинами которых являлись:

- жесткое государственное регулирование и контроль поведения личности;
- отсутствие свободы слова, предпринимательства и пр.;
- абсолютное преобладание государственной собственности и практически отсутствие частной собственности;
- централизованное государственное планирование всех видов деятельности на всех уровнях управления.

Рыночная экономика, как правило, имеет бóльшую эффективность, она организована по товарному принципу, функционирует на основе равноправных отношений, правовых норм, свободного предпринимательства и рыночных цен, многообразия форм собственности, однако требует регулирования, поскольку не только подвержена кризисам, но и социально и экологически не ориентирована.

Переходная экономика сложнее как административно-плановой, так и отлаженной рыночной экономик. Она должна обеспечить переход от технологической к товарной организации производства, поэтому содержит элементы обоих видов экономики и требует динамических и сложных методов регулирования и управления переходными процессами. Необходимо коренное изменение связей, норм и правил во всех сферах деятельности, отношений по горизонтали и вертикали, к стадиям жизненного цикла продукции, факторам повышения конкурентоспособности, развитию и использованию научно-производственного потенциала, информационному, научному и технологическому обеспечению производства товаров и услуг на основе маркетинговой политики, и, естественно, к методам подготовки и переподготовки кадров [5].

Очевидно, что основой переходной и регулируемой рыночной экономик являются повышение конкурентоспособности, активизация инновационной деятельности, повышение качества всех производственных и обеспечивающих производство процессов, государственный и общественный контроль в целях обеспечения процессов развития. Эти условия накладывают достаточно серьезные требования к процессам формирования и совершенствования необходимых инфраструктур, систем регулирования и управления территориями и предприятиями, развития инновационной и эффективной кооперационной, в том числе кластерной политики, формированию кластерных стратегий, подготовки необходимых – высококвалифицированных – кадров.

2. Блок процессов исследования, консультирования и обучения. В настоящее время на управленческих должностях работают, как правило, управленцы-практики, не имеющие соответствующего профессионального образования. Учебные заведения дают в основном теоретические знания, недостаточно обращая внимание на практические навыки выпускников. Известно, что по специальности работают около 20-30 % выпускников вузов, остальные вынуждены переучиваться. С другой стороны, успешно работающие управленцы и предприниматели получают уникальный опыт практической работы, который не обрабатывается теоретически.

Эти вопросы рассматривались неоднократно на семинарах и конференциях в Омске с 1990-х годов, в том числе на Межрегиональной научно-практической конференции «Социальный диалог на рынке труда» в 1999 г. [6].

Для решения проблем развития методов управления и подготовки управленческих кадров в регионе нами предлагалось создание системы из трех взаимно увязанных блоков:

I – консалтингового, обеспечивающего взаимное консультирование управленцев-практиков и специалистов по управлению;

II – исследовательского, обеспечивающего исследование и адаптацию зарубежного, а также выявление, анализ и формализацию отечественного опыта (совместно со специалистами по управлению и управленцами-практиками);

III – образовательного, обеспечивающего обучение студентов, подготовку и переподготовку специалистов всех уровней, с учетом результатов исследований и использованием различных (эффективных) форм обучения.

В целях эффективной реализации этого комплексного подхода предлагалась также разработка и реализация региональной «Программы развития методов управления и управленческого образования» с необходимым обеспечением учебной литературой, методическими материалами, учебными программами, обменом опытом, конференциями и интерактивными проблемными семинарами, а также создание Координационного совета и рабочих групп из специалистов по управлению хозяйственными, научными, образовательными и управленческими структурами.

Министерством образования РФ в 2000 г. были приняты государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования второго поколения (ГОС-2), в которых, кроме общих гуманитарных, социально-экономических, общих математических и естественнонаучных дисциплин, было включено изучение целого ряда общепрофессиональных и специальных дисциплин. Предусмотрен также региональный (вузовский) компонент, факультативные дисциплины и курсы по выбору студентов (элективные). Кроме переводных зарубежных появилась множество отечественных учебников и пособий различного качества, разработаны тысячи образовательных программ для подготовки специалистов от технических, гуманитарных, экономических, медицинских, юридических, военных до творческих направлений в области культуры и искусства.

В настоящее время Правительством России в целях вхождения страны «в единое европейское образовательное пространство», открытия границ конкуренции на рынке образовательных услуг принят Федеральный государственный образовательный стандарт 3-го поколения (ФГОС-3), вводящий в высшей школе многоуровневую форму обучения в соответствии с Болонской конвенцией, что приводит к радикальному изменению системы отечественного образования. За основу ФГОС-3 принята европейская система кредитов и зачетных единиц, рейтингово-балльная оценка, компетентностный подход освоения уровней и ступеней подготовки выпускников, модульный подход к составлению образовательных программ [16], что считается необходимым для студентов, собирающихся продолжить (или начать) образование в европейских вузах.

Очевидно, что при этом нельзя ликвидировать 5-летнюю подготовку специалистов-инженеров, что явно противоречит насущным требованиям большинства российских промышленных предприятий, фактически лишает статуса и ликвидирует корпус российских инженеров. Кроме того, в кризисных условиях требуется радикальный пересмотр российской единой тарифно-квалификационной системы профессий и специальностей – ЕТКС, адаптация её и привязка к Европейской квалификационной системе (ЕКС).

Правительством и Минобрнаукой РФ в течение ряда лет утверждаются нормативно-законодательные акты по переходу к многоуровневому высшему образованию, но пока слабо проработаны стандарты подготовки как бакалавров (первый уровень), так и магистров (второй уровень), тем более – не увязаны требования подготовки докторов (PhD – третий уровень) с учеными степенями, действующими в нашей стране. С первым уровнем – бакалавриатом – пока нет ясности, например, как по структуре базовой федеральной компоненты, так и вариативной части, определяемой вузом совместно с работодателями.

Очевидно, что требуется системный пересмотр критериальных оценок качества подготовки выпускников каждого уровня системы высшего профессионального образования (ВПО) и решения сопряженных с ними проблем реформирования ВПО. Еще больше проблем возникает в системе начального профессионального образования (НПО) и среднего профессионального образования (СПО), а также в практике использования Единого государственного экзамена (ЕГЭ).

Специалисты высшей школы и инженерного корпуса России при обсуждении реформирования системы ВПО призывают к профессиональному и историческому подходу в оценке ситуации. Широко распространено мнение о том, что проводимая реформа и принимаемые «антикризисные меры» для российской высшей школы могут оказаться гораздо более разрушительными, чем мировой экономической кризис. Сегодня требуется серьезные исследования и не одна дискуссия среди ученых, преподавателей, управленцев и предпринимателей о содержании инновационных программ в образовании с сохранением лучших традиций российской системы образования. В отличие от западного прецедентного подхода (транслирующего положительный опыт) и привычных практик, требующих переобучения и тренинга персонала при изменении условий или характера труда, лучшие школы российской системы образования (например в физтеховском варианте) позволяют выпускникам прекрасно самостоятельно адаптироваться не только к изменяющимся условиям российской экономики, но и при работе за границей, что очень ценится западными специалистами.

С разрушением традиционного для России фундаментального подхода к профессиональному образованию вывод страны из системного и технологического кризисов, а также включение России в процессы глобализации и международной конкуренции значительно осложняются. При этом система НПО, СПО и ВПО не должна подстраиваться под сегодняшний, деформированный отечественный рынок труда, ей необходимо работать на перспективу, на новые формы организации хозяйства, как основному стратегическому фактору, формирующему и развивающему национальную культуру, образ жизни и мышления будущего поколения, живущего в условиях глобализации мировой экономики и культуры.

Высшее образование считать избыточным – это крупная профессиональная, стратегическая, политическая, нравственная и экономическая ошибка. При реформировании российской системы образования необходимо учесть, что в условиях «переходного периода» в вузах слабо развивается исследовательская деятельность и ее взаимодействие с консалтинговой и образовательной составляющими, недостаточно развит региональный (вузовский) компонент, поэтому качество подготовки выпускников далеко от требуемого на практике.

Одному из авторов статьи (В.В.Лизунову) довелось участвовать в работе секции «Новые кадры для общества и государства» в рамках прошедшего 21-22 ноября 2001 г. в Москве «Гражданского Форума – 2001». В проблемной дискуссии и круглых столах этой секции участвовало более 200 человек, среди них – представители учебных заведений, профессиональных объединений управленцев и предпринимателей, Совета Федерации, Государственной Думы, администрации Президента РФ, министерств и ведомств.

В ходе дискуссии были выявлены основные проблемы, касающиеся вопросов подготовки кадров для общества, государства и предпринимательских структур: 1) подготовка кадрового резерва; включение работодателей из государственных, предпринимательских и гражданских организаций в процесс подготовки новых кадров; 2) формирование предпринимательского сословия, его самосознания, корпоративной этики и системы отношений с государством и обществом; 3) взаимодействие государства и общества в осуществлении «революции управляющих»; 4) создание профессиональных объединений и корпораций управленцев как важнейших субъектов общественного развития и партнеров государства.

Одни участники считали, что процесс возникновения управленческой прослойки должен обеспечиваться за счет самоорганизации профессиональных управленческих ассоциаций, другие – что этот процесс должен производиться государством [19]. Как часто бывает, опять складывается ситуация «ложной альтернативы», поэтому необходим комплексный подход, использующий всевозможные формы и различные (адекватные) методы, которые именно в совместном применении (сочетании) дают максимальный эффект.

В решение региональной научно-практической конференции «Омская область: пути и перспективы развития», прошедшей в Администрации Омской области 27 февраля 2002 г., нами были включены следующие пункты [13]:

- «обеспечить развитие новых методов управления, управленческого образования и консультирования на всех уровнях, организацию совместной деятельности специалистов по управлению и управленцев-практиков»;

- «провести разработку и реализацию региональной Программы подготовки и переподготовки кадров, в том числе высококвалифицированных специалистов среднего звена, менеджеров инновационных процессов, патентоведов, работников муниципального и государственного управления».

При вузах существуют центры повышения квалификации и переподготовки кадров, в которых уже ставятся задачи проведения совместных исследований, обеспечивающих выявление, анализ и адаптацию зарубежного и отечественного опыта (и формирование на этой основе образовательных программ), взаимного консультирования специалистов-теоретиков и управленцев-практиков, а также проведения обучения, повышения квалификации и переподготовки специалистов различных уровней. Особенно важной задачей является кадровое обеспечение процессов формирования и развития региональных отраслевых кластеров, образующих не стихийные, а оптимальные связи между предприятиями, органами управления и образовательными учреждениями, обладающих значительно большей эффективностью за счет синергетического эффекта.

3. Необходимость и сущность образовательных кластеров. В условиях радикальной перестройки и вхождения России в мировое рыночное пространство, необходимой оптимальной территориальной организации хозяйства и повышения конкурентоспособности продукции требуется максимальная реализация регионального научно-технического и образовательного потенциалов, эффективное кадровое обеспечение предприятий и организаций, что приводит к необходимости формирования региональных отраслевых образовательных кластеров.

Основным условием для формирования образовательных кластеров является появление реальных заказчиков кадров в лице крупных предприятий (корпораций) или территориальных объединений (ассоциаций) предприятий, которые будут сами участвовать в подготовке необходимых кадров. Крупные предприятия в состоянии организовать в своем составе учебные центры и обеспечить необходимыми ресурсами работу учебных организаций различного уровня, от начального до подготовки специалистов высшей квалификации, в том числе переподготовку кадров.

Предприятия могут формировать заказ по востребованным специальностям, определять содержание обучения, направлять для обучения лучшие инженерно-технические кадры, проводить учебно-производственную практику на реальной производственной базе и тем самым добиваться высокого качества подготовки кадров всех уровней.

Анализ имеющегося опыта показывает, что для решений проблем восполнения существующего дефицита трудовых ресурсов как рабочих специальностей, так и высококлассных специалистов для предприятий различных отраслей целесообразно выстроить «образовательную вертикаль»: проводить начальную предпрофильную работу в школах в 8-9 классах, профилизацию в 10-11 классах, начальное профессиональное образование и среднее профессиональное образование в средних специальных учебных заведениях, высшее профессиональное образование в вузах и центрах переподготовки кадров, что (при поддержке заказчиков, а также органов регионального и муниципального управления) приводит к созданию новой образовательной системы – отраслевого образовательного кластера.

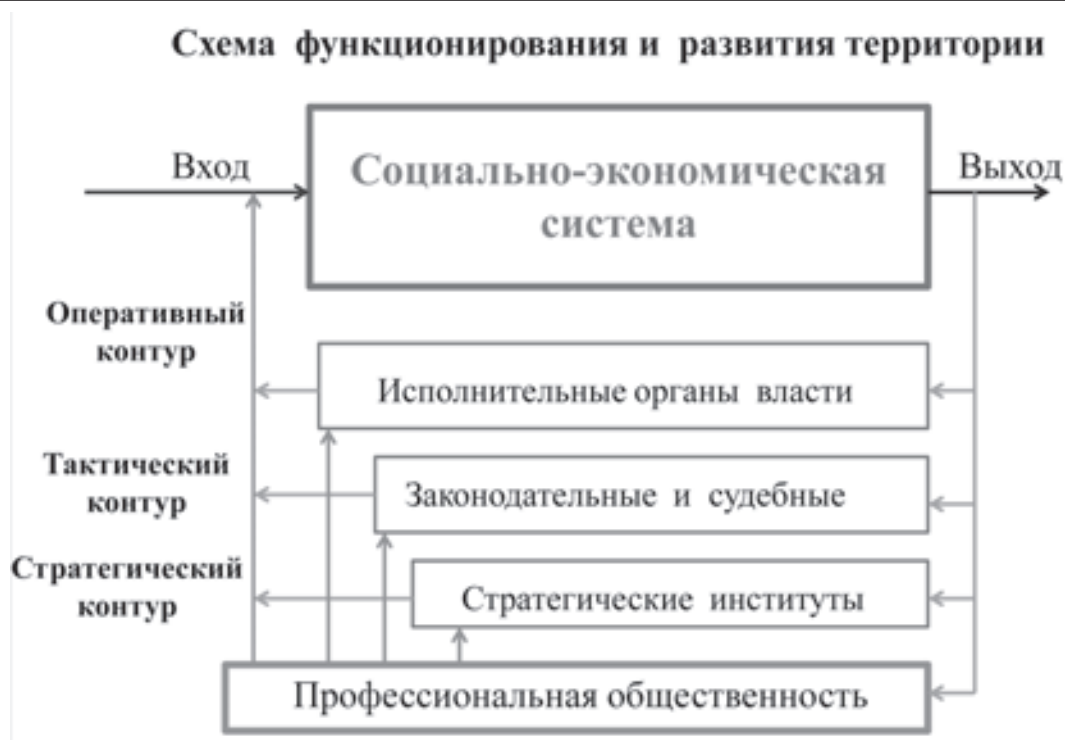


Рисунок 1 – Общая схема функционирования и развития территории с участием профессиональной общественности [7; 18].

С учетом вышеизложенного, региональным отраслевым образовательным кластером можно назвать совокупность взаимосвязанных учреждений профессионального образования, пользующихся правовой, методической и ресурсной поддержкой соответствующих региональных и муниципальных органов управления, объединенных по отраслевому признаку и партнерскими отношениями с предприятиями отрасли [3, 8].

В работе [1] регион рассматривается как многоотраслевая система с использованием трехаспектного подхода, соответствующего трем парадигмам: 1 – неоклассической, в которой экономическая система рассматривается как совокупность взаимодействующих агентов; 2 – парадигме институциональной экономики, согласно которой действия агента разворачиваются не в свободном рынке, а в сложной системе, заполненной различными институтами – организациями, правилами, традициями и т.п.; 3 – эволюционной – парадигме, которая опирается на динамическое представление о деятельности агентов с учетом наследования основных особенностей поведения в рамках своей эволюции. В этой модели в состав региональной социально-экономической системы входят все отраслевые и иные организации, элементы, образующие инфраструктуру территории, а также подсистема управления, образованная исполнительной и законодательной ветвями власти; судебная власть при этом выполняет функции поддержания институционального порядка.

К этой схеме нами применен кибернетический подход, в котором подсистема управления региональной социально-экономической системы представлена в виде трех контуров: оперативного, тактического и стратегического (рис.1). При этом оперативное управление осуществляется исполнительными органами власти, тактическое – законодательными и судебными. Значительная проблема для российских регионов в настоящее время состоит в создании и функционировании стратегического контура. По нашему мнению, в формирующемся гражданском обществе (наряду с региональными, специально уполномоченными структурами) решающую роль в этом процессе должна играть профессиональная общественность, деятельность которой поддерживается нормативно-правовыми актами федерального и регионального уровней [7; 18].

В работе [1] для взаимосвязи элементов системы включена также структура, определяющая взаимосвязь элементов, которая может быть представлена в виде четырехмодульной модели: 1

социо-видение (социально-организационный модуль: система власти, общественные и политические организации, население, социальные учреждения, институт семьи); 2 хомо-видение (общественный модуль, представленный составом социума, системы ценностей, уровень интеллекта, мировоззрение, иные качества, необходимые для реализации личной миссии в рамках миссии общества); 3 техно-видение (модуль науки и техники, научный и технологический потенциал, банки и биржи новаций, базы знаний, консультационные и экспертные центры); 4 эко-видение (экономико-экологический модуль: система экономических субъектов и ресурсный потенциал).

В центре этого квадрата в качестве ключевого элемента помещается региональный образовательный кластер – система социальных институтов, производящих родового человека и связанного с четырьмя модулями специфическими связями, материальными и информационными потоками, производящими обмен технологиями, необходимыми для производства родового человека. Конечным продуктом такой системы образования является родового человека, представленный структурой социума, множеством его характеристик, определяющий демокультуру региона как часть социальной составляющей его развития, в том числе «совокупность социально-психологических установок, автоматизмов и привычек сознания, формирующих способы видения мира и представления людей, принадлежащих к той или иной социально-культурной общности», то есть менталитет [2].

Демографическая среда характеризуется также такими параметрами народонаселения, как численность, плотность, расположение, возраст, пол, раса, род занятий и другими статистическими показателями, а также их динамикой.

Многие из указанных характеристик социума лишь косвенно формируются системой образования, что не преуменьшает роль образовательного кластера в экономике региона. Таким образом, демографический аспект развития региона является выходом системы образования, иными словами – указанный аспект формируется образовательной системой.

Аспект науки и техники представляет собой ресурс внешней среды, определяющий общий научный базис, общее развитие ТСО (технических средств обучения) и является источником образования стержневых компетенций образовательного кластера.

Экономико-экологический аспект также является ресурсом развития образовательного кластера, но иного рода – это активы, сосредоточенные во внешней среде, представляющие собой возможные для привлечения ресурсы населения, которое оно готово расходовать на образование, самоинвестировать их с целью приобретения определенных умений, навыков и компетенций. В указанную категорию входят также средства организаций, заинтересованных в специалистах определенной квалификации, которыми последние готовы «кредитовать» потенциальных работников на определенных условиях (например, специалист должен отработать на предприятии определенный период времени или возместить расходы на его образование). Экологическая составляющая указанного аспекта является условием нормального физиологического развития родового человека, обеспечивая его нормальное здоровье и жизнедеятельность.

Социально-организационный аспект определяет институциональную среду, в которой функционирует образовательный кластер. Его роль заключается в нормативном регулировании деятельности образовательного кластера и создании благоприятных условий для его развития посредством управления региональным развитием и формированием остальных элементов региональной институциональной инфраструктуры.

Очевидно, что все аспекты регионального развития взаимосвязаны и образовательный кластер «встроен» в среду таким образом, что оказывает воздействие на все аспекты регионального развития и одновременно, использует ресурсы среды, развитие которых может быть отнесено ко всем четырем аспектам регионального развития. Поэтому региональный образовательный кластер обеспечивает развитие всех четырех модулей, которые, в свою очередь, определяют развитие самого образовательного кластера. При этом роль региональной системы образования и образовательных кластеров определяется их первичностью в процессе циклического развития, их главной ролью, определяющей функцией.

В результате функционирования цепочки создания ценности регионального образовательного кластера происходит формирование уникального продукта – знаний, умений, навыков и компетент-

ностей (ЗУНК), носителем которого являются различные категории людей. Цепочка формирования профессиональных кадров в образовательном кластере начинается с дошкольных образовательных учреждений (ДОУ) и заканчивается докторантурой или иным уровнем высшей квалификации. При этом имеет место отбор, при котором кадров с высшей квалификацией выпускается меньше, чем остальных категорий.

В процессе реформирования системы российского образования крайне необходимо повышение качества образования за счет дифференциации и индивидуализации общего образования на основе многообразия образовательных учреждений и вариативности образовательных программ, которое было заложено в Концепции модернизации российского образования 2002 года [11]. При этом реализуется профильное обучение – дифференциация и индивидуализация обучения, позволяющего за счет оптимизации структуры, содержания и организации образовательного процесса более полно учитывать не только потребности работодателя, но также интересы и способности учащихся, создавать условия для обучения старшеклассников в соответствии с их профессиональными интересами и намерениями в отношении продолжения образования. Профильное обучение направлено на реализацию личностно-ориентированного учебного процесса, при котором существенно расширяются возможности выстраивания учеником индивидуальной образовательной траектории.

Очевидна необходимость интеграции образовательных институтов в единую систему, связанную отношениями оказания специфического вида услуг и развития современного общества, определяющую направление развития образовательной системы, ее интеграцию и согласование стандартов, связывающих выходы одних образовательных институтов с другими – более высокого порядка. Высшие учебные заведения в советское время были территориально распределены. Научный потенциал был сосредоточен в центрах деловой и общественной активности. Школы также характеризуются определенной специализацией, поэтому необходима перекрестная вертикальная интеграция, образующая устойчивые связи между институтами системы образования различных уровней с целью обеспечения специализации обучения человека-знающего на всех этапах его роста, начиная с дошкольного возраста [2].

Для отраслевых образовательных кластеров системными операторами могут являться отраслевое министерство и головной вуз, которые учитывают кадровые потребности всех отраслей и ресурсы населения. Поэтому реформа профессионального образования требует создания нового федерального и регионального нормативно-правового поля. Поучительным примером служит опыт Татарстана, сформировавшего эффективную систему из 14 отраслевых образовательных кластеров, основанную на использовании государственно-корпоративного партнерства в рамках образовательного кластера [17, с. 13].

Создание отраслевых образовательных кластеров в Татарстане сопровождается мерами по реформированию системы начального и среднего профессионального образования республики: 1) заключение соглашения между бизнес-сообществом и Правительством республики; 2) заключение соглашения с Министерством обороны РФ о подготовке кадров по ВУС в образовательных учреждениях Республики Татарстан; 3) создание профессиональных колледжей с двухуровневой системой подготовки кадров (НПО и СПО); 4) повышение ответственности отраслевых министерств и базовых предприятий за состоянием дел в системе подготовки кадров; 5) переход на нормативное бюджетное финансирование подготовки кадров; 6) переход на преимущественный набор обучающихся после 11 класса; 7) модернизация содержания и технологии обучения; 8) пропаганда рабочих профессий в СМИ; 9) совершенствование республиканской нормативно-правовой базы в сфере профессионального образования [17, с. 5].

Реформирование системы профессионального образования республики Татарстан обеспечивается определением базовых предприятий, формированием автономных образовательных учреждений и наблюдательных советов для них. Правительством Татарстана также определен порядок формирования государственно-корпоративного заказа на подготовку кадров [9; 14].

В 2010 г. нами подготовлена и опубликована коллективная монография «Кластеры и кластерные стратегии», в 2012 году выпущено её второе издание, исправленное и дополненное [8]. Для приме-



Рисунок 2. Типовая структура отраслевого образовательного кластера

нения в Омской области нами были разработаны типовая структура отраслевого образовательного кластера (рис. 2), а также структура и «Соглашение о государственно-корпоративном партнерстве по созданию и развитию отраслевого образовательного кластера биомедицинских технологий и медицинского приборостроения в Омской области» [4; 10; 15]. Концепция отраслевого образовательного кластера разрабатывается также в Сибирской автомобильно-дорожной академии (СибАДИ).

В последние годы в нашей стране возникла ситуация снижения качества профессионального образования и даже его невостребованность, невыгодности инвестиций в образование, роста дефицита высококвалифицированных кадров. Использование кластерного подхода значительно повышает качество подготовки специалистов и эффективно решает организационные вопросы кадрового обеспечения отраслей российской экономики [7; 12].

Создание отраслевых образовательных кластеров повысит эффективность процесса профессиональной подготовки специалистов: усилится практическая направленность и подготовленность обучающихся, будет обеспечена успешность овладения актуальными профессиональными компетенциями, появится возможность использования индивидуальной траектории развития обучающихся (элективность) в получении образования, повысится эффективность передачи знаний и опыта обучающимся.

Библиографический список:

1. Лапыгин Д.Ю. Методическое обеспечение процесса разработки плана стратегического развития региона // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №6. – С. 40-52.
2. Лапыгин Д.Ю., Корецкий Г.А. Контуры регионального образовательного кластера // Экономика региона: Электронный журнал ВлГУ. – № 18, декабрь 2007, (часть 2). Интернет-ресурс – <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=264>.
3. Лизунов В.В. Кластерная политика и перспективы формирования образовательных кластеров // VI Омские торгово-экономические чтения. Материалы II Междунар. научно-практич. конф-ции: Повышение конкурентоспособности российской экономики в современных условиях: управленческие, финансовые, коммерческие аспекты. В 2-х частях. Ч.2. – Омск: ИП Погорелова Е.В., 2008. (– 558с.) – С. 484-498.
4. Лизунов В.В. Необходимость и сущность образовательных кластеров // Образование Омской области. – 2011. – № 4 (27). – С. 42-45.

5. URL: <http://vestnik.omskedu.ru/index.php?cat=17&arttext=3141>
6. Лизунов В.В. Проблемы управления и управленческого образования // Материалы научно-практической конференции «Социальное партнерство в сфере формирования кадрового потенциала организаций региона» (16 мая 2002 г.) – Омск: Администрация Омской области, 2002. – С. 104-110.
7. Лизунов В.В. Системные вопросы подготовки управленческих кадров // Социальный диалог на рынке труда. Материалы межрегиональной научно-практической конференции (27-28 апреля 1999 г.). Омск: Администрация Омской области, 1999. – С. 161-163.
8. Лизунов В.В., Колоколов А.А., Лебедев В.М., Соловьев А.А. Повышение активности профессиональной общественности в целях реализации Стратегии социально-экономического развития города Омска до 2025 года: Отчет по проекту. – Омск: Администрация г. Омска, Омский Дом ученых, 2015. – 56 с.
9. Лизунов В.В., Метелев С.Е., Соловьев А.А. Кластеры и кластерные стратегии. Монография / Издание 2-е исправл. и дополн. – Омск: Издатель ИП Скорнякова Е.В., 2012. – 280 с.
10. Мухаметзянова Г.В., Пугачева Н.Б. Кластер как инструмент интеграции организацией профессионального образования и бизнеса // Взаимосвязь профессионального образования, бизнеса и производства как фактор подготовки конкурентоспособного специалиста: Мат-лы Международной научно-практич. конф-ции (Казань, 10 апреля 2008 г.). – Казань: КГАСУ, 2008. – 472 с.
11. Титенко В.В., Лизунов В.В. Особенности образовательных кластеров. Образование Омской области. – 2012. – № 3(30). – С. 6-8.
12. О Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года / Приказ Министерства образования Российской Федерации № 393 от 11.02.2002.
13. Повышение научно-инженерной активности омской молодежи: создание Омского молодежного международного инженерного бизнес-инкубатора: Сборник методологических материалов / Под ред. к.ф.-м.н., доцента Лизунова В.В. – Омск: Изд-во Хамелеон, 2011. – 220 с.
14. Решение региональной научно-практической конференции «Омская область: пути и перспективы развития» (27 февраля 2002 г.). – Омск: Администрация Омской области, Омская экономич. лаборатория ИЭиОПП СО РАН, 2002. – 8 с.
15. Университет в структуре образовательного кластера. Интервью с ректором КГТУ Дьяконовым Г.С. // Высшее образование в России. – 2008. – № 2. – С. 48-56.
16. Федоров А.Э., Лизунов В.В., Татарец Т.И. Инновационный кластерный подход к профессиональной подготовке кадров // Межкафедральный сборник научных и методических трудов. Выпуск 1. – Омск: Омский научно-образовательный комплекс (ОНОК), 2011. – 95 с. – С. 69-73.
17. Формирование общеевропейского пространства высшего образования. Задачи для российской высшей школы. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. Концепция модернизация российского образования. URL – <http://www.kremlin.ru/text/docs/2002/04/57884.shtml>
18. Формирование системы профессионального образования – образовательный кластер Республики Татарстан: презентационные материалы. – Казань: РИЦ «Школа», 2008. – 36 с.
19. Черепанова И.В. Фактическая и юридическая природа государственной гражданской службы // Закон и право. – 2014. – №12. – С.15-29.
20. Чернышев С.Б. Гражданские тезисы // Русский журнал. М., 2001. URL: Интернет-сайт Русского университета по программе «Революция управляющих» (РУ-РУ): www.ru-ru.net; Интернет-сайт Центра корпоративного предпринимательства (ЦКП): www.ckp.ru.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ

Литвищенко К.С.,

к.э.н., Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

По образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры – в государственных образовательных организациях по очной форме в Смоленской области в 2014 году обучалось 23,64%, по очно-заочной – 6,94%, по заочной – 69,42% студентов; в негосударственных – по очной форме – 16,31%, по очно-заочной – 1,1%, по заочной – 82,59% студентов [2].

В негосударственных образовательных организациях высшего образования обучение осуществляется на платной основе. Удельный вес численности лиц, обучающихся на платной основе, в общей численности студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования, в государственных образовательных организациях составил 7,69%. Реализация образовательных программ высшего образования с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения осуществляется только в негосударственных образовательных организациях и лишь по программам бакалавриата – 8,76% студентов (в 2013 году – 3,13% студентов).

Говоря о кадровом обеспечении образовательных организаций высшего образования, стоит отметить, что в 2014 году удельный вес численности лиц, имеющих ученую степень кандидата наук, в общей численности профессорско-преподавательского состава (без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) организаций, осуществляющих образовательную деятельность по реализации образовательных программ высшего образования, в негосударственных образовательных организациях составил 61,26% (в 2013 году – 60%), тогда как в государственных образовательных организациях этот показатель составляет только 30,43% (в 2013 году – 39,13%). В отношении ученой степени доктора наук наблюдается такая же тенденция: в негосударственных образовательных организациях – 19,52% (в 2013 году – 16,67%), тогда как в государственных образовательных организациях только 6,52% (в 2013 году – 4,35%).

Большинство преподавателей в возрасте до 30 лет работают в государственных образовательных организациях. Так, удельный вес численности лиц в возрасте до 30 лет в общей численности профессорско-преподавательского состава в государственных образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по реализации программ высшего образования, составил 8,7 %, в негосударственных – лишь 1,2 % [2].

Если говорить о структуре штатов образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по реализации программ высшего образования, то на 100 работников штатного состава в государственных образовательных организациях приходится 60,87 человек (в 2013 году – 46,38 человека) внешних совместителей, в негосударственных – 52,25 (в 2013 году – 49,72 человека).

В 2014 году в расчете на 1 работника профессорско-преподавательского состава по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры – приходилось в негосударственных образовательных организациях 5,91 студента (в 2013 году – 6,94 студента), в то время как в государственных лишь 3,74 студента (в 2013 году – 2,8 студента).

В Смоленской области успешно решалась задача повышения заработной платы профессорско-преподавательского состава государственных и муниципальных образовательных организаций высшего образования. В 2014 году среднемесячная заработная плата профессорско-преподавательского

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

состава составила 137,2% к среднемесячной заработной плате в Смоленской области (в 2013 году – 126,8%).

Материально-техническая база образовательных организаций высшего образования соответствует требованиям лицензионных норм. Площадь учебно-лабораторных зданий образовательных организаций высшего образования в расчете на одного студента в государственных образовательных организациях составляет 34,03 кв. м, (в 2013 году – 30,33 кв. м.), тогда как в негосударственных – 17,84 кв. м, (в 2013 году – 14,57 кв. м.).

Существенно улучшилось обеспечение образовательных организаций высшего образования современным информационно-технологическим оборудованием. Так, все образовательные организации высшего образования имеют подключение к Интернету со скоростью передачи данных 2 Мбит/сек. и выше.

Число персональных компьютеров, используемых в учебных целях, в расчете на 100 студентов составляет в негосударственных образовательных организациях 35,21 единиц (в 2013 году – 30,36 единиц), тогда как в государственных – 22,06 (в 2013 году – 19,66 единиц). Из них имеют доступ к интернету в негосударственных – 32,52 единиц (в 2013 году – 30,36 единиц), тогда как в государственных лишь 6,97 единиц (в 2013 году – 6,21 единиц).

Удельный вес финансовых средств от приносящей доход деятельности в общем объеме финансовых средств, полученных образовательными организациями от реализации образовательных программ высшего образования, составил в негосударственных образовательных организациях – 99,76 %, в государственных образовательных организациях – 2,35 % (в 2013 году – 4,38 %).

Объем финансовых средств, поступивших в 2014 году в образовательные организации высшего образования, в расчете на одного студента составил 397,6 тысяч рублей в государственных образовательных организациях (в 2013 году – 369,95 тыс. руб.) и 179,66 тыс. руб. – в негосударственных (в 2013 году – 135,02 тыс. руб.) [4, С.25].

Привлечение финансовых средств образовательными организациями высшего образования осуществляется в рамках научной и творческой деятельности. Так, удельный вес финансовых средств, полученных от научной деятельности, в общем объеме финансовых средств образовательных организаций высшего образования составил в государственных образовательных организациях – 3,65% (в 2013 году – 3,86 %), в негосударственных чуть больше – 4,65 % (в 2013 году – 3,97%). В расчете на 1 педагогического работника объем данных финансовых средств составил 64,54 тысяч рублей – в государственных образовательных организациях (в 2013 году – 45,11 тыс. руб.) и 57,9 тысяч рублей – в негосударственных (в 2013 году – 41,06 тыс. руб.) [3, С.44].

Поскольку одна из главных функций Департамента это участие в мониторинге качества образования в вузах региона, то мы сконцентрируемся на анализе положения в данной сфере. Совершенствование управления качеством образования актуализируется для вузов сегодня по нескольким причинам. С одной стороны, на качество образования в вузе все больше обращают внимание будущие абитуриенты, возможности которых выбрать тот или иной вуз, с учетом получения высшего образования на платной основе, значительно выросли. С другой стороны, возрастают требования рынка труда к квалификации выпускника, а следовательно, – к авторитету высшего учебного заведения, диплом которого предъявляется выпускником потенциальному работодателю. Таким образом, для современных абитуриентов актуальным стал вопрос качества потенциального полученного образования. И, в свою очередь, перед руководителями вузов и их структурных подразделений встает проблема создания таких условий его функционирования и управления, которые гарантировали бы высокое качество образования своих выпускников.

В Смоленской области функционируют 8 вузов и 24 филиала. Вся информация о мониторинге вузов есть на сайте Департамента, для того чтобы абитуриенты и их родители могли принимать решения на основании объективной информации.

По итогам мониторинга эффективными признаны следующие вузы: «Смоленская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»; «Смоленская государственная сельскохо-

зьяйственная академия»; «Смоленский государственный медицинский университет»; «Смоленский государственный университет»; «Смоленский гуманитарный университет»; Смоленский институт экономики – филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет управления и экономики»; Смоленский филиал «Современная гуманитарная академия»; Смоленский филиал НОУ ВПО «Московская академия экономики и права»; Смоленский филиал РАНХиГС при Президенте Российской Федерации; Смоленский филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»; Смоленский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; филиал Национального исследовательского университета «МЭИ» в г. Смоленске. По итогам мониторинга выполнившими менее 4 показателей, а следовательно, не являющимися эффективными признаны следующие вузы: Смоленская Православная Духовная Семинария; Смоленский государственный институт искусств; Смоленский филиал МИИТ; филиал «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Смоленске; Филиал «Московский институт государственного управления и права» в Смоленской области; Филиал «МПСУ» в г. Рославле Смоленской области. Согласно информационно-аналитическим материалам, по результатам проведения мониторинга 2015 года деятельности образовательной организации высшего образования проводится анализ достоверности предоставленных данных Смоленского филиала ОЧУ ВО «Международный юридический институт». Ряд вузов (филиалов) Смоленской области по результатам мониторинга 2014 года, выполнившие менее 4-х показателей, не предоставили информацию о проведении мероприятий по повышению эффективности деятельности. Другие смоленские вузы не принимали участия в мониторинге.

Поскольку одна из главных функций Департамента по образованию, науке и делам молодежи – это участие в мониторинге качества образования в вузах региона, то, на наш взгляд, Департаменту следует активизировать работу в этом направлении. На сайте Департамента есть информация об эффективных и неэффективных вузах Смоленской области.

Но этой информацией редко пользуются абитуриенты и их родители (всего 83 просмотра за год), поскольку на сайте Департамента нет никаких ссылок на эти данные. В период работы приемных комиссий вузов на сайте должна работать своеобразная «горячая линия». Основное предназначение данной «горячей линии» – информирование потенциальных студентов и их родителей.

Некоторые неэффективные вузы скрывают эту информацию, так, например, в приемную кампанию 2015-16 гг. Смоленский филиал «Российского университета кооперации» не сообщал своим абитуриентам, что вуз не предоставил информацию о проведении мероприятий по повышению эффективности деятельности с учетом рекомендаций Рособнадзора [1].

В итоге у этого вуза была приостановлена аккредитация, что, конечно, явилось полной неожиданностью для студентов, абитуриентов и их родителей.

Такую же ситуацию можно наблюдать и в отношении Смоленского филиала «Саратовской государственной юридической академии», вуз вообще не подавал данных в Рособнадзор о своей деятельности, т.е. не принимал участие в мониторинге, но активно размещал свою рекламу в областном центре, что еще раз свидетельствует о недобросовестной конкуренции на рынке образовательных услуг.

Совершенствование управления качеством образования актуализируется для вузов сегодня по нескольким причинам.

С одной стороны, на качество образования в вузе все больше обращают внимание будущие абитуриенты, возможности которых выбрать тот или иной вуз, с учетом получения высшего образования на платной основе, значительно выросли.

С другой стороны, возрастают требования рынка труда к квалификации выпускника, а следовательно – к авторитету высшего учебного заведения, диплом которого предъявляется выпускником потенциальному работодателю.

Таким образом, для современных абитуриентов актуальным стал вопрос качества потенциального полученного образования.

И, в свою очередь, перед руководителями вузов и их структурных подразделений встает проблема создания таких условий его функционирования и управления, которые гарантировали бы высокое качество образования своих выпускников.

Каждый вуз должен самостоятельно проводить оценку своей конкурентоспособности, оценивая свое положение на рынке.

Для этой цели можно использовать сопоставление параметров анализируемого вуза с параметрами конкурента. Еще одна проблема сферы высшего образования в регионе – неравноправие вузов с различной формой собственности.

Условия должны быть равными, а значит, государственная как федеральная, так и региональная поддержка должна в равной степени оказываться вузам независимо от формы их учредительства, исключительно на основании конкурентоспособности, как это происходит во всём мире.

Когда государство решится на полноценную поддержку негосударственных вузов, страна получит: а) интеллектуальный продукт; б) реально работающую конкурентную среду; в) высокие места в мировых рейтингах.

Что касается вектора развития негосударственного образования, то его следует строить после того, как мы определим, для чего нужен этот сектор.

Во всём мире главная задача частных вузов — создавать конкурентную среду в образовании, без неё никакое развитие невозможно. Устроить же конкуренцию исключительно среди государственных организаций — задача в современных условиях невыполнимая.

Не случайно программы поддержки негосударственного сектора образования действуют практически во всех развитых странах мира.

У нас ситуация принципиально иная: нет ни одной государственной программы, в которую был бы включён частный вуз или колледж.

Даже если наукометрические показатели негосударственного вуза выше, чем у национального исследовательского или федерального университета, финансирование направляется на поддержку вузов, учреждённых государством.

Если оценивать деятельность высшего образования по таким параметрам, как патенты, доход от интеллектуальной собственности, то негосударственный сектор окажется на порядок эффективнее.

Сегодня цель эффективного развития сферы высшего образования в регионе – сделать региональные вузы центрами подготовки высококвалифицированных специалистов. При этом активно формируется многоступенчатая (бакалавриат – специалист – магистратура), территориально распределенная (центр – периферия, головной вуз – филиалы), структурированная (лицей – колледж – вуз – послевузовское образование) модель высшего образования. Все это требует введения новой модели управления университетской жизнью.

Библиографический список:

1. www.miccedu.ru/monitoring
2. www.admin-smolensk.ru
3. Головина М.М. Анализ рынка труда г. Смоленска // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации – 2015 – С. 41-48.
4. Головина М.М. Совершенствование менеджмента качества вузов города Смоленска // Социально-экономическое развитие региона: опыт, перспективы, инновации. – 2015 – С. 20-28.
5. Литвищенко К.С. Менеджмент качества вузов города Смоленска: сравнительный аспект // Социально-экономическое развитие региона: опыт, проблемы, инновации. – 2015. – С. 121-128.
6. Тарасова Е.В. Современная проблематика подготовки экономистов в России // Роль образования в формировании экономической, социальной и правовой культуры Сборник научных трудов. Комитет по науке и высшей школе Правительства Санкт-Петербурга. – 2014 – С. 253-255.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В РЕКЛАМЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ)

Мжельская О.К.,

к.ф.н., доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В данной статье рассматривается феномен интертекстуальной компетенции как основы взаимодействия коммуникантов, обладающих общим фондом фоновых знаний культурно-исторического и практического характера.

Ключевые слова: интертекстуальность, фоновые знания, прецедентное имя, рекламный текст, лингвокультура.

CULTURAL ASPECTS OF PRECEDENT PROPER NAMES USE IN ADVERTISING (BASING ON THE RUSSIAN AND ENGLISH ADVERTISING TEXTS)

Olga Myhelskaya,

Assistant Professor at Art, Nature and Legal Sciences Department
Candidate of Linguistics at Omsk Institute (branch) of Plekhanov RUE

This article examines the phenomenon of intertextual competence as a basis for the communicants' interaction having a common fund of background cultural, historical and practical knowledge.

Keywords: intertextuality, background knowledge, precedent proper name, advertising text, linguistic culture.

В настоящее время идет процесс превращения рекламы в единую глобальную индустрию, в связи с чем все труднее диверсифицировать один вид рекламы от другого. Но в данной статье мы будем опираться на идеи Ф. Котлера, который, классифицируя рекламные тексты в зависимости от цели, обращает внимание, в частности, на информативную рекламу, решающую следующие задачи: рассказ рынку о новинке или о новых применениях существующего товара; информирование рынка об изменении цены; объяснение принципов действия товара; описание оказываемых услуг; исправление неправильных представлений или рассеяние опасений потребителя, формирование образа фирмы [4, с. 434]. В связи с этим исследователей всё чаще привлекают вопросы, связанные с изучением взаимодействия в рекламном тексте лексических единиц разного происхождения. Проблема интертекстуальности получает новый виток развития и смещает акцент лингвистических исследований на феномен интертекстуальной компетенции как основы взаимодействия коммуникантов, обладающих общим фондом фоновых знаний культурно-исторического и практического характера.

Фоновые знания представляют собой одну из лингвокультурологических универсалий, необходимых для осуществления межкультурной коммуникации. Универсалии культуры, по мнению

В.С. Стёпина, выполняют тройную функцию: «Во-первых, они обеспечивают своеобразную квантификацию и сортировку многообразного, исторически изменчивого социального опыта. Во-вторых, универсалии культуры выступают базисной структурой человеческого сознания, их смыслы определяют категориальный строй сознания в каждую конкретную историческую эпоху. В-третьих, взаимосвязь универсалий образует обобщенную картину человеческого мира, то, что принято называть мировоззрением определенной эпохи» [6, с. 4344]. Существуют разнообразные определения фоновых знаний, например, данное Словарем лингвистических терминов под редакцией О.С. Ахмановой: «обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой общения» [1, с.498]. Но большинство исследователей рассматривают фоновые знания как совокупность знаний о мире и культуре, создающих условия для успешного взаимопонимания, как «социально-культурный фон, характеризующий воспринимаемую речь» [2, с. 5]. Согласно этой точке зрения, фоновые знания рассматриваются как экстралингвистическое явление, неотъемлемо сопровождающее коммуникацию, как «невербальный компонент речевого общения», таким образом, «фоновые знания в широкой трактовке – это практически все знания, которыми располагают коммуниканты к моменту общения» [7, с. 54]. Специфическое для каждой культуры восприятие функциональных возможностей речи предполагает особый взгляд на самую природу языка, осознание которой происходит в результате непосредственного переживания языка в процессе коммуникации.

Имена и названия всегда играли особую роль в функционировании языков. С выяснения имени начинается знакомство людей друг с другом. Собственные имена чрезвычайно важны для общения и взаимопонимания людей. От нарицательных слов их, кроме прочего, отличает тенденция к универсальности использования. Например, переходя к разговору на другом языке, нам приходится использовать иные нарицательные слова в отношении знакомых предметов и понятий, однако знакомого нам человека мы будем называть одним и тем же именем, независимо от того, на каком языке мы станем к нему обращаться.

Особенностью личных имён является то, что они обладают большой способностью к образованию вариантов или дериватов. «Дериваты объединяют все производные имена: сокращённые, ласкательные, уменьшительные и фамильярные (*short forms, pet names, diminutives, familiar forms*), не поддающиеся чёткой дифференциации» [5, с. 8]. В настоящее время мы можем наблюдать такое явление, как стереотип социального восприятия, который способствует выдвиганию на первый план уменьшительно-ласкательных дериватов в качестве общепринятого способа именованья лица. Так, многие видные деятели политики и культуры в Англии и Америке предпочитают представляться уменьшительным вариантом своего имени (*Jimmy Carter, Tony Blair*), т. к. форма имени способствует созданию популярного и демократичного образа. Американский лингвист Э. Смит в своей работе «*Treasury of name logs*» приводит следующее рассуждение на данную тему: «Человек, известный под своим полным паспортным именем, серьёзен, талантлив, пользуется успехом и уважением. Это председатель правления, директор многих компаний, лауреат Нобелевской премии, авторитетный деятель церкви, он высоко платежеспособен – словом, занимает видное место на авансцене. С другой стороны, человек, известный под уменьшительным именем, больше склонен к развлечениям, спорту и азартным играм, ставка в которых не слишком велика; у него может быть университетский диплом и даже видный пост, хотя и не самый высокий в фирме... Мастера развлекательного жанра, которые хотят нравиться, чаще становятся известны под уменьшительными именами» (Цит. по Д.И. Ермолович «Имена собственные на стыке языков и культур») [3, с. 44].

Таким образом, процесс понимания (восприятия и интерпретации) текста связан с активизацией когнитивных структур. Будучи ментальными единицами, когнитивные структуры находят своё выражение в речи, актуализируя прецедентные знания и представления – значимые для личности в познавательном и эмоциональном отношении, имеющие сверхличностный характер, регулярно воспроизводимые в речи носителей языка (К.В. Балеевских, Л.О. Бутакова, Ю.Н. Караулов). Вопрос о соотношении понятий «прецедентность» и «интертекстуальность» является одним из наиболее неоднозначных в отечественной лингвистике. В большинстве исследований они используются синонимично, что свидетельствует о размытости границ между двумя понятиями и отсутствии чётких

критериев разграничения. В рамках данной статьи нас интересует проблема интертекстуальности рекламного текста, где примером текста в тексте являются прецедентные имена собственные.

Прецедентное имя – это индивидуальное имя, связанное с прецедентными текстами или с прецедентными ситуациями, включающее всю совокупность социально-говорящих имён любых ономастических рядов. Тенденция к семантизации имени собственного проявляется, в частности, в отыменных прозвищах, которые как бы ярко демонстрируют ту информацию антропонима, которая известна восприятию из апеллятивной основы имени. При употреблении прецедентных ситуаций и прецедентных имён необходимо принимать во внимание коммуникативную перспективу высказывания. Атрибутами прецедентного имени называются некие «элементы», тесно связанные с означаемым прецедентным именем, являющиеся достаточными, но не необходимыми для его сигнификации.

Осмысление рекламы как части культуры приводит исследователей к выводу о том, что реклама интертекстуальна, как никакое другое явление культуры, поскольку любой рекламный текст должен быть коротким, в связи с этим возникает необходимость насытить его интертекстуальными отсылками, прецедентной лексикой и примерами фоновых знаний. Отличие данной разновидности текста заключается в том, что экстралингвистический уровень детерминирует лингвистический: выбор речевых средств подчиняется целям рекламного воздействия, важную роль в реализации которого играет установление ассоциативных связей. Смысловое содержание вербальных единиц определяет характер ассоциаций, которые соединяют новые факты с прежним опытом, усиливают работу памяти, представляя потенциальному покупателю отвечающий его ожиданиям образ. Основой актуализации ассоциативных связей прецедентных имён в рекламе является их широкая известность среди носителей конкретной лингвокультуры.

Так, например, компания, выпускающая чемоданы, «дипломаты», сумки, летнюю мебель и аксессуары в г. Денвер, шт. Колорадо, называется «*Samsonite*» – «*Самсонит*», и её рекламный лозунг звучит следующим образом: «*О нашей прочности сложены легенды*» – «*Our Strengths Are Legendary*».

Предмет рекламы – кожаные сумки. Прецедентное имя – Самсон, ветхозаветный судья-герой, который обладал огромной силой; его имя используется как символ надежности, крепости, того, что не подведет. Самсон носил длинные волосы, служившие источником его необычайного могущества; коварная филистимлянка Далила выведала, в чём сила Самсона, и остригла его волосы; он ослабел, был захвачен филистимлянами и брошен в темницу, но вскоре волосы Самсона отросли, и сила вернулась к нему. Таким образом, рекламодатели говорят о надежности своего товара.

Throughout times, men have waged wars. Some for power, some for glory, some for honor – and some for love. From the epic motion picture. Troy. The Noble Collection brings a recreation of the Sword of Achilles. Crafted to exact detail, the sword has a bronze plated stainless steel blade. – Во все времена люди вели войны – кто-то за власть, кто-то за славу, кто-то за честь, а некоторые и за любовь. Из эпической киноленты «Троя». В «Коллекции Доблести» воссоздан меч Ахиллеса. Сделанный вручную до мельчайших подробностей, меч имеет клинок из нержавеющей стали, покрытый бронзой. (Sky Mall)

Предмет рекламы – меч-сувенир. Прецедентное имя – Ахиллес, который являлся храбрейшим из героев Троянской войны (считается, что его имя происходит от греческого слова «*боль* – *αχος*»). Он был непобедимым воином, однако у него было одно слабое место – пята, из-за которой он и погиб. Реклама адресована поклонникам фильма «Троя» и ценителям истории. Чтобы привлечь внимание клиентов, авторы рекламы подробно описывают внешний вид сувенира «*a bronze plated stainless steel blade*» и используют неполные предложения, пытаясь, таким образом, предоставить максимум информации о рекламируемом товаре. Рекламодатели предлагают детям и их родителям окунуться в атмосферу того времени, и почувствовать себя участниками событий и посредством данного меча самим стать Ахиллесом.

5. «*...whether you are looking to bring out your inner Michael Moore, put a Big Brother spin on your next family reunion or produce a remake of The Lord of the Rings trilogy in your backyard, the latest digital video cameras have more than enough features to make it happen*». – ... хочешь открыть в себе Майкла Мура, чтобы Большой брат наблюдал за каждым на очередном семейном собрании, или сделать у себя на заднем дворе ремейк трилогии Властелин колец, в новых цифровых видеокамерах есть все для этого и даже больше. (*Newsweek*)

Прецедентное имя – Майкл Мур – американский журналист и кинорежиссёр-документалист, работающий в жанре острой социальной и политической сатиры. Авторы рекламы обращаются к любителям видеосъёмок, апеллируя к имени известного режиссера. При этом, имея в виду видеокамеру, они используют метафору «Big Brother» – это персонаж романа Джорджа Оруэлла «1984», единоличный лидер государства Океания, в данном рекламном тексте идет отсылка к известной всем цитате «*Старший (Большой) брат за тобой наблюдает. Big Brother is watching you*». «*to bring out your inner Michael Moore*», имея в виду талант режиссера, пытаюсь, таким образом, привлечь внимание публики и донести до покупателей мысль о том, что с помощью этих видеокамер можно снять все, что угодно, даже сделать подобие фильма «Властелин колец».

«Языковые барьеры в вашей работе появляются, скорее всего, внезапно, и преодолевает их, не дай бог, в срочном порядке дочь вашего бухгалтера – второкурсница с иныза. Такой проводник на международные арены может стать для вашего бизнеса Иваном Сусаниным. За скорой лингвистической помощью лучше обращаться в «Перевод-бюро В.В. Пенежина». (City guid)

Предмет рекламы – бюро переводов. Прецедентное имя – Иван Сусанин, русский национальный герой, крестьянин из села Домнино Костромского уезда. Согласно легенде он был нанят отрядом войск Речи Посполитой в качестве проводника в село Домнино, где находился Михаил Фёдорович Романов. Сусанин завёл вражеские войска в болотистый лес, где был ими замучен за отказ указать верный путь. Реклама адресована людям, которым нужна переводческая помощь. Ее авторы используют не геройские качества Сусанина, а проводят параллель с самой ситуацией. Они сравнивают плохо сделанный перевод с болотистым лесом. Из такого леса нельзя выбраться, а в плохом переводе нельзя ничего понять. Авторы намекают на то, что если вы хотите, чтобы ваш бизнес, возможно, дело всей вашей жизни, процветал, то не стоит обращаться к людям с сомнительными знаниями иностранных языков, а лучше прийти к профессионалам, которые работают, согласно этой рекламе, в бюро переводов Пенежина. Как часто бывает, официальной героизации противопоставляется ирония, нелепость, абсурдность ситуации, а сам Сусанин в анекдотах из фигуры трагической превращается в комического героя, почти современника: то в хитроумного мужичка, «ловко обманувшего поляков», то в проводника-простофилю, заплутавшего в лесах вместе с «интуристами».

Приведенные примеры наглядно демонстрируют факт того, что прецедентные имена собственные позволяют передавать информацию в яркой, ёмкой и доступной форме. Это особо значимо для текстов печатной рекламы, которая, в отличие от других броских рекламных жанров, не исключает «случайное» восприятие. Наличие большого объёма экстралингвистической энциклопедической информации в значении прецедентных имён, а также их широкая известность представителям конкретной лингвокультуры определяют характер ассоциативных связей, которые играют важную роль в реализации рекламного воздействия: усиливают работу памяти потенциального покупателя, задействуют эмоциональную сферу, моделируя позитивный рекламный образ. Апелляция к прецедентным именам как в российской, так и в американской рекламе представляет собой национально-детерминированный приём, способствующий приданию товару дополнительных психологических ценностей.

Библиографический список:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: КомКнига, 2007. 571 с.
2. Гюббенет И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста. М.: Изд-во МГУ, 1981. 110 с.
3. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур / Д.И. Ермолович. – М.: Р. Валент, 2001. 200 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 656 с.
5. Рыбакин А.И. Словарь английских личных имён / А.И. Рыбакин. – М., 2000. 224 с.
6. Стёпин В.С. Философская антропология и философия науки / В.С. Стёпин. – М., 1992. 188 с.
7. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению. – М.: Высшая школа, 1988. 237 с.

ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОГРАММ-СИМУЛЯТОРОВ ЗВЕЗДНОГО НЕБА

Огрызков В.Е.,

к.т.н, доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Денисов Д.П.,

к.с-х.н, Омский промышленно-экономический колледж

Рассмотрены возможности виртуальных планетариев в качестве развивающих средств на занятиях информатики. Умение ориентироваться в любой системе координат, масштабно мыслить необходимо поможет будущему специалисту как технической, так и гуманитарной сферы. Информация полезна для выявления ресурсов повышения образовательной активности студентов.

Ключевые слова: *Вселенная, звезды, образование, виртуальные планетарии, путешествие*

DIDACTIC POTENTIAL OF SOFTWARE – SIMULATION OF A STARRY SKY

Ogrizkov V.E.,

Omskiy institute (the branch) RUSSIAN ECONOMIC UNION-VERSITET name G.V. PLEHANOVA (REU).

Denisov D.P.,

«Omskiy industrial-economic college»

Considered the possibility of virtual planetariums as developing means in the classroom of Informatics. The ability to navigate in any coordinate system, to think big is useful for specialist both technical and humanitarian spheres. Information is important to identify resources to raise the educational activity of students.

The Keywords: *Universe, stars, education, virtual planetarium, traveling*

Компьютеризация учебного процесса открывает новые перспективы повышения качества восприятия информации за счет наглядного моделирования взаимодействия объектов и систем, ускорения рутинных операций при обращении к данным и создания более комфортных условий коллективной работы.

Программы-симуляторы звездного неба (виртуальные планетарии) предоставляют пользователю уникальную возможность путешествовать во Вселенной в режиме реального времени за счет 3D визуализации пространства и рассматривать объекты от искусственных спутников до галактик [3, 6].

Относительная простота интерфейса, дидактический потенциал электронных планетариев, а также бесплатное распространение позволяют успешно применять их в образовательных целях как эффективное познавательное средство: уметь ориентироваться в любой системе координат и масштабно мыслить – всегда значимо для будущих специалистов как в технической, так и в гуманитарной сфере.

Виртуальная реальность в современном понимании – это моделируемая среда, создаваемая компьютером и активно реагирующая на запросы, учитывающая психофизические возможности

пользователей [1]. Образовательный процесс протекает ярче, воздушнее, если студенты воспринимают работу в достаточно сложной, многофункциональной программе как увлекательную игру. Этому способствуют факторы, улучшающие атмосферу знаний и благоприятствующие коллективному труду: понятный интерфейс, выразительность проекций, качественная аранжировка звуковыми, изобразительными эффектами и многое другое [5].

Распространение и использование интереснейших бесплатных программ типа «Celestia», «Stellarium», «Starcalc», «Orbiter», доступных в Интернете, актуально для успешной социализации учащихся, получения умений и навыков решения практических задач повседневной жизни [4].

Для соблюдения логической последовательности усвоения тем визуализация Вселенной должна быть привязана к конкретному разделу, модулю, блоку изучаемой дисциплины.

Работа в электронном планетарии решает важнейшую педагогическую задачу – развитие системного мышления учащихся, понимание гармонии окружающего мира.

Поскольку инструментарий популярных прикладных программ и систем универсален (открытие, сохранение файлов, копирование, экспорт и импорт данных, вызов команд, особенности интерфейса), комбинированный урок, как наиболее распространенный в педагогической практике, находит новое, многогранное перевоплощение в виртуальной среде, создаваемой компьютерными ресурсами класса [2]. В частности, игровые задания способствуют эффективному слиянию, сочетанию тем, как и сквозные примеры, средства автоматизированного контроля качества знаний.

Звездные симуляторы компактны в работе, поддерживают каталогизацию и поисковые операции, поэтому могут быть использованы наиболее широко как электронно-картографические информационные системы, т.е. базы данных, интегрированные с картой.

В частности, звездный симулятор «Celestia» отображает объекты Солнечной системы и включает каталог свыше 100 000 звезд и более 10 000 галактик, поддерживает screenshot, запись видеороликов. Это позволит спланировать в сценарии компьютерного занятия виртуальное путешествие вокруг Луны, полет к Сатурну или любой планете, спутнику – по выбору. Установив режим очертания созвездий, студенты смогут самостоятельно определить реальные координаты и текущее положение на небе всех «знаков» Зодиака.

Электронный планетарий «Stellarium» моделирует Вселенную в реальном времени – все объекты находятся в движении, и явления (например наступление солнечных и лунных затмений) симулятор отображает в абсолютной точности – так, как они видны на небе. Наглядность «Stellarium» такова, что экран монитора превращается в небольшой телескоп, в котором, по желанию, появляются названия и характеристики небесных объектов, меняется масштаб, возникают изображения мифических существ, обитающих во Вселенной.

Программа показывает звезды, планеты, туманности – для большей выразительности – атмосферу, ландшафт, грунт Земли для точки, в которой находится воображаемый наблюдатель, способный изменить город, страну и даже планету.

Каталог программы, по умолчанию, насчитывает более 600 000 звезд (при дополнениях свыше 210 млн звезд), присутствуют все планеты Солнечной системы, их главные спутники. Выполнены художественные изображения всех созвездий (выбор рисунков из множества культур – современной западной, древнеегипетской, арабской, китайской и т.д.), при выходе в Интернет студент знакомится с мифологическими сюжетами, связанными с конкретными объектами. Симулятор поддерживает платформы MS Windows, Mac OS X, Linux, Android, имеет (как и «Celestia») портативную версию, что существенно облегчает эксплуатацию или демонстрацию программы в классах.

В заключение следует учесть нюанс: каким бы ни был привлекательным игровой вариант освоения темы, он должен предполагать конкретный результат.

В этой связи практическое освоение симулятора галактик целесообразно завершить, к примеру, графической иллюстрацией в виде набора видимых зодиакальных созвездий, проверкой правила золотого сечения на примере движения планет Солнечной системы на листе расчетной таблицы, виртуальной фотографией обратной поверхности Луны, определения географических координат наблюдателя и положение планет на момент счастливого приземления.

Библиографический список:

1. Бахарева В.А. Виртуальная реальность в образовательной среде вуза / В.А. Бахарева, А.В. Фещенко // Развитие единой образовательной информационной среды: материалы XIV Международной научно-практической конференции. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2015. – С 38-41
2. Денисов Д.П. Примерный сценарий компьютерного урока с открытой архитектурой и скольжением тем / Денисов Д.П., Огрызков В.Е. // Наука и общество: проблемы современных исследований: Сб. науч. статей под ред. А.Э.Еремеева. – Омск: Изд-во НОУ ВПО «ОмГА», 2012. – С. 302-307.
3. Лакотко Н. В. Плоскостной проектор звездного неба. / Современное образование Витебщины, 2013. № 2(2). – С 14-16
4. Львова Т.В. Ситуационные задачи по предметам естественнонаучного цикла – ресурс обновления содержания школьного образования. / Пермский педагогический журнал, 2012, № 3. – С. 16–22.
5. Огрызков В.Е. Методика и алгоритмы диагностики ASMR и их использование в образовательном процессе. / В.Е. Огрызков, Д.П. Денисов, И.А. Курьяков // Сибирский торгово-экономический журнал. 2014. № 1(19). – С. 83-88.
6. Hughes S. W. Stellarium – a valuable resource for teaching astronomy in the classroom and beyond. / Science Education News, 2008. Vol. 57(2), – P.83-86.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ ЗА РУБЕЖОМ: ОПЫТ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Свиридова Е.А.,

к.ф.н. доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье представлен опыт становления и развития дистанционного обучения в европейском регионе (на примере Великобритании); предлагается краткий обзор современных тенденций и лидеров мирового рынка ДО.

Ключевые слова: *дистанционное обучение, Великобритания, Открытые университеты, высшее образование, онлайн курсы и программы, онлайн образование, рынок дистанционного образования*

E-LEARNING ABROAD: THE UK EXPERIENCE AND CURRENT TRENDS

Sviridova Elena,

*Assistant Professor, the Humanities, Science and Legal Disciplines Department
Candidate of Philology, Omsk Institute (branch) of Plekhanov RUE*

Abstract: The article presents history, development and present state of e-learning in Europe (basically, in Great Britain); it also provides current trends and world market leaders in e-education.

Keywords: *e-learning, Great Britain, Open University, higher education, online courses and programs, online education, e-education market*

Зарубежный опыт дистанционного обучения (ДО) берет начало в XIX веке и сегодня, базируясь на фундаментальных принципах традиционного обучения, широко пропагандирует внедрение инновационных технологий во все виды образовательной деятельности, развивая идеологию открытого общедоступного образования. Исследователи выделяют два основных подхода к развитию дистанционного обучения: европейский и североамериканский, которые опираются на две различные концепции его организации. Первый подход получил распространение в европейском регионе (Великобритания, Испания, ФРГ, Нидерланды и др.). Второй подход имеет место в Канаде и США. Принципиальное их различие состоит в том, что в Западной Европе дистанционное обучение развивалось, прежде всего, открытыми университетами (Open University – OU), которые финансируются правительствами. В Северной же Америке в конце XX века сложилась парадоксальная ситуация, вызванная уменьшением государственного финансирования – число желающих получить высшее образование с каждым годом возрастало, а вузы были не в состоянии охватить всех желающих очной формой обучения. Это привело к необходимости пересмотра стратегии развития традиционных форм образования в пользу увеличения числа учебных заведений, использующих дистанционные технологии обучения. Оставаясь в рамках заявленной темы, мы ограничимся рассмотрением становления и развития только европейской (прежде всего, британской) модели ДО.

Родоначальником дистанционного образования может считаться сэр Исаак Питман, который в 1840 г начал обучать стенографии студентов в Великобритании посредством почтовых отправок. Лондонский университет, основанный в 1836 году, стал первым вузом, предоставившим студентам, обучавшимся в аккредитованных учебных заведениях, право получить высшее образование дистанционно, сдав экзамены, проводимые университетом. Огромное влияние на развитие системы дистанционного образования оказало создание по инициативе правительства в 1969 г. Открытого Университета Великобритании (UKOU). Он изначально задумывался как университет, дающий образование без отрыва от основной сферы деятельности, причем при его создании был частично заимствован советский опыт заочного обучения. Процесс обучения в OU первоначально осуществлялся посредством почтовых отправок учебной литературы, контрольных работ, теле- и радиопередач, телефонных консультаций. Принципиальное отличие от советской системы заочного обучения заключалось в том, что обучение было максимально приближено к месту проживания студентов, где они занимались самостоятельно с использованием специально разработанных пособий. Помимо этого, Открытый Университет делал ставку на тьюторов, которые проживали недалеко от студентов и оказывали им помощь в специально организованных филиалах в форме консультаций, семинарских занятий, воскресных школ.

В настоящее время британский Открытый Университет является самым большим вузом в стране (более 250,000 студентов в возрасте от 25 до 54 лет) с многочисленными филиалами в разных странах. Университет предлагает широчайший спектр учебных курсов, разнообразные сроки их проведения, формы занятий, учитывающие образовательные запросы студентов. Стоимость обучения в нем, в среднем, на 40 % ниже, чем в классических университетах. Поступление в университет не предполагает сдачи экзаменов, наличия какой-либо квалификации или образования. Сайт OU (OpenLearn) делает учебный материал и другие образовательные ресурсы доступными бесплатно для потенциальных учеников в любой точке мира, без необходимости регистрации в качестве студентов. Открытый Университет стал первым британским университетом, присоединившимся к iTunesUniversity (*iTunesU* – бесплатная служба компа-

нии *Apple*, которая позволяет преподавателям, администраторам и партнерам управлять доступом к 500 000 единиц образовательных материалов различных вузов мира). Ежедневно его материалы скачиваются более 250000 раз.

Среди университетов классического типа Оксфордский университет, Лондонский университет, Кембриджский университет, университет Дерби, университет Бедфордшира и другие высокорейтинговые университеты и колледжи предлагают более 2600 курсов и программ онлайн в рамках дистанционного обучения. Чаще всего это программы и курсы, относящиеся к области бизнеса, права, медицины, науки, образования, общественных наук и технологии. В Великобритании основной упор в дистанционном образовании делается на программах послеуниверситетского образования (*postgraduate programmes*), в то время как в США в формате дистанционного обучения чаще предлагаются программы уровня бакалавриата (*undergraduate programmes*).

В целом, наиболее существенными практическими наработками в развитии дистанционного обучения в Западной Европе можно считать:

- создание сети учебных центров в наиболее перспективных районах;
- отлаженную систему подготовки преподавателей-тьюторов;
- модульный принцип разработки учебных материалов;
- разработку учебных программ, гарантирующих возможность получения образования, обеспечивающего конкурентоспособность на рынке труда;
- определение принципов построения оперативной связи обучающихся с вузом;
- гибкую и удобную систему оплаты [3, с.52]

Безусловно, что сегодня развитие ДО в западноевропейских государствах достигло высокого уровня, а программы законодательной поддержки электронного обучения разрабатываются более чем в 30 странах мира. Включение онлайн-курсов в образовательные программы в качестве обязательного компонента стало нормой во многих классических учебных заведениях мира. Многие ведущие университеты предоставляют бесплатные онлайн-курсы, одним из наиболее ярких примеров которых является созданный в 2011 году *проект Coursera*. Объединив первоначально открытые ресурсы трех крупнейших университетов США, он менее чем за год стал лучшим образовательным сайтом 2012 года, по версии журнала *Time*. По статистике, за первые полгода работы на проект было зачислено около 1 млн слушателей, а к началу 2013 года на портале зарегистрировалось около 2,3 млн пользователей из 196 стран. Сейчас Coursera сотрудничает с 33 университетами [6].

Усиление позиций развитых стран на мировом рынке образовательных услуг в формате ДО сегодня сталкивается с растущей тенденцией активного развития этого сектора и в развивающихся государствах. В среднем, рост рынка ДО в разных странах составляет 10–20% в год.

Исследование мировых тенденций и потенциала развития дистанционного обучения (*eLearning*) и обучения с помощью мобильных технологий (*mLearning*), проведенное глобальной компанией *Hanover Research* в 2011 году [5], определило семь ключевых университетов дистанционного обучения на мировом рынке высшего образования. В него, помимо *Открытого Университета (Великобритания)*, *Университета Дерби (Великобритания)*, *Мэриллендского университета (США)*, *Дрексельского онлайн университета (США)* вошли также *Индонезийский открытый университет (Universitas Terbuka)*, *Национальный открытый университет им. Индиры Ганди (Indira Gandhi National Open University)*, *Университет Южной Африки (University of South Africa)*.

Все названные образовательные заведения относятся к разряду «мега- университетов» с числом обучающихся от 100000 до 500000 и более по всему миру. Хотя предлагаемые ими программы обучения значительно различаются и обусловлены географическими, этническими, социальными, культурными, образовательными традициями, отмечается, что

бизнес и технологии, наряду с другими профессиональными дисциплинами, были наиболее распространенными академическими программами, предлагаемые всеми семью университетами.

К одному из ключевых результатов проведенного исследования относится вывод о том, что Африка и Индия оказались среди самых быстрорастущих рынков дистанционного образования. Это объясняется высоким спросом на высшее образование в этих регионах при неспособности существующей инфраструктуры удовлетворить этот спрос. Выявленные в ходе данного исследования мировые тенденции коррелируют с данными, представленными в публикации МИЭФ [4] и выглядят следующим образом.

Африка демонстрирует высочайший спрос на расширение глобального дистанционного обучения. При этом ЮАР начала извлекать выгоду из всех преимуществ цифрового образования. Разработаны национальные онлайн-ресурсы Edunet и Thutong, предлагаются онлайн-курсы для средних школ и колледжей по всей стране. В последние несколько лет наблюдается стабильный рост онлайн-сектора высшего образования; при этом спрос на высококвалифицированных учителей, в которых страна остро нуждается, может привести к особо интенсивному продвижению онлайн-программ подготовки педагогических кадров. И хотя в настоящее время онлайн-образование в ЮАР все еще находится в зачаточном состоянии, правительство страны продемонстрировало решимость совершенствовать и развивать возможности дистанционного обучения. Такие программы как GetSmarter и UNISA Online показывают, что эти цели являются вполне реальными.

Индия играет главную роль в быстром развитии онлайн-образования, характерного для всех азиатских стран. За последние несколько десятилетий в Индии появилось много университетов и колледжей мирового уровня, и их онлайн-программы пользуются большой популярностью. Отчасти такой острый интерес обусловлен экономическими причинами, так как многие просто не могут позволить себе не работать, обучаясь в традиционном колледже в течение двух или более лет. Онлайн-образование помогает решить эту проблему, а учитывая, что к концу десятилетия ожидаемая прибыль от онлайн-программ может достигнуть колоссальных \$ 1 млрд, становится ясно, что дистанционное обучение имеет в Индии прочные позиции.

Университеты дистанционного обучения в **Великобритании** в первую очередь предлагают курсы и программы постдипломного образования; коммерческие организации являются партнерами программ дистанционного обучения; большинство программ подпадают под категорию непрерывного профессионального образования; в целом рынок дистанционного обучения концентрируется вокруг бизнеса, образования, права, медицины и науки.

Созданная в середине 2009 года при Совете по финансированию высших учебных заведений (HEFC) рабочая группа по онлайн-обучению (Online Learning Task Force) рекомендовала правительству *инвестировать £100 млн в онлайн-образование*, с тем, чтобы помочь стране создать свой бренд, развивать и улучшать образовательные онлайн-ресурсы и стать крупным международным игроком на рынке дистанционного обучения. Эта рекомендация является, в некотором роде, ответом-реакцией на увеличение стоимости обучения в Великобритании, которое (обучение) прежде в значительной степени финансировалось государством. Его возросшая стоимость вынуждает сегодня студентов отказываться от получения высшего образования. Правительство надеется, что более удобные и дешевые образовательные варианты улучшат ситуацию. В настоящее время несколько частных, коммерческих поставщиков услуг и Открытый Университет играют ведущую роль в онлайн-образовании, но новое финансирование могло бы сделать программы более успешными и доступными для студентов.

США являются безусловным лидером в онлайн-образовании в современном мире, с сотнями онлайн-колледжей и тысячами интернет-курсов. 6 миллионов студентов США (почти треть всех получающих высшее образование) проходят, по крайней мере, один курс онлайн. На самом деле, количество студентов, обучающихся дистанционно, превышает число получаю-

щих высшее образование в целом; при этом, число онлайн-студентов в 2010-2011 годах увеличилось на 10%, а общее число обучающихся только на 2%. Руководство 65% высших учебных заведений страны отмечают, что онлайн-обучение является важнейшей частью их долгосрочной стратегии.

За рамками данной статьи остается рассмотрение, по необходимости, текущей ситуации с дистанционным обучением в таких странах как Китай, Южная Корея, Малайзия, Австралия, вошедшими (по мнению МИЭФ) в группу 8 стран-лидеров в онлайн-образовании. Интересный материал по этим странам имеет полное право на отдельное самостоятельное исследование.

Электронное образование сегодня составляет значимую долю в экспорте образовательных услуг европейских стран. В международном масштабе ДО является проводником политики образовательной экспансии – политики преодоления национальных границ и построения наднационального образовательного пространства. Кроме того, дистанционное обучение все чаще рассматривается как движущая сила развития экономики страны. Неслучайно в разработке программного обеспечения для крупнейших образовательных сетей мира участвуют такие известные компьютерные компании, как Novel, Microsoft, IBM, Apple, DEC, Sun и другие. Являясь объектом серьезного внимания со стороны государственных структур многих стран мира, системы дистанционного обучения нередко возглавляют в них списки инвестиционных проектов [2, с. 89].

В России электронное обучение становится особенно актуальным в условиях введения ФГОС нового поколения, перехода на уровневую систему образования и связанного с этим сокращения объемов аудиторной работы, расширения форм самостоятельной работы студентов, для организации которой рассматриваемый вид обучения открывает новые возможности [1]. Хочется верить, что, несмотря на все сложности и противоречия современного мира, Интернет-пространство будет неуклонно усиливать движение к единому общемировому образовательному сообществу, в котором любой человек из любой географической точки планеты сможет с помощью современных телекоммуникационных технологий получить доступ ко всем интеллектуальным богатствам, которые выработало человечество.

Библиографический список:

1. Гольшева М. Д., Диденко А. В., Власова М. В., Асадуллина Л. И. E-learning и дистанционное образование в России и за рубежом: проблемы и пути решения. URL: www.gramota.net/materials/2/2011/4/12.html
2. Киян И.В. Зарубежный опыт дистанционного обучения//Образование и общество. – 2010, № 5, С. 87-92.
3. Тавгень И.А. Дистанционное обучение: опыт, проблемы, перспективы. – Минск: БГУ, 2004. – 227 с.
4. 8 countries leading the way in online education. – <http://monitor.icef.com/>
5. Hanover Research report URL:
6. <http://www.hanoverresearch.com/wpcontent/uploads/2011/12/Trends-in-Global-Distance-Learning-Membership.pdf>
7. Kurs22: портал про образование. URL:
8. <http://kurs22.spb.ru/news/115-obrazovatelnoesoobshchestvo-rf-obespokoeno-veroyatnostyuytesneniya-tradicionnogo-obrazovaniyadistancionnym.html>].

ПЛАТНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Трусова В.П.,

старший преподаватель, ФГБОУ ВО Омский ГАУ им. П.А.Столыпина

Первых Т.Н.,

старший преподаватель, ФГБОУ ВО Омский ГАУ им. П.А.Столыпина

Ефремов О.В.,

старший преподаватель, ФГБОУ ВО Омский ГАУ им. П.А.Столыпина

Современный этап социально-экономического развития России характеризуется высокими темпами развития разных сфер услуг. Значительно возрастает ее роль в удовлетворении материальных и социальных потребностей людей, в организации их свободного времени, в самоутверждении и самореализации личности как важнейшей социальной ценности.

Одно из важных мест для решения этих проблем занимает отрасль социального сектора – физическая культура, которая способствует решению потребности в оздоровлении нации. В связи с этим значимую роль в организации спортивных услуг играют услуги платные, поэтому они развиваются и способствуют повышению качества оздоровительных услуг.

Ключевые слова: *здоровый образ жизни, платные услуги, физическая культура и спорт, молодежь, спортивные сооружения, досуг.*

V.P. Trusova,

upper teacher, the Department of physical culture and sports, FGBOU VO OMGAU named by P.A.Stolypin

T.N. Pervykh,

upper teacher, the Department of physical culture and sports, FGBOU VO OMGAU named by P.A.Stolypin

O.V. Efremov,

upper teacher, the Department of physical culture and sports, FGBOU VO OMGAU named by P.A.Stolypin

PAID EDUCATIONAL SERVICES IN THE SPHERE OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS

What characterizes the modern stage of socio-economic development of Russia is high rates of development of different fields of services. Significantly increase their role in meeting material and social needs of the people, in organizing their free time, in self-affirmation and self-realization as important social value.

One of the important places to address these issues is sector social – sector physical culture, contributing to the needs in a healthier nation. In this regard, the organization of paid sports services plays a significant role in the development of physical culture and contributes to the quality of health services.

Key words: *A healthy lifestyle, paid services, physical culture and sport, youth, sports, leisure.*

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Понятие «здоровый образ жизни» объединяет все сферы жизнедеятельности личности, коллектива, социальной группы, нации. Сфера физической культуры и спорта выполняет в обществе множество разнообразных функций и охватывает все возрастные группы населения, для молодежи здоровый образ жизни – одно из базовых начал, на котором держится духовное и экономическое развитие государства. Настоятельная потребность нашего общества в физическом и социальном оздоровлении (об их взаимосвязи уже никто не спорит), активность физкультурных организаций и модернизация государственной политики ставят перед спортивной наукой целый ряд новых проблем и задач, зачастую неожиданных.

Еще несколько лет назад спортивные клубы, секции, коллективы по интересам создавались энтузиастами, спортсменами-любителями, основной их клиентурой были такие же спортсмены-любители, и в настоящее время мода на фитнес, аэробику, бодибилдинг и просто оздоровительную гимнастику растет и пользуется популярностью у молодежи.

В высших учебных заведениях «Физическая культура» представлена как учебная дисциплина и важнейший компонент целостного развития личности. Являясь компонентом общей культуры, психофизического становления и профессиональной подготовки студента в течение всего периода обучения, «Физическая культура» входит в число обязательных дисциплин цикла «Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины».[4, с. 93]

При проведении анонимного анкетирования приняло участие 203 обучающихся 1-4 курса Института Экономики и Финансов Омского ГАУ им.П.А. Столыпина (1курс – 53 обучающихся: 8 юношей и 45девушек; 2курс – 69 обучающихся: 16 юношей и 53девушки; 3курс – 51 обучающийся: 6 юношей и 45 девушек; 4 курс – 30 обучающихся: 1 юноша и 29 девушек (на данном факультете в основном девушки). Один из вопросов был: «Физическая культура и спорт для меня это?..»

На рис.1 видно, как обучающиеся ответили на поставленный вопрос. Ответ «это единственный способ быть в форме» выбрали – 55,66%. На втором месте для 22,66% обучающихся – это «очень редкие занятия (как правило, по принуждению)». Физическая культура и спорт для 15,76% – это путь к самореализации. 3,94% обучающихся написали свой вариант: «мой образ жизни», «чтобы не было пропусков занятий», а для оставшихся 3,44% обучающихся – это «Ничего! Пустые звуки».

К функциям сферы физической культуры и спорта относятся специфические образовательные и прикладные, а также рекреативные и оздоровительно-реабилитационные. Воздействуя на физическую природу человека, физическая культура содействует развитию его жизненных сил и общей дееспособности. Это, в свою очередь, способствует совершенствованию духовных возможностей и в конечном итоге приводит к всестороннему и гармоничному развитию личности. Изменился психологический тип молодого человека: его уклад, духовный мир, круг интересов – вместе с изменением нового общественного строя. Появились новые тенденции проведения досуга. Молодых людей сейчас привлекает красиво оборудованные места занятий и досуга и нетрадиционные виды физической культуры и спорта.

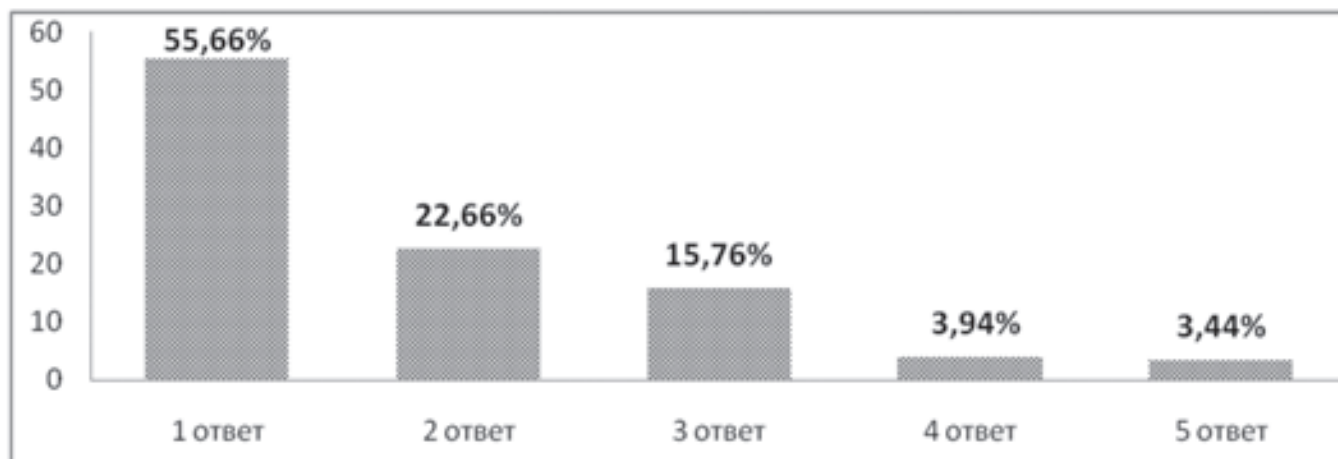


Рисунок 1. Физическая культура и спорт для меня это?

Ответы на вопрос «Какие дополнительные занятия оздоровительной направленности Вы предпочитаете?» позволяют выявить, что наши обучающиеся отдают предпочтение спортивным играм – 39.4%; силовым видам спорта – 10.8%; циклическим – 11.8%; единоборствам – 5.5%; нетрадиционным видам спорта – 10.8%; некоторые обучающиеся (21,7%) отмечали гимнастику, фитнес, плавание, американский футбол.

Но недостаток спортивных баз и слабое обеспечение их спортивным инвентарем и современным оборудованием, инфраструктура спортивных сооружений и условия проведения занятий в вузах не соответствуют современным требованиям, поэтому обучающимся приходится искать более комфортные, современно оборудованные залы, а это платные оздоровительные услуги других фитнес-клубов, тренажерных залов, бассейнов и т.д.

На сегодняшний день физкультурно-оздоровительные услуги – это особый вид сервисной деятельности. У людей возникает потребность в оздоровлении, которая является социально значимой. В связи с этим большую роль в организации спортивных мероприятий играют платные услуги, которые призваны повысить качество предоставляемых услуг физкультурными организациями. Расширение платных услуг населению и организация коммерческой деятельности направлена на более полное удовлетворение потребностей населения в систематических занятиях физической культурой и спортом, укрепление, сохранение здоровья, повышение работоспособности, формирование здорового образа жизни и организацию досуга, а также более эффективного использования спортивных сооружений и других объектов оздоровительного назначения.

Даже в советское время все услуги физической культуры не были совершенно бесплатными. Они предоставлялись в трех разных формах: бесплатно, за плату и на льготной основе. Вся сеть спортивных сооружений была малочисленной и состояла из плоскостных сооружений, эксплуатация которых не требовала затрат. Часть спортивных объектов, где были материальные затраты, оказывали платные услуги населению – это были занятия в бассейне, дорогие и малодоступные виды спорта (теннис, силовые виды спорта, фигурное катание, массовое катание в закрытых катках); платными были прокаты инвентаря – лыж и коньков, а также тренажерные залы.

Услуги, оказываемые спортивно-оздоровительными учреждениями носят специфический характер. Сам принцип оказания этих услуг относится к социальной поддержке и оздоровлению населения, формирования здорового образа жизни, поэтому основное направление – это не извлечение прибыли, а социальная направленность развития физической культуры и спорта.

Цель платных услуг в сфере физической культуры и спорта состоит в эффективном использовании возможностей физической культуры и спорта для оздоровления нации, воспитания молодежи, формирования здорового образа жизни населения и достойного выступления российских спортсменов на крупнейших международных соревнованиях.

Изучение процесса создания новых платных спортивных услуг есть перспективное направление сервисной деятельности. На сегодняшний день доля платных услуг растет, так как они разнообразны по таким критериям, как цене предоставления услуг, ассортименту, физическому эффекту, а также по возрастным категориям, по качеству материально-технического обеспечения. В связи с этим наблюдается положительная динамика роста предложения спортивных услуг. Обостряется конкуренция между предприятиями на почве оказания более качественных и доступных услуг. В условиях развития рыночных отношений в нашей стране наблюдаются существенные изменения в сфере социально-культурных услуг, в т.ч. в отрасли физической культуры и спорта.

Физическая культура и спорт является одной из отраслей непродуцированной сферы, результатом труда в которой выступают услуги. Но для обеспечения этой сферы существуют предприятия по производству спортивного инвентаря и оборудования, одежды и обуви, учредителями которых являются органы государственного и общественного управления физической культурой и спортом различных уровней. Совокупность предприятий, функционирующих в сфере физической культуры и спорта, обслуживает потребности профессионального спорта и обширную область досуга, т.е. того времени, которое остается у людей после исполнения трудовых обязанностей.

Предприятия сферы физической культуры и спорта вступают в конкуренцию с другими видами предпринимательской и социально-культурной деятельности – ресторанным бизнесом, шопингом, выставками, кино, театрами, музеями, печатными СМИ, телевидением, радио, интернетом. Все

эти направления обслуживаются собственными производителями и инфраструктурой. Следует учитывать то обстоятельство, что физическая культура и спорт находятся в постоянном противоборстве с производителями прочих товаров и услуг, в числе которых такие мощные структуры, как изготовители пива, алкогольных напитков, туроператоры, торговля.

На рынке досуга все участники борются за потребителя. Идет повседневная напряженная борьба за покупателя, за его деньги и внимание. В таком противостоянии сфере физкультуры и спорта приходится весьма непросто отстаивать свои позиции.

Свободное время от учебы и работы все люди заполняют различными видами досуга, среди которых наиболее распространенными являются:

- информационный – чтение газет, журналов, просмотр телевизора, прослушивание радио-программ;
- интеллектуальный – посещение театров, кинотеатров, концертов;
- физкультурно-спортивный – занятия спортом;
- развлекательный – посещение баров, дискотек, ресторанов, встречи с друзьями вне дома;
- семейно-ориентированный – занятия с детьми;
- посещение магазинов, поход за покупками.

Значение физической культуры и спорта для красоты и здоровья человека общепризнанно. Однако в последние десятилетия представители конкурирующих отраслей все активнее заявляют о себе на рынках сохранения и восстановления здоровья, рынках красоты и физического совершенства. Речь идет в первую очередь о производителях медикаментозных средств и препаратов для снижения веса, средств класса – «антиникотин», систем психологической кодировки от потребления алкоголя и прочих веществ и приемов.

В наше время вырос спрос на услуги по физической культуре. Стала расширяться сеть платных услуг по оздоровлению и укреплению здоровья и систематическим занятиям под наблюдением специалистов-инструкторов и тренеров. Начали создавать сеть новых спортивных залов, клубов, спортивных сооружений на самоокупаемости.

Социально-культурная услуга удовлетворяет духовные, интеллектуальные потребности и поддерживает нормальную жизнедеятельность потребителя. Данная услуга также способствует поддержанию и восстановлению здоровья, духовному и физическому развитию личности, повышению профессионального мастерства.

Большинство услуг, производимых и потребляемых в отрасли «физическая культура и спорт», относятся к социально-культурным услугам.

Необходимо отметить, что социально-культурным услугам, в отличие от материальных, присущ ряд специфических характеристик.

Во-первых, неосязаемость. Социально-культурные услуги невозможно осязать непосредственно до момента их приобретения. Покупатель вынужден верить продавцу на слово в то, что получит желаемый эффект в результате потребления предложенных услуг (например, улучшит состояние здоровья в результате занятий в физкультурно-оздоровительном клубе).

Во-вторых, неотделимость социально-культурной услуги от ее источника. Болельщики идут, например, на матч с участием «своей» команды. В случае замены команд услуга будет иметь другой характер.

В-третьих, непостоянство качества. Качество социально-культурных услуг колеблется в широких пределах в зависимости от места, времени и других факторов, связанных с их предоставлением. Результаты выступления спортсменов, например, зачастую зависят от климатических условий, состояния самочувствия атлетов, остроты спортивной борьбы и т.д. В свою очередь, демонстрируемые спортивные достижения сказываются на качестве зрелищной услуги.

В-четвертых, несохраняемость. Социально-культурную услугу невозможно сохранить во времени. Болельщику, который приобрел билет на спортивное соревнование и не смог по каким-то причинам посетить, повторная услуга не предоставляется.

Перечисленные особенности социально-культурных услуг как основного вида продукта отрасли «физическая культура и спорт» требуют от производителей и продавцов использования специфических подходов, которые позволят наиболее эффективно организовать производство и сбыт данного своеобразного продукта.

Независимо от конкретной формы, услуга, чтобы быть проданной на рынке, должна удовлетворять двум основным требованиям: обладать потребительскими свойствами, т.е. быть полезной для личного и общественного потребления; быть конкурентоспособной, т.е. именно ее приобретение должно быть более выгодно и удобно покупателю, чем приобретение другого продукта, удовлетворяющего те же потребности у другого продавца.

Социально-культурные услуги отрасли «физической культуры и спорта» населению представляют собой полезные результаты деятельности, удовлетворяющие определенные потребности граждан, но не воплощающиеся в материально-вещественной форме. Они являются объектом купли-продажи и реализуются по ценам, в значительной мере покрывающим издержки производителя и обеспечивающим ему прибыль.

При реализации услуг в социально-культурной сфере требуется больше личного участия, внимания, контактов и получения информации от потребителей, чем при реализации товаров. В данной услуге продавец должен проявлять заботу не только о том, что производить, но и о том, как производить. Данная характеристика социально-культурной услуги, как неотделимость, подразумевает, что менеджеры должны управлять не только своими служащими, но и своими клиентами.

Так, по форме распределения общественных фондов потребления, социально-культурные услуги отрасли могут выступать как бесплатные (урок физкультуры в общеобразовательном учреждении) и платные (занятия в коммерческом физкультурно-оздоровительном центре).

По мотивам производства социально-культурные услуги могут быть коммерческими (получение производителем прибыли) и некоммерческими (выполнение производителем социально важных функций, например развитие физической культуры и спорта среди подростков, инвалидов, пожилых).

По форме потребления социально-культурные услуги отрасли подразделяются на индивидуальные (самостоятельные занятия физическими упражнениями и видами спорта) и массовые (коллективные занятия физическими упражнениями и видами спорта).

Есть потенциал, есть потребность в занятиях физической культурой и спортом, но существует целый комплекс недостатков, который требует пристального внимания со стороны государства и общества. И сегодня все местные органы управления активно ищут пути решения данных проблем. Платные услуги являются одним из путей решения. Особенности предоставления платных услуг в сфере физической культуры и спорта заключаются в том, что предоставляются специальными организациями, требуются особые материальные условия. Потребности, лежащие в основе этих услуг очень разные (хобби, профессиональный спорт и т.п.), и вся совокупность этих интересов удовлетворяется одними и теми же организациями, но отличается наличием организационных условий и технологий предоставления услуг. Для развития платных услуг необходимо создавать организационные условия и совершенствовать технологии их предоставления. Часть потребностей является общественно значимыми, поэтому удовлетворяются бесплатно, а часть потребностей носит личный характер, поэтому их удовлетворение носит платную основу.

Платные услуги являются определенным социальным индикатором развития рыночных преобразований в социальной сфере. Расширение платных услуг населению и организация коммерческой деятельности по физической культуре и спорту направлены на более полное удовлетворение потребностей населения в систематических занятиях физической культурой, укрепление и сохранение здоровья, повышение работоспособности, формирование здорового образа жизни и улучшение досуга. Для этого необходимо эффективное использование спортивных сооружений и других объектов оздоровительного назначения, трудовых, материальных и финансовых ресурсов физкультурных организаций.

Услуги, оказываемые спортивно-оздоровительными учреждениями, носят специфический характер в том плане, что сам принцип их оказания относится к категории социальной поддержки и оздоровления населения, формирования здорового образа жизни, поэтому основное направление – это не извлечение прибыли, а социальная направленность развития физической культуры и спорта.

Спортивно-оздоровительная деятельность не ставит задачу получения дохода и увеличения прибыли, но в связи с возросшим интересом к спорту и оздоровлению населения, а также ростом благосостояния, появилась тенденция к увеличению платных услуг, оказываемых спортивными организациями. Это ни в коей мере не должно снижать качество оказываемых бесплатных услуг, а наоборот, позволит улучшить материально-техническую базу, поможет привлечь как можно больше граждан к занятиям спортом не только на профессиональной, но и на любительской основе.

Анализ литературных данных, касающихся спортивно-оздоровительных услуг в России подтверждает, что потребность в спортивно-оздоровительных услугах у населения растет с каждым днем, предложения же пока не способны удовлетворить существующей потребности в данном виде услуг. Это говорит о высокой привлекательности рынка спортивно-оздоровительных услуг для организаций и фирм, работающих в данной сфере. [1, 2, 3]

Литература:

1. Барчуков И.С. Организация оздоровительного сервиса в гостиничных комплексах: учеб. пособие / Барчуков Игорь Сергеевич; МГУК. – М.: МГУК, 2001. – 247 с.
2. Лихачев О.Е. Предпринимательство в физической культуре и спорте – одна из основных проблем повышения квалификации специалистов / Лихачев О.Е., Романенкова Н.В. // Актуальные проблемы дополнительного профессионального образования в сфере физической культуры, спорта и туризма: Материалы науч.-практ. конф. / РГАФК. – М., 2001. – Ч. 1. – С. 95-98.
3. Лифанова С.А. Настоящее и будущее сферы услуг в обществе/ С.А.Лифанова// Медицина и образование в Сибири: сетевое научное издание Новосиб. Госуд. Мед. Унив. – 2007.– №6
4. Трусова В.П. Отношение студентов к физической культуре, к организации и качеству учебного процесса на кафедре физического воспитания ОмГАУ./Трусова В.П., Первых Т.Н., Ефремов О.В./ Сборник материалов 4 Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых 31 марта 2015 АНО ВПО Омский ЭИ-2015.– 243 с.

МЕХАНИЗМ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ НОРМ МЕЖДУНАРОДНОГО ГУМАНИТАРНОГО ПРАВА В НАЦИОНАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Тынаева Н.Т.,

магистр юриспруденции, преподаватель,

Кыргызская Государственная Юридическая Академия при Правительстве КР

В статье рассмотрены вопросы норм международного права с позиции обеспечения достижения целей международного регулирования в Кыргызской Республике.

The article deals with questions of international law from the perspective of ensuring achievement of the objectives of international regulation in the Kyrgyz Republic

Принятые сокращения:

КР – Кыргызская Республика

МГП – Международное гуманитарное право

МККК – Международный Комитет Красного Креста

НОКП – Национальное Общество Красного Полумесяца

СЕКЦИЯ 1. СОЦИО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

Международное гуманитарное право можно охарактеризовать как отрасль международного публичного права, призванное ограничивать бедствия войны путем:

а) предоставления покровительства лицам, которые непосредственно не принимают участия в военных действиях, а так же тем, которые перестали принимать участие в военных действиях;

б) ограничения насилия до степени, необходимой для достижения военной цели, которая независимо от причин военного конфликта, состоит лишь в том, чтобы ослабить военный потенциал противника [1].

Международное гуманитарное право, в частности, Женевские Конвенции 1949 г., Дополнительные протоколы к ним 1977 г., а также Гаагская конвенция о защите культурных ценностей 1954 г., определяет целый ряд мер, которые должны приниматься в целях обеспечения его выполнения.

Основными мерами являются:

1) подготовка переводов текстов Конвенций и Протоколов на национальные языки;

2) как можно более широкое распространение текстов Конвенций и Протоколов и ознакомление с ними как военнослужащих, так и всего населения в целом;

3) пресечение любых нарушений Конвенций и Протоколов и, в частности, ввод в действие уголовного законодательства, необходимого для наказания за военные преступления;

4) обеспечение мер по опознаванию, определению местонахождения и защите лиц и объектов, находящихся под покровительством Конвенций и Протоколов;

5) предотвращение неправомерного использования эмблем красного креста и красного полумесяца, а также других эмблем и знаков, защита которых предусматривается Конвенциями и Протоколами;

6) обеспечение во время вооруженных конфликтов основных судебных гарантий;

7) набор и подготовка персонала, специализирующегося в области МГП, включая юридических советников в вооруженных силах;

8) создание и/или регулирование деятельности:

а) национальных обществ Красного Креста и Красного Полумесяца;

б) организаций гражданской обороны;

в) национальных информационных бюро;

9) размещение военных объектов, разработка и применение оружия, а также методов и средств ведения войны с учетом требования МГП;

10) создание в случае необходимости санитарных зон, нейтрализованных зон, зон безопасности и демилитаризованных зон.

Одни из этих мер требуют принятия соответствующих законов и нормативных актов, другие предполагают разработку и осуществление учебных программ, набор и/или обучение персонала, подготовку удостоверений личности и других документов и материалов, создание специальных структур и подразделений, планирование и ввод соответствующих административных процедур.

Все эти меры представляют огромную важность для обеспечения эффективного выполнения гуманитарного права.

В международном праве для обозначения понятия «осуществление», «выполнение» норм международного права широкое распространение приобрел термин «имплементация». Происшедший от английского implementation (осуществление, выполнение), термин «имплементация» прочно укоренился в международно-правовой практике. Его можно встретить в многочисленных резолюциях Генеральной Ассамблеи ООН и ее органов, решениях иных международных организаций, принятых в связи с обсуждением вопросов о ходе реализации международных договоров в гуманитарной сфере [2].

Термин имплементация означает все меры, которые должны быть приняты для того, чтобы обеспечить всеобъемлющее уважение положений международного гуманитарного права [3].

Понятие имплементации в широком смысле – реализация всех мер по реализации международно-правовых норм.

В узком смысле – осуществление международных норм во внутригосударственной сфере.

Имплементация – непрерывный процесс. После принятия той или иной меры ее необходимо надлежащим образом воплотить в жизнь. Конечно, государствам рекомендуется присоединиться ко всем договорам по МГП, участниками которых они еще не являются.

Под международным механизмом имплементации норм международного гуманитарного права понимается система правовых и организационных средств, как создаваемых совместными усилиями государств, так и используемых индивидуально в целях всесторонней, своевременной и полной реализации принятых в соответствии с международным гуманитарным правом обязательств.

Механизм национально-правовой имплементации составляет совокупность национальных, правовых и организационных средств, которые определяют систему исполнения международного права в рамках Конституции страны.

К механизму имплементации норм МГП относятся:

Законодательное закрепление норм международного гуманитарного права путем принятия специальных законов

Применение норм международного гуманитарного права

Контроль о выполнении норм международного гуманитарного права

Обучение населения

Связующим звеном между МГП и внутригосударственным правом выступает Конституция Кыргызской Республики. Имплементацию норм международного гуманитарного права призваны обеспечивать нормы конституционного, уголовного, уголовно-процессуального, административного права КР. МГП обязывает государства обеспечить безусловное выполнение всех его норм как на международном, так и на внутригосударственном уровне.

В связи с этим, объектами для распространения знаний о международном гуманитарном праве являются:

- ✓ Личный состав Вооруженных Сил;
- ✓ Государственные служащие, отвечающие за выполнение норм МГП;
- ✓ Руководители и сотрудники национального Общества Красного Креста и Красного Полумесяца;
- ✓ Медицинские работники;
- ✓ Работники СМИ;
- ✓ Преподаватели учебных заведений.

Национальные структуры по имплементации норм МГП:

– комиссии и комитеты, рабочие группы межведомственного характера, созданные по вопросам имплементации норм МГП

– комиссии и комитеты, которые получили правительственный мандат и были созданы в рамках МККК или НОКП.

К функциям таких структур относятся: оценка существующего внутригосударственного права, в том, что касается обязательств по МГП;

Предоставление рекомендаций для дальнейшей реализации норм МГП.

План мероприятий по имплементации норм международного гуманитарного права на 2013 год, утвержденный протоколом Комиссии от 24 декабря 2012 года, включает ряд мероприятий, направленных на разработку нормативных правовых актов в соответствии со вступившими для Кыргызской Республики в силу международными договорами, а также проведение аналитической работы по изучению возможности присоединения к ряду конвенций, носящих гуманитарный характер.

Например обращаем внимание на пункт 4 данного Плана, где на основе анализа Дополнительных протоколов I и II к Женевским конвенциям от 12 августа 1949 года, которым предусматривается мероприятие по разработке законопроекта, предусматривающего внесение поправок в уголовное законодательство в части установления ответственности за совершение военных преступлений.

Кроме того, в рамках работы Комиссии на постоянной основе Министерством юстиции организуются и проводятся обучающие мероприятия для членов Комиссии. Такого рода мероприятия произво-

дятся при финансовой поддержке Международного Комитета Красного Креста и других международных доноров. Также при содействии Международного Комитета Красного Креста члены Комиссии имеют возможность обмениваться опытом с комиссиями по имплементации других государств.

В настоящее время в течение 362 дней из 365 в какой либо части мира происходит вооруженный конфликт. Несмотря на то, что пока удалось избежать третьей мировой войны, планету постоянно заливают кровью гражданские войны, местные и региональные конфликты. Кроме того, угроза еще более опустошительных войн, хотя и запрещенных международным правом, остается реальностью, которую человеческий род еще не смог или не захотел преодолеть. Запрещена война или нет независимо от того, каково состояние *jus ad bellum*, т.е. права вести или не вести войну, это форма коллективного насилия всегда оказывала значительное воздействие на жизнь стран и народов.

Поэтому все население страны должно иметь общее понимание международного гуманитарного права для того, чтобы осознавать, что даже в случае вооруженного конфликта определенные правила применяются независимо от того, кто прав или не прав, защищая даже злейшего врага. Когда вооруженный конфликт возникает, обычно уже слишком поздно обучать этим правилам. Поэтому, полицейские силы, гражданские служащие, политики, дипломаты, судьи, журналисты, юристы, студенты, которые будут осуществлять эти задачи в будущем, а так же общество в целом, которое создает общественное мнение, должны знать границы действий каждого в случае вооруженного конфликта, права, на которые может рассчитывать каждый в случае вооруженного конфликта, а так же то, как должны быть написаны, прочитаны и восприняты с гуманитарной точки зрения международные и национальные новости о вооруженных конфликтах [4].

Государства должны осуществлять ряд мер как в мирное время, так и в период вооруженных конфликтов во исполнение своих обязательств по МГП. Эти меры требуют принятия законодательных мер на национальном уровне. Желательно так же чтобы при необходимости государства учреждали национальные комитеты или другие аналогичные органы по имплементации международного гуманитарного права [5].

Кыргызская Республика является участницей Женевских конвенций 1949 года и Дополнительных протоколов 1977 года. Кыргызстан принял ряд мер по имплементации норм международного гуманитарного права в свое национальное законодательство.

Как известно, одним из действенных методов повышения эффективности применения тех или иных норм права является законодательное установление ответственности, непременно наступающей за нарушение таких норм. Серьезные нарушения норм МГП, классифицируются как преступления и следовательно, их совершение влечет за собой наступление уголовной ответственности. Таким образом, возрастает значение имплементации норм права вооруженных конфликтов в части, устанавливающей наказание за их нарушение, именно в национальном уголовно-правовом законодательстве.

МГП устанавливает индивидуальную ответственность для совершивших нарушения лиц. С точки зрения международного гуманитарного права уголовно наказуемыми деяниями, т.е. преступлениями признаются серьезные нарушения Женевских конвенций 1949 года, а так же Дополнительных протоколов к ним 1977 года:

- преднамеренное убийство;
- пытки и бесчеловечное обращение;
- преднамеренное причинение тяжелых страданий;
- причинение серьезного увечья и нанесение ущерба здоровью;
- незаконное, произвольное и проводимое в большом масштабе разрушения и присвоение имущества, не вызываемые военной необходимостью.

Немаловажно, что Женевские конвенции 1949г. и Дополнительные протоколы к ним 1977г. не содержат ни каких указаний относительно срока давности для военных преступлений. 26 ноября 1968 года Генеральная Ассамблея ООН приняла Конвенцию «О неприменимости срока давности к военным преступлениям и преступлениям против человечества». Это Конвенция, предусматривая неприменимость срока давности как для привлечения к уголовной ответственности, так и для исполнения наказания, имеет обратную силу в том смысле, что она отменяет любой срок давности, истекший в соответствии с тем или иным законом либо другой нормой.

Римский статут 1998 г. Международного уголовного суда закрепляет, что «в отношении преступлений, подпадающих под юрисдикции Суда, не устанавливается никакого стока давности». Таким образом, неприменимость срока давности распространяется на военные преступления, преступления против человечности, преступления геноцида и преступление агрессии.

Уголовно-правовое законодательство Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана содержат положения, в соответствии с которым к лицам, совершившим преступления против мира и безопасности человечества, сроки давности не применяются. Актуальным становится вопрос о более полном закреплении таких преступлений в уголовных законах республик [6].

Таким образом, имплементация международного гуманитарного права относится к числу первоочередных задач Международного движения Красного Креста и Красного Полумесяца. Национального общества располагают хорошими возможностями в плане содействия имплементации в своих странах. Устав Международного движения признает роль, которую они совместно с правительствами своих стран играют в обеспечении соблюдения международного гуманитарного права и защите эмблем. Благодаря связи с национальными властями и другими заинтересованными учреждениями, знанию внутреннего законодательства и международного права они, как отмечено, занимает ключевое положение в этой области. Кроме этого, национальные общества могут обмениваться опытом и помогать друг другу в рамках Международного движения. Национальным обществам надлежит в полной мере использовать эти возможности для содействия имплементации гуманитарного права в своих странах.

Список литературы:

[1] Ажигулова Х.К. «Имплементация международного гуманитарного права в Республике Казахстан», сб. Научно-практическая конференция по международному гуманитарному праву для студентов и аспирантов ВУЗ Центральной Азии. Алматы, 2007 г., стр. 128.

[2] Калугин Виталий, «Международный механизм имплементации международного гуманитарного права», Белорусский журнал международного права и международных отношений международное право № 1, 99

[3] Информация с официального интернет-сайта МККК <www.icrc.org>

[4] Sassoli Marco & Bouvier Antoine, “How does law Protect in War?”. Switzerland, Geneva, International Committee of the Red Cross, 2006. Vol. I, p.274.

[5] Данная процедура предусмотрена в статье 90 Дополнительного протокола I к Женевским конвенциям.

[6] Габдулхаков Н.Ф. «Проблемы имплементации некоторых норм права вооруженных конфликтов в национальном уголовно-правовом законодательстве», сб. Научно-практическая конференция по международному гуманитарному праву для студентов и аспирантов ВУЗ Центральной Азии. Алматы, 2007г., стр.154.

Библиографический список:

1. Конституция Кыргызской Республики от 27 июня 2010 года.
2. Женевская Конвенция об улучшении участи раненых и больных в действующих армиях (Женева, 12 августа 1949 г.).
3. Женевская Конвенция об улучшении участи раненых, больных и лиц, потерпевших кораблекрушение, из состава вооруженных сил на море (Женева, 12 августа 1949 г.).
4. Женевская конвенция об обращении с военнопленными от 12.08.1949 г. // Действующее международное право. Т. 2 – М.: Московский независимый институт международного права, 1997.
5. Женевская конвенция о защите гражданского населения во время войны от 12.08.1949 // Международная защита прав и свобод человека. Сборник документов. – М.: Юридическая литература, 1990. С. 512 – 569
6. Дополнительный протокол I от 08.12.1977 г. к Женевским конвенциям.
7. Дополнительный протокол II от 08.12.1977 г. к Женевским конвенциям.

8. Ажигулова Х.К. «Имплементация международного гуманитарного права в Республике Казахстан», сб. Научно-практическая конференция по международному гуманитарному праву для студентов и аспирантов ВУЗ Центральной Азии. Алматы, 2007г.
9. Калугин Виталий, «Международный механизм имплементации международного гуманитарного права», Белорусский журнал международного права и международных отношений международное право № 1, 99
10. Sassoli Marco & Bouvier Antoine, «How does law Protect in War?». Switzerland, Geneva, International Committee of the Red Cross, 2006. Vol. I, p.274.
11. Интернет ресурс: официальный интернет-сайт МККК <www.icrc.org>

ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Шамис В.А.,

доцент, к.псх.н., ФГБОУ ВПО «СИБАДИ»

В последнее время в литературе по психологии и управлению часто поднимают проблему психического выгорания, а также находящегося с ним во взаимосвязи синдрома хронической усталости. Данной теме необходимо уделить пристальное внимание, так как негативные последствия психического выгорания, анализ которых будет производиться в статье, имеют отражение на результатах деятельности не только отдельно взятого работника, но также и организации в целом. В последние годы вопросами эмоционального выгорания занимались такие авторы и психологи, как: В.В. Бойко, Н.Е. Водопьянова, М.А. Воробьева, Н.В. Гришина, Е.В. Орел, А.А. Рукавишников, М.М.Скугаревская, Н.В. Самоукина Н.В, Т.В. Форманюк и др.

В зарубежной литературе синдром выгорания определяется через термин burnout (англ.) – «сгорание», «выгорание», «затухание горения». В первый раз подобную терминологию дал Х. Дж. Фройденбергер (1974) [1], с целью описания деморализации, разочарования и крайней усталости, утомления, с которыми он сталкивался, когда наблюдал за работниками психиатрических учреждений [12, с. 31].

В 1981 году известный специалист в вопросах, касающихся профессионального выгорания, Эдвард Морроу предложил достаточно оригинальное определение, которое отражает внутреннее психическое состояние работника, ощущающего дистрессовое влияние выгорания – «запах горящей психологической проводки»[10].

По мнению В.В. Бойко «выгорание» характеризуется как сформированный человеком механизм психологической защиты в форме полного либо частичного исключения эмоций как отклик на избранные психотравмирующие воздействия, приобретенный стереотип эмоционального, чаще всего профессионального поведения. Выгорание является в некоторой степени функциональным стереотипом, так как оно дает возможность человеку дозировать и экономно расходовать свои имеющиеся энергетические ресурсы. Вместе с тем могут иметь место и его дисфункциональные следствия, в случае если «выгорание» негативно влияет на осуществлении человеком его профессиональной деятельности. В. В. Бойко дает характеристику различным симптомам «выгорания», таким как: эмоциональный дефицит, деперсонализации либо личностная отстраненность, психосоматические и психовегетативные нарушения [2].

С. Маслач полагает, что синдром выгорания содержит в себе три существенные составляющие: эмоциональную истощенность, деперсонализацию (цинизм), а также редуцирование профессиональных достижений. Синдром эмоционального выгорания можно охарактеризовать как состояние физического, эмоционального либо интеллектуального истощения человека.

Зачастую работники, имеющие синдром эмоционального выгорания, не понимают, что с ними происходит. Сотрудники организации ощущают усиливающееся внутреннее напряжение, беспокойство, а также раздражение, а в хронической форме проявляется как раздражительность в отношении того, с кем данный работник взаимодействует в процессе своей трудовой деятельности. Признаки синдрома эмоционального выгорания проявляются в том, что у работника ощущается непрерывное утомление, усталость, имеет место быть снижение работоспособности, присутствуют головные боли, нарушается сон, увеличивается страсть к вредным привычкам. У него появляется чувство, что его силы, возможности, а также эмоции исчерпываются. И в результате у такого работника формируется отрицательное отношение к его трудовой деятельности, а также к тем людям, с которыми ему необходимо взаимодействовать по работе. Эмоциональное выгорание сотрудника может достигнуть стадии, когда придет абсолютное разочарование не только в выполняемой им деятельности, но и его жизни в целом.

Как и у человека, у организаций имеются разные признаки данного явления. Согласно В. Е. Орел, они следующие [6]:

- большая текучесть персонала;
- уменьшение вовлеченности персонала в процесс их трудовой деятельности;
- отыскивание «козла отпущения»;
- враждебный групповой процесс и присутствие парных группировок;
- режим зависимости, который выражается как гнев на руководство, беспомощность и безысходность;
- формирование критического мнения в отношении сотрудников;
- недостаток сотрудничества среди персонала;
- прогрессирующее снижение инициативы;
- увеличение ощущения неудовлетворенностью трудовой деятельностью.

Выгорание чрезвычайно инфекционно и может стремительно распространяться и на других сотрудников. Люди, имеющие подверженность к выгоранию, делаются циниками, негативистами, и они пессимистически настроены, взаимодействуя в процессе трудовой деятельности с остальными людьми, которые находятся под влиянием подобного же стресса, они могут быстро превратить целую группу в собрание «выгорающих». Предельная возможность того, что это может иметь место, имеется в организациях с большим уровнем стресса [1].

Надо в самом начале стараться выявить синдром эмоционального выгорания, с тем чтобы избежать дальнейшего усугубления ситуации. Для того чтобы выявить синдром эмоционального выгорания применяют разные методы диагностики. В качестве объектов диагностики могут стать психофизиологические, индивидуально-психологические особенности, эмоциональная и мотивационная сферы личности, социальная и профессиональная направленность. Долгое время исследование синдрома эмоционального выгорания осуществлялось по методике: MBI (Maslach Burnout Inventory) С. Maslach, S.E. Jackson [15]. Данная методика необходима для определения степени «выгорания» в профессиях типа «человек-человек». Американские психологи К. Маслач и С. Джексон охарактеризовали синдром как эмоциональное опустошение. Затем данная методика была адаптирована Н.Е.Водопьяновой, Е.С. Старченковой. Кроме MBI в российской психологической практике нередко применяется методика диагностики уровня эмоционального выгорания, разработанная В.В. Бойко. Такой личностный опросник предназначен с целью диагностики «синдрома эмоционального выгорания», появляющегося у человека в процессе выполнения им разнообразных видов деятельности, связанных с продолжительным влиянием ряда неблагоприятных стресс-факторов [8]. При диагностике эмоционального состояния большое внимание уделяется так называемой нервно-психической не-

устойчивости, которая служит следствием сразу как психического, так и соматического уровня здоровья индивида. Нервно-психическая устойчивость (НПУ) отражает риск дезадаптации личности в ситуации стресса или тогда, когда система эмоционального отражения действует в критических условиях, порождаемых как внешними, так и внутренними факторами. Для исследования уровня нервно-психической неустойчивости предназначена методика «Прогноз». Данная методика была разработана в ЛВМА им. С.М.Кирова и необходима для того, чтобы первоначально выделить лиц, обладающих симптомами нервно-психической неустойчивости. Вместе с тем можно использовать и иные методики, к примеру, методику с применением эмоциональных индикаторов, сформированной Е.А. Климовым и Г.Ф. Корольковой. Данные авторы дают основания для прогноза профессиональной успешности, а также удовлетворения выбранной профессиональной деятельности, так как сигнализируют о том, совпадают или нет определенные варианты профессионального плана с тем желаемым образом, который сформировался у человека на основании существующего опыта [7].

Диагностика сотрудников на ранней стадии необходима для того, чтобы сформировать мероприятия для понижения и, вероятно, полной ликвидации признаков, породивших эмоциональное выгорание, что является немаловажной составляющей сохранения психического здоровья сотрудников. Существенным элементом профилактики эмоционального выгорания служит «наличие обратной связи». Отсутствие обратной связи соотносится со всеми тремя компонентами выгорания, приводя к увеличению уровня эмоционального истощения и уменьшая профессиональную самоэффективность [4]. В качестве мер профилактики эмоционального выгорания могут применяться следующие условия организации деятельности:

- сотрудник не должен находиться продолжительный период времени один на один с имеющейся у него профессиональной либо личной проблемой, он всегда должен иметь возможность обратиться за помощью, советом к коллегам;
- немаловажен общий дружеский микроклимат поддержки и взаимопонимания в коллективе;
- организация супервизии в качестве метода мониторинга душевного состояния и равновесия сотрудника для своевременной корректировки отношения к работе — нужно непрерывно делиться своим опытом и проблемами с профессиональным сообществом;
- понимание процесса трудовой деятельности, личного участия в нем, наращивание профессиональных качеств, постоянная рефлексия и концептуализация своего опыта переживаний, связанных с общением с клиентами;
- общение с профессиональным сообществом;
- разработка и введение обучающих программ с целью преодоления выгорания, а также развивающих программ, которые направлены на определение и выявление творческих возможностей сотрудника, повышения ощущения его самоэффективности.

Но все же главная роль в борьбе с синдромом эмоционального выгорания отводится самому сотруднику. Представляется разумным для осуществления профилактики эмоционального выгорания сотрудника:

- применение «технических перерывов», что нужно для того, чтобы обеспечить психическое и физическое благополучие (отдых от работы);
- изучение путей управления профессиональным стрессом – изменение социального, психологического и организационного окружения на рабочем месте; построение «мостов» между работой и домом;
- овладение приемами релаксации, визуализации, ауторегуляции, самопрограммирования;
- склонность к профессиональному развитию и совершенствованию (обмен профессиональной информацией за пределами своего коллектива посредством взаимодействия на курсах повышения квалификации, конференциях, симпозиумах, конгрессах);
- уход от ненужной конкуренции (случаются ситуации, когда её невозможно избежать, но чрезвычайная тяга к выигрышу зарождает тревогу, делает человека агрессивным, что будет способствовать возникновению эмоционального выгорания);

- изменение установки в отношении жизни, ее смысла, восприятие ситуации выгорания как возможности пересмотреть и переоценить свою жизнь, сделать ее более плодотворной для себя;
- поддержания хорошей физической формы (сбалансированное питание, ограничение употребления алкоголя, отказ от табака, коррекция массы тела) [3,4,9].

Практические рекомендации для профилактики синдрома эмоционального выгорания были разработаны академиком П. И. Сидоровым [11]. В случае, если они соблюдены, то есть вероятность предупреждения появления синдрома либо уменьшения степени его выраженности. Данные рекомендации состоят в следующем: нужно определить и разбить краткосрочные и долгосрочные цели; применять тайм-ауты, которые нужны для того, чтобы обеспечить психическое и физическое благополучие (отдых от работы); овладеть умениями и навыками саморегуляции (релаксации, идеомоторными актами, установление целей и позитивная внутренняя речь содействуют уменьшению уровня стресса, ведущего к выгоранию); заняться профессиональным развитием и самосовершенствованием (один из способов защиты от эмоционального выгорания заключается в обмене профессиональной информацией с представителями других служб, что приносит ощущение более широкого мира, нежели тот, который имеется внутри отдельного коллектива, имеются курсы повышения квалификации, конференции и др.); уходить от излишней конкуренции (бывают случаи, когда ее невозможно избежать, но невероятное влечение к выигрышу пробуждает тревогу, делает человека враждебным, что способствует появлению синдрома эмоционального выгорания); эмоционально общаться (когда человек подвергает анализу свои эмоции и делится ими с остальными, вероятность выгорания существенно уменьшается либо данный процесс проявляется не настолько явно); поддерживать хорошую физическую форму (не надо забывать, что между состоянием тела и разумом имеется тесная взаимосвязь: неправильное питание, злоупотребление спиртными напитками, табаком, снижение веса либо ожирение обостряют проявления эмоционального выгорания); стараться рассчитывать и обдуманно распределять свои нагрузки; учиться переключаться с одного вида занятия на другое; уметь проще относиться к конфликтным ситуациям в процессе трудовой деятельности; не стоит пытаться быть лучшим всегда и во всем.

Указанные меры профилактики будут способствовать росту существующих у сотрудника жизненных ресурсов [13,14].

Следовательно, эмоциональное выгорание у сотрудников можно охарактеризовать как комплекс психических волнений, которые оказывают влияние на работоспособность, физическое а также психологическое самочувствие. Эмоциональное выгорание является ответной реакцией на продолжительные рабочие стрессовые ситуации в межличностном взаимодействии. Серьезность синдрома эмоционального выгорания, по мнению психолога Г. Кривоноса, состоит в том, что ему присуще изо дня в день прогрессировать. Приостановить данный процесс бывает весьма трудно. На этом фоне могут усугубляться разные хронические болезни, развиваться новые заболевания. В такие моменты старания подумать о себе, зачастую, не приносят желаемых результатов. И даже компетентная помощь врача не дает скорого облегчения. В связи с этим самым разумным будет предупредить появление подобного синдрома, остановить его в самом начале. Необходимо научиться реалистически осуществлять свою работу, устанавливать перед собой реальные цели, стремиться отгородить личную жизнь от работы и пытаться изменить характер и организацию своей трудовой деятельности. Необходимо дальнейшее исследование синдрома эмоционального выгорания и разработки еще более результативных методов для решения вопросов его профилактики.

Библиографический список:

1. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская А.Л. Зарубежная социальная психология XX столетия. – М., 1978.
2. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. – М.: Наука, 1996. – 154 с.
3. Бусовикова О.П. Исследование формирования синдрома эмоционального выгорания в профессиональной деятельности социальных работников // Сибирская психология сегодня: Сборник научных трудов». – Вып. 2. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2003. – 410 с.

4. Винокур В.А. Методика психологической диагностики профессионального «выгорания» в «помогающих» профессиях. [Электронный ресурс] // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2010. N 1. URL: [http:// medpsy.ru](http://medpsy.ru).
5. Водопьянова, Н.Е. Синдром выгорания. Диагностика и профилактика / Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченкова. – СПб.: Питер: Питер-принт, 2005. – 336 с.
6. Орел В.Е. Феномен «выгорания» в зарубежной психологии: эмпирические исследования // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 1. С. 90–101.
7. Практикум по психологии состояний: учеб. пособие /под ред. проф. О.А. Прохорова. СПб.: Речь, 2004, с. 107–110.
8. Профилактика синдрома эмоционального выгорания: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. / Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2013.
9. Райкова Е. Ю. Терапия и профилактика профессионального выгорания у представителей помогающих профессий // Молодой ученый. – 2011. – №5. Т.2. – С. 92-97.
10. Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. – М.: Вершина, 2007.
11. Сидоров П. И. Синдром «эмоционального выгорания» у лиц коммуникативных профессий // Гигиена и санитария: научно-практический журнал. 2008. № 3. С. 29 – 33.
12. Умняшкина С.В. Синдром эмоционального выгорания как проблема самоактуализации личности (в сфере помогающих профессий). Дис. канд. психол. наук. Томск, 2001.
13. Шамис В.А., Ищак Е.Р. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ (ПРАКТИКУМ) Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / Омск, 2013. – 180 с.
14. Шамис В. А. Менеджмент: практикум/В. А. Шамис, О. М. Куликова; СибАДИ. – 2013. – 139 с.
15. Maslach C. Jackson S.E: The measurement of experienced Burnout. J. Occup. Beh. 2, 1981, p.99–113.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Авдейчикова Е.В.,

к.т.н., доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В.Плеханова

Современная хозяйственная система зачастую трактуется как экономика рыночного типа. Неоспорим тот факт, что в условиях глобализации усиливается взаимное переплетение национальных экономик и возрастает роль международных экономических организаций. Экономика современных стран представляет собой национальные модели рыночных хозяйственных систем, которые в условиях глобализации усиливаются. Однако события 2014г, связанные с введением санкций против РФ из-за украинского кризиса с целью оказать на неё политическое давление показывают, что в международных экономических связях геополитические факторы одерживают верх над экономическими интересами.

Ведущим партнером России во внешней торговле среди интеграционных объединений был в последние годы Евросоюз. По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, на долю ЕС в 2013г в экспорте России в страны дальнего зарубежья, составившем 452,9 млрддолларов, приходилось 56,4%, в импорте (276,5 млрд долларов) – 46,0%, во всем экспорте (включая СНГ) – 48,6%, во всем импорте – 40,0%. Это значит, что Россия для Евросоюза являлась важным торговым партнером [4]. Однако геополитические интересы, причем не только стран ЕС, но и США, побудили Евросоюз сделать ставку на интеграцию Украины любой ценой. В условиях введения экономических санкций перед Россией встала задача диверсификации географической структуры внешней торговли, повышая в ней доли неевропейских партнеров. В перспективе – повышение роли партнеров из стран Азии, Латинской Америки, Африки во внешнеэкономических связях.

Ответные российские санкции в виде запрета на импорт продуктов питания негативно сказались как на западные, так и на российские продовольственные рынки. Однако в современных условиях средства коммуникации сокращают расстояния и сближают географически отдаленные точки, в данном контексте – поставщиков и покупателей. В настоящее время торговая деятельность претерпевает значительные изменения в связи с развитием научно-технического прогресса, информационных технологий и доступа в интернет. Наряду с традиционной стационарной и нестационарной торговлей, ранее известной и изученной, появляются новые технологии реализации товаров, дополняющие традиционные, которые, с одной стороны, являются достаточно экономичными и социально эффективными, а с другой – для них нет географических границ и политических преград. К ним относятся: интернет-торговля, торговля через почтовые каталоги, вендинг и прочее это так называемые дистанционные способы продажи товаров.

В марте 2012 года в 10 городах-миллиониках состоялись круглые столы «Рынок удаленной торговли: роль и место в региональных экономиках», организованные Комитетом ТПП РФ по развитию потребительского рынка, в рамках которого была создана рабочая группа по удалённой торговле.

В 2011 году Россия по сравнению с зарубежными странами имела невысокую долю удалённой торговли в структуре розничных продаж, всего 4,3%. По данным аналитической компании Euromanitor International, необходимо отметить, что этот показатель увеличился с 2006г почти в 2 раза [1, с. 142]. Следует сказать, что по классификации, которой придерживается аналитическая компания Euromanitor International, к удалённой торговле относятся: интернет-торговля, торговля по каталогам, через телемагазины с последующей почтовой доставкой, прямые продажи и продажи через торговые автоматы (вендинг). В последнее время в России растут и другие, новые для российского рынка, формы розничной торговли – торговля на дому (homeshopping) и торговля через автоматы (vending).

В целом, рынок удалённой торговли стремительно развивается, наибольший рост приходится на интернет-торговлю. По данным InSales.ru, в 2014 году суммарный оборот интернет-магазинов в России составил 470 млрд рублей, что на 34% выше относительно 2013г. Количество розничных интернет-магазинов в 2014 году в России достигло 39 тысяч, что на 20% выше этого показателя в 2013 году [6].

Однако на сегодняшний день понятие «удалённая торговля» не представлено в нормативных документах РФ. Тогда как понятие «дистанционная торговля» имеет место в четырёх документах: в статье 497 Гражданского кодекса РФ, в статье 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», в постановлении Правительства РФ от 27.09.2007г № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом», а также в ГОСТР 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». В соответствии с последним нормативным документом: «Дистанционная торговля: форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи (телерадиорекламы, телемагазина, почтовой связи, электронной торговой площадки и других средств связи) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар» [3]. В этом же документе присутствуют понятия «интернет-торговля» и «интернет-магазин». Например, «Интернет-торговля – форма электронной торговли, при которой ознакомление покупателя с товаром и условиями продажи, а также сообщение продавцу о намерении купить товар происходит посредством информационно-коммуникационной сети Интернет» [3]. В Правилах продажи товаров дистанционным способом в п. 20 приведены условия заключения договора между покупателем и продавцом: «Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара» [5].

Необходимо отметить, что в торговой деятельности не просто встречаются продавец и покупатель, но и заключается договор купли-продажи, происходит переход права собственности на товар. В соответствии со ст.497 Гражданского кодекса РФ «Договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, а если место передачи товара таким договором не определено, с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя-юридического лица» [2].

Таким образом, в настоящее время привести общее понятие для всего многообразия форм дистанционной торговли не представляется возможным. Мы полагаем, что необходимо выделить удалённую торговлю как инновационную технологию ведения торгового бизнеса. В контексте настоящего исследования можно сформулировать следующее определение: «Удалённая торговля – сфера торговой деятельности, при которой продавец непосредственно не вступает в контакт с покупателем при заключении договора купли-продажи и выборе товара, а процесс продажи осуществляется посредством дистанционных способов реализации: интернет-магазина; почтовых каталогов; телемагазина, торговых автоматов и прочее» [1, с. 146].

Интерес к интернет-торговле возрос и продолжает повышаться, несмотря на кризис и экономические санкции. Наоборот, можно сказать, что данный период будет способствовать значительному росту рынка интернет-торговли.

Сегодня в России более 30 млн активных интернет-покупателей, эта аудитория увеличивается примерно на 30% ежегодно. При этом 70% новых покупателей живут за пределами Москвы.

В ТОП-5 категорий в 2014 году по обороту продаж вошли:

- электроника и бытовая техника (107 млрд рублей);
- одежда, обувь (76 млрд рублей);

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

- компьютеры, ноутбуки, комплектующие (45,6 млрд рублей);
- автозапчасти (26 млрд рублей);
- мобильные телефоны (26 млрд рублей).

ТОП-5 категорий по среднесуточному количеству заказов за 2014 год составили:

- одежда, обувь (59 тысяч заказов);
- электроника и бытовая техника (47 тысяч заказов);
- продукты питания (30 тысяч заказов);
- автозапчасти (25 тысяч заказов);
- для дома (19 тысячи заказов).

ТОП-5 самых быстрорастущих сегментов 2014 года:

- товары для дома – рост 97%;
- зоотовары – рост 95%;
- лекарства – рост 63%;
- оборудование – рост 55%;
- подарки – рост 50% [7].

Средняя доля покупок с заказами двух и более товаров составляет 50 процентов (по всем категориям магазинов). Больше всего таких заказов — на рынке товаров для красоты и здоровья, а также в детском, книжном и «модном» сегментах, средний чек интернет-магазинов составляет 2800 рублей. Самая низкая сумма — в книгах (550 рублей), самая большая — в сегменте мебели и товаров для дома (8700 рублей) [8].

Свыше половины пользователей интернета в 2014 году совершали онлайн-покупки, причём суммы, которые россияне оставляют в интернете, заметно растут. Так, в 2014 году только 7,8% соотечественников приобрели что-либо онлайн на сумму до 1000 рублей. Активнее шли покупки на сумму от 1000 до 3000 (11,5%), а также от 10 000 до 30 000 рублей (10,2%). Данные представлены на рисунке 1.

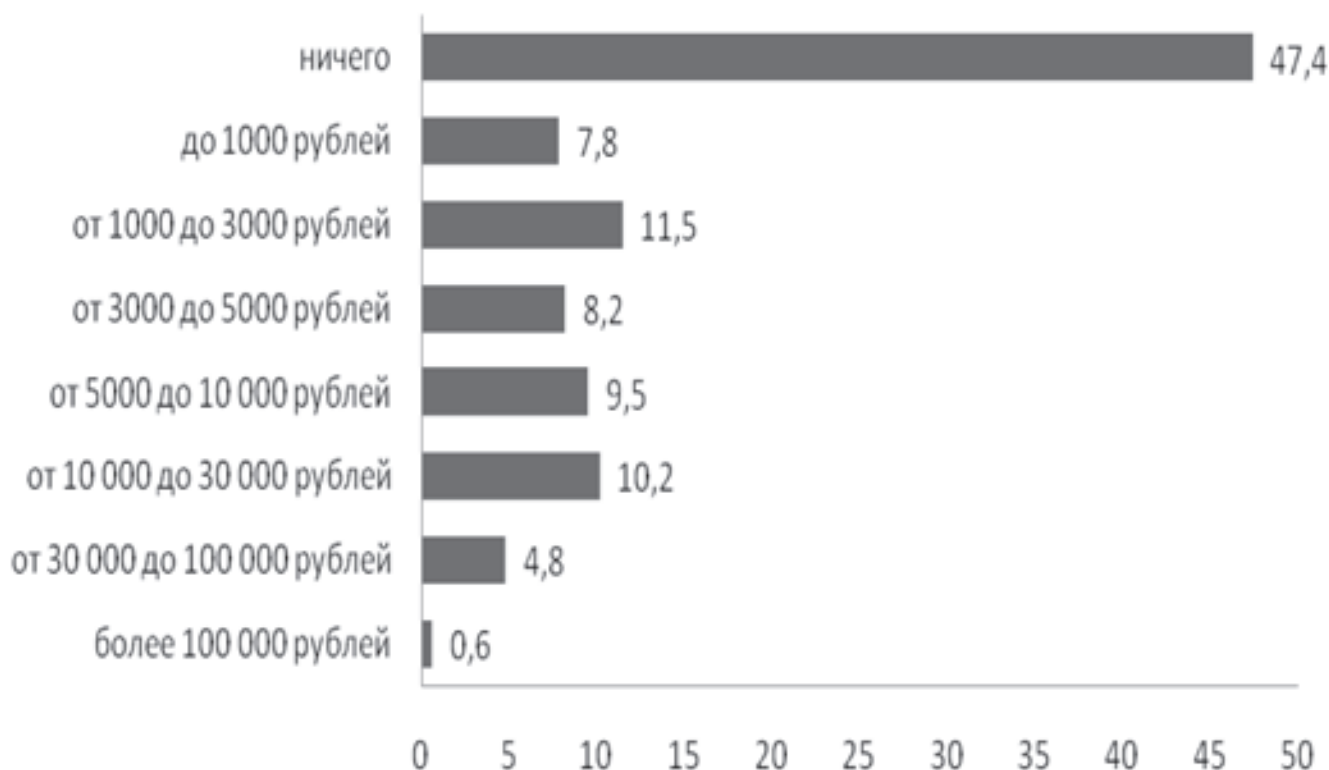


Рисунок 1. Суммы, потраченные на покупку в интернете, % от общего числа интернет-пользователей в России в 2013-2014 гг.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Однако более 47% пользователей интернета опасаются совершать покупки в интернет-магазинах. Причины, которые сдерживают покупателей от совершения покупок через интернет:

- опасение получить некачественный товар – 60,8% опрошенных респондентов;
- отсутствие возможности осмотра товара перед покупкой – 49,7% чел.;
- невозможность возврата товара останавливает – 41,8% чел.;
- опасения интернет-пользователей относительно скорости и качества доставки – 18,7% чел.

(Заторы на дорогах, сложность контроля качества работы курьеров, слабо развитая инфраструктура в регионах, риск потери и хищения товаров при их отправке по почте, высокая стоимость (как и себестоимость) доставки – это то, с чем сталкиваются как сами интернет-пользователи, так и интернет-магазины).

Существует и ряд барьеров, которые создают сами продавцы на пути потенциальных покупателей. К ним следует отнести, например, неудобный интерфейс, затрудняющий процесс поиска и приобретения товаров, невозможность получить быстрый ответ на интересующий клиента вопрос (отсутствие call-центра, задержки в ответах на электронную корреспонденцию) и другие причины.

Попытки преодолеть вышеперечисленные проблемы сегодня предпринимаются многими владельцами интернет-магазинов. Например, беспрепятственный возврат товара в течение определенного срока со дня покупки увеличит издержки, но позволит «сомневающимся» покупателям с большей вероятностью совершить покупку товара. Это особенно актуально с учетом такого «естественного» барьера на пути интернета, как отсутствие возможности полного осмотра товара перед покупкой. Для достижения успеха в сфере интернет-торговли предпринимателю необходимо знать и понимать причины, по которым потребители отказываются от покупок в интернет-магазине.

Среди причин, наоборот, побуждающих к совершению покупок в интернете, необходимо выделить следующие (рис. 2):



Рисунок 2. «Что в наибольшей степени привлекает Вас в покупках товаров через интернет?», % от общего числа опрошенных, совершавших покупки товаров в интернет-магазинах в 2013-2014 гг.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

• около 75% интернет-пользователей, совершавших покупки онлайн, нацелены на приобретение товаров, цена которых ниже своих аналогов, продаваемых в оффлайне. Это свидетельствует о том, что ценовой фактор играет самую значительную роль, опережая фактор удобства совершения покупок в интернете;

- удобство в совершении покупки, не выходя из дома, отметили 66,7%;
- быстрота распространения информации в интернете, а также отсутствие каких-либо барьеров для ее получения с точки зрения интернет-пользователей. Это позволяет интернет-пользователям без особых помех легко сравнивать уровень цен, ассортимент и ряд других не менее важных характеристик интернет-магазинов – 56,2% и другие.

Опасения, создающие психологические барьеры на пути совершения покупки, все же преодолимы. Со стороны интернет-магазинов путем ужесточения контроля качества работы менеджеров, курьеров и иных лиц, от работы которых зависит имидж интернет-магазина, предоставление актуальных данных о товарах, постоянное технологическое совершенствование электронной «витрины». Исследования, проведенные агентством РБК.research, показывают, что респонденты, имеющие опыт покупок товаров в интернете, меньше опасаются относительно качества предлагаемых в интернете товаров, чем россияне, ни разу не совершавшие подобных покупок.

Сегодня ни у кого нет сомнений, что интернет-торговля – перспективный рынок в России. В то же время на российском рынке существуют проблемы, которые тормозят развитие интернет-торговли: высокие цены за доставку товара; недостатки логистики; проблемы возвратной логистики; низкий уровень развития безналичных способов оплаты; отсутствие квалифицированных сотрудников в интернет-отрасли. Чтобы избежать подобных управленческих ошибок, необходимо уделить максимальное внимание вопросам логистики еще при разработке бизнес-плана интернет-магазина. Грамотная организация закупочной, транспортной, складской, возвратной логистики для интернет-магазина – это сложное, но необходимое условие успешной работы.

В развитии удалённой торговли в России можно выделить некоторые тенденции:

- рынок удалённой торговли заявил о себе как значимая и перспективная часть экономики;
- российский рынок удалённой торговли, по прогнозам экспертов, в ближайшие пять лет вырастет минимум в 2-3 раза. При этом более активный рост онлайн-продаж ожидается в регионах;
- развитие электронной торговли переводит интернет из информационного канала в канал продаж для многих российских компаний;

- развитие рынка удалённой торговли способствует развитию рынка логистических услуг. Так, в грузообороте транспортных и курьерских компаний около 30% составляет доставка товаров от интернет-магазинов;

- в России, стране с широким географическим охватом территории и рассредоточенным населением, привлекателен рынок разных форм удаленной торговли;

- российский рынок удалённой торговли менее конкурентен, чем западный, поэтому хорошие перспективы для начала бизнеса и роста в этом сегменте имеют предприятия малого и среднего бизнеса.

В заключение необходимо отметить, что государство через поддержку инновационных форм торговли сможет частично нивелировать негативные последствия глобальных политических и экономических трансформаций. В частности, удалённая торговля, с одной стороны, способна поднять социальный уровень населения как за счет роста самозанятости, так и доступности товаров и услуг, а, с другой стороны, являясь составляющей в построении мультимедийных схем распределения, способна обеспечить российским предприятиям определённую устойчивость и стабильность, дополнительную аудиторию потребителей, а также позволяет оптимизировать расходы на распределение товаров, способствует развитию рынка логистических услуг, платежной системы и инвестиций в экономику России.

Библиографический список:

1. Авдейчикова Е.В., Трубицина С.П., Бургат В.В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт. Омск: Издательство «Компаньон», 2015. – 270 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая, третья, четвертая): по состоянию на 20.02.2008 г. – Новосибирск: Сиб.унив.изд-во, 2008. – 528 с.
3. ГОСТР 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». – М, Стандартинформ, 2014, 22 с.
4. [Электронный ресурс] www.gks.ru (дата обращения 12.12.2015 г.).
5. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» от 07.09.2007г № 612.
6. Материалы сайта «Маркет Аналитика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketanalitika.ru/> (дата обращения: 03.01.2015).
7. Рубцов А. В. Анализ рынка интернет-торговли в России. / А. В. Рубцов // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 204-206.
8. Особенности и тенденции развития внемагазинной торговли России: текущее состояние, потенциал развития, регулирование. [Электронный ресурс]http://www.tpprf.ru/common/upload/kom27_analitic_VMT_06.2011.pdf (дата обращения 20.09.2015).

ТОРГОВАЯ КАЛЬКУЛЯЦИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Гончаренко Л.Н.

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В начале 2016 года розничная торговля почти полностью погрузилась в стагнацию. Высокая инфляция и снижение покупательской активности населения привели к рекордному снижению спроса и продаж в 2015 году, чего не было даже в разгар кризиса 2009 года. Предприятия розничной торговли чувствуют себя очень плохо. Спрос и выручка уже побили антирекорд последнего десятилетия. Чтобы выжить, предприниматели поднимают цены и сужают ассортимент.

Помимо объективных макроэкономических препятствий, ситуацию усугубляет неопределенность и неуверенность предпринимателей в завтрашнем дне. Цены, «накаченные» курсом доллара, продолжают оказывать сильное давление на рыночный механизм изнутри, сдерживая потребительскую активность домашних хозяйств. Увеличивающийся «инфляционный налог» на покупателей, регистрируемый в том числе и данными Росстата по итогам 2015 года, яркое тому свидетельство. При этом доходы россиян, согласно официальной статистике, уже с ноября сохраняют устойчивую тенденцию к снижению.

Сложившиеся условия в России требуют глубоких знаний рыночных механизмов, коренных изменений в области учета и анализа затрат. Эти требования относятся и к важной социально-экономической сфере – торговле. В условиях рынка меняются как методы, так и цель проводимых организациями операций по учету. Появляется потребность в учете издержек не только в целом по предприятию, но и по товарным группам. Учет издержек обращения в торговых предприятиях позволяет хозяйствующим субъектам регулировать свою деятельность так, чтобы она была аффективной.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

От показателя издержкостности зависит в значительной степени рентабельность предприятий торговли. Поэтому расчет этого показателя позволяет определить потоварную рентабельность и установить продажные цены по тем или иным товарным группам.

Торговые предприятия как основные субъекты инфраструктуры товарного рынка выполняют такие важные функции, как затаривание, расфасовка, хранение товаров на складах, в холодильниках, определение оптимальных объемов поставок, транспортировка и доставка продукции и информационное обеспечение продвижения товаров от производителей до потребителей. В настоящее время любому руководителю торгового предприятия, независимо от форм собственности, требуется глубоко анализировать издержки по статьям затрат, по каждой товарной группе. Только владея полной информацией о потоварной издержкостности, на наш взгляд, можно выстоять в конкурентной борьбе [3, с. 106].

Вопрос потоварной издержкостности в разные годы неоднократно обсуждался учеными-экономистами. Противники потоварно-группового учета издержек обращения (в основном это бухгалтеры) ссылаются на трудности практического порядка, возникающие при организации и ведении такого учета. Но, как считают многие ученые, эти трудности преодолимы.

Если рассматривать историю этого вопроса, то она уходит своими корнями в прошлый век. Именно в 1910 г. профессор И.Ф. Шер начал заниматься проблемами потоварно-группового учета и анализа издержек на примере Базельского общества потребителей (Швейцария). Целью исследования было выявление издержкостности и рентабельности торговли отдельными группами товаров, проверка конкурентоспособности кооперативов, их возможность выстоять в жестокой конкурентной борьбе с крупными капиталистическими предприятиями, изыскание мер к удешевлению торгового аппарата и т.д. Основные результаты исследования были изложены в монографии «Калькуляция и статистика в хозяйстве потребительских обществ» (1919 г.) [4, с.103].

Чуть позже в США и Германии были проведены аналогичные исследования торговых предприятий. Так, например, в США такие исследования вели Министерство торговли и Министерство земледелия. Методика расчетов и итоги американских разработок были детально изучены советскими учеными Ц. Кроном и В.Я. Канторовичем и опубликованы в научных изданиях 30-х годов прошлого столетия.

В нашей стране изучать нетоварные издержки начали в конце 20-х, – начале 30-х годов. Впервые Центросоюзом совместно с Центральным институтом экономических исследований (ЦИЭИ) Наркомснаба СССР была предпринята попытка разработать Методические указания для бригад, выборочно изучавших в 1931-1932 гг. в нескольких районах страны издержки обращения по товарным группам. В основу расчетов был положен метод коэффициентов, построенный на использовании относительных показателей сравнения издержкостности товарных групп. Собранные ими данные были условны, что является серьезным недостатком данного метода [3, с.103].

Наиболее активно проблемой изучения нетоварно-групповых издержек обращения в городской и сельской розничной торговле в конце 30-х годов занимался Научно-исследовательский институт торговли и общественного питания (НИИТОП) Наркомторга СССР. Эксперимент проводился в основном в торговых предприятиях г.Москвы и Московской области. В разработке методических материалов участвовал научный сотрудник института Н.Н. Рязов.

Впервые идею о системном бухгалтерском потоварно-групповом учете издержек в торговле обосновал и высказал на страницах журнала «Бухгалтерский учет» М.И. Баканов в 1938 году. Чуть позже (в октябре 1939 г.) исследования были проведены в магазине № 25 конторы «Мосгастроном», основные результаты которого были изложены в журнале «Бухгалтерский учет» [4, с.104].

Большое внимание проблеме бухгалтерского потоварно-группового учета издержек обращения уделено в книге М.И. Баканова «Издержки обращения в советской торговле», которая была издана в 1940 год)».

В монографии, которая вышла в свет в 1959 году, профессор М.И. Баканов рассматривает этот вопрос уже в практической плоскости. Он пишет: «В настоящее время представляется целесо-

образным вести учет издержек обращения нетоварно-групповому ассортименту эпизодически и выборочно лишь в специально отобранных (типичных) торговых предприятиях. Число предприятий, взятых для постановки такого учета, строго ограничивается... Бухгалтерский учет издержек обращения, позволяющий обрабатывать первичную документацию в текущем порядке, дает более точные данные и с меньшими, чем при статистической выборке, затратами труда» [1, с. 186].

В 1963-1964 гг. группа ученых заочного института советской торговли (ЗИСТ) под руководством профессора М.И. Баканова совместно с торговыми организациями провела выборочный потоварно-групповой учет издержек обращения за 1963 год. Исследования проводились в городах Москве, Волгограде, Воронеже, Иркутске, Казани, Краснодаре, Курске, Красноярске, Ростове-на-Дону, Саратове, Свердловске, Туле, Челябинске, Хабаровске, Алма-Ате, Кишиневе, Риге [4, с.104].

Спустя 32 года М.И. Баканов вновь возвращается к вопросу издержкостности товарных групп. В своей статье «Люция в стихии свободных цен» (к вопросу о пользе торговой калькуляции) он пишет: «Неотъемлемым элементом рыночной экономики являются свободные рыночные цены, т.е. цены спроса и предложения. В связи с этим представляется актуальным рассмотреть вопрос, лежащий в основе механизма свободного ценообразования, а именно о роли и значении взаимосвязанной системы торговой калькуляции. По мере либерализации цен значение калькуляции будет повышаться, а задача совершенствования калькуляционного дела в стране станет актуальной, как никогда раньше». Показатели потоварной издержкостности и рентабельности в торговле и их анализ приобретают в условиях рынка возрастающее значение [2].

В 1989 году по заданию Министерства торговли СССР (хоздоговорная тема №276/89) группа ученых Московского коммерческого университета (бывший ЗИСТ) под руководством профессора И.П. Ульянова проводила исследования в предприятиях общественного питания в городах: Душанбе, Ташкенте, Риге, Бишкеке, Алма-Ате, Джамбуле, Омске, Ставрополе и др. В основу расчетов был положен учетно-распределительный метод, который ранее был предложен профессором М.И. Бакановым. В исследованиях принимали участие в разное время и преподаватели Омского института. Так, в разное время вели исследования по этой теме к.э.н., доцент Чистякова Г.А., д.э.н., доцент Кувалдина Т.Б., к.э.н., доцент Гончаренко Л.Н. Этой теме были посвящены их диссертации, опубликовано большое количество статей.

Но на практике предложенные методики расчета издержкостности в настоящее время не применяются, расчет издержек обращения по товарным группам не производится. Сегодня встает вопрос: что ждет калькуляцию издержкостности обращения товаров в оптовой и розничной торговле, не предадут ли ее полному забвению? На этот вопрос отвечаем вполне уверенно: значение калькуляции, безусловно, возрастет, перед ней открываются большие перспективы. Кафедра финансов и экономики Омского института располагает разработками по организации и методике наблюдения за потоварно-групповой издержкостностью в оптовой и розничной торговле и готова сотрудничать с предприятиями торговли.

Библиографический список:

1. Баканов М.И. Издержки товарного обращения в СССР. М., Госторгиздат, 1959.
2. Баканов М. И., Капелюш С. Люция в стихии свободных цен (к вопросу о пользе торговой калькуляции)/ Советская торговля. 1991. № 5. С. 16-19.
3. Гончаренко Л.Н. Развитие организаций розничной торговли в Омской области//Экономическое и социальное развитие регионов России: сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции.-Пенза: РИО ПГСХА, 2004. С. 104-107.
4. Кувалдина Т.Б., Гончаренко Л.Н. О значении торговой калькуляции в современных условиях хозяйствования// Хозяйствующий субъект: новое экономическое состояние и развитие: Материалы международной научно-практической конференции. – Ярославль, 2003. С. 102-105.

АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Демченко Л.И.,
к.т.н, доцент, Оренбургского филиала РЭУ им Г.В.Плеханова

Валиев Р.Ф.,
сотрудник РТП «СтройЛидер» ИП Валиева Л.Г.

Регулярные оценка и анализ товарооборота как одного из приоритетных показателей деятельности розничного торгового предприятия позволяют оперативно реагировать на происходящие изменения во внутренней и внешней среде предприятия и прогнозировать его развитие на потребительском рынке в среднесрочной перспективе.

Цель статьи заключается в проведении теоретических и практических исследований показателя товарооборота розничного торгового предприятия, функционирующего на рынке строительных товаров. Предусматривается использование следующих методов анализа:

- ABC – анализа по товарным группам;*
- ABC – анализа по поставщикам;*
- XYZ – анализа по продажам;*
- проведение совмещенного ABC– и XYZ-анализа по обороту товаров в магазине «СтройЛидер», построение ассортиментной матрицы.*

Ключевые слова: *розничный товарооборот, ABC – анализ, XYZ – анализ, матрица совмещенного анализа, товарные категории, товары лидеры, товары аутсайдеры.*

Для эффективного управления розничным торговым предприятием необходимо проводить анализ объема, динамики абсолютных и удельных показателей, структуры товарооборота. Изучение существующих тенденций и возможностей торговых предприятий, касающихся реализации товаров, определение факторов, которые позитивно или негативно влияют на объем продаж товаров торговым предприятием, определяются в процессе анализа объема и структуры товарооборота.

На современном этапе развития торговли в РФ в целом и Оренбургской области в частности, предприятия малого бизнеса в условиях кризиса, нестабильности экономики, обострения конкуренции, неблагоприятных рыночных изменений имеют ограниченные ресурсы, поэтому руководителям розничных торговых предприятий необходимо постоянно контролировать изменения показателя товарооборота и анализировать причины влияния.

В процессе проведения исследования предусматривается использование следующих методов анализа:

- ABC – анализа по товарным группам;*
- ABC – анализа по поставщикам;*
- XYZ – анализа по продажам;*
- проведение совмещенного ABC– и XYZ-анализа по обороту товаров в магазине «СтройЛидер», построение ассортиментной матрицы.*

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Объектом исследования выступает магазин строительных материалов «СтройЛидер», расположенный по адресу: Оренбургская обл., с. Пономаревка. Торговое предприятие функционирует с 1996 года. Магазин «СтройЛидер» осуществляет розничную торговлю строительными материалами, не включенными в другие группировки по ОКВЭД 52.46.7. Магазин осуществляет поставку под заказ строительных материалов на территорию Пономаревского, Шарлыкского, Матвеевского, Красногвардейского, Александровского районов Оренбургской области и Бижбулякского района республики Башкортостан.

Предприятие зарегистрировано в форме ИП. По масштабу деятельности является малым предприятием.

Абсолютное значение розничного товарооборота уменьшалось на протяжении всего исследуемого периода (2013г., 2014г., 1-3 кв. 2015г.). В 2014г. товарооборот составил 85,6% от показателя 2013г. в сопоставимых ценах, т.е. произошло снижение показателя на 14,4%. Сравнивая величину товарооборота 1-3 кв.2015г. с аналогичным периодом 2014г. установили уменьшение значения показателя еще на 10,16% (в фактических ценах). Основными причинами выявленных изменений являются: снижение платежеспособности населения, рост цен на товары и, как следствие, падение спроса.

ABC– и XYZ-анализ проводился с целью анализа продаж компании, структурирования ассортимента и определения четких лидеров и аутсайдеров среди всех групп реализуемых товаров, для корректировки ассортиментной политики [1].

Совмещенный ABC– и XYZ-анализ позволяет разделить товарные подгруппы и наименования на 9 категорий в зависимости от вклада в товарооборот компании (ABC) и регулярности покупок (XYZ). Такая классификация упрощает работу при планировании и формировании ассортиментной стратегии. Внедрение названных методов способствует сокращению количества упущенных выгод от продаж, уменьшению излишек товаров, минимизации затрат, связанных с товарными запасами [2].

В таблице 1 приведены результаты ABC – анализа ассортимента строительных товаров магазина «СтройЛидер» за 2014 год.

Таблица 1. ABC-анализ ассортимента магазина «СтройЛидер» за 2014 год

Товарные подгруппы и наименования	%	Доля с накопительным итогом	Категория товара
1. Хозтовары	24,4	24,4	A
2. Инструменты	15,4	39,8	A
3. Двери	14,4	54,2	B
4. Пластиковые трубы	12,4	66,6	B
5. Метизы	12,3	78,9	B
6. Лакокрасочные изделия	9,9	88,8	C
7. Краны, отводы, сгоны	6,6	95,4	C
8. Канализация	2,4	97,8	C
9. Панели ПВХ	0,8	98,6	C
10. Масла, смазки	0,4	99,0	C
11. Пена монтажная	0,3	99,3	C
12. Смесители	0,3	99,6	C
13. Электротовары	0,2	99,8	C
14. Уровни строительные	0,1	99,9	C
15. Рулетки	0,1	100	C
Всего	100	-	-

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

На примере видно, что ABC – анализ позволяет разбить весь представленный ассортимент на категории в зависимости от степени влияния на конечный результат, что значительно облегчает работу с широким ассортиментом. Это дает возможность более эффективно распределить усилия и рабочее время, которые требуются для контроля и управления наиболее важными с точки зрения эффективности коммерческой работы товарными подгруппами и наименованиями.

Категория А включает только две подгруппы товаров: хозяйственные товары и инструменты. Эти подгруппы товаров требуют тщательного планирования, постоянного (возможно, даже ежедневного), скрупулезного учета и контроля. Они являются наиболее важными для торгового предприятия, и следует помнить, чем выше стоимость товара, тем дороже обходятся ошибки в коммерческой практике. Рекомендации для работы с названной категорией товаров:

1. Необходим периодический подсчет запасов с жесткими допусками.
2. Инвентаризация по этим группам должна проходить не реже раза в месяц (квартал).
3. Постоянное отслеживание спроса, объемов заказываемых партий и размера страхового запаса.
4. Контроль и сокращение сроков оборачиваемости товара: чем короче длительность цикла, тем ниже потребность в оборотных средствах.

Категория В включает три товарные подгруппы: двери, пластиковые трубы, метизы. Эти объекты в меньшем объеме вносят вклад в оборот компании и требуют обычного контроля, налаженного учета. Для них применяются те же меры, что и для категории А, но они осуществляются реже и с большими приемлемыми допусками.

Категория С – остальные 10 подгрупп товаров, сумма долей накопительным итогом которых составляет около 20% от общей суммы продаж. Эти товары характеризуются упрощенными методами планирования, учета и контроля. Однако, несмотря на кажущуюся малоценность, они составляют пятую часть товарооборота и требуют периодического контроля.

Сокращение или нехватка номенклатуры по товарам категории С может привести к тому, что общий результат деятельности магазина снизится на 30-50% [5].

Необходимо контролировать изменения показателя товарооборота по кварталам и месяцам с целью выявления сезонных колебаний продаж товаров, что весьма характерно для строительных

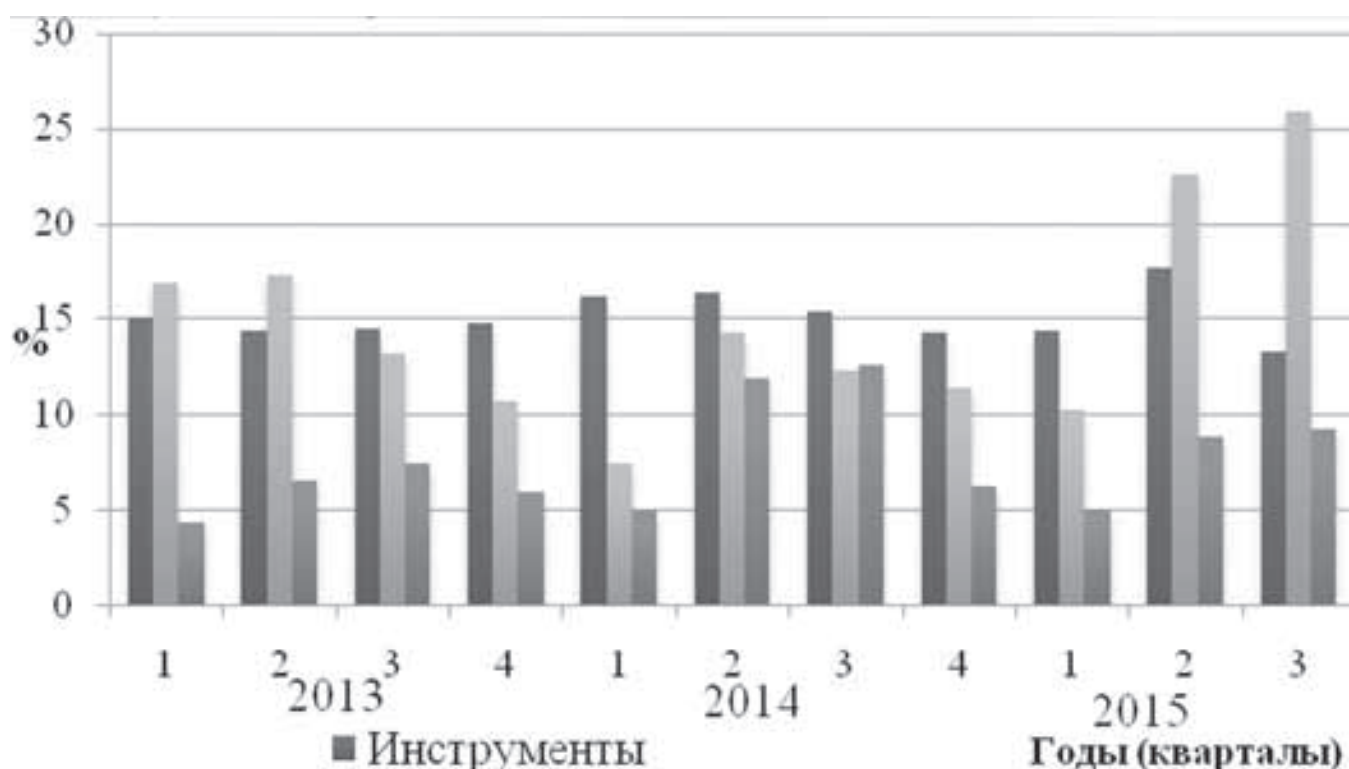


Рисунок 1. Доля в обороте товарных подгрупп: инструменты, метизы, лакокрасочные изделия

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

материалов. По товарным подгруппам: электротовары, пластиковые трубы, инструменты, панели ПВХ, пена монтажная, рулетки, уровни строительные, смесители, масла, смазки – наблюдается относительно стабильная ситуация. Реализация по кварталам за 2014 год составляла примерно равные доли, колебания не превышали 1-2%. По товарным подгруппам: краны, отводы, сгоны, лакокрасочные изделия, изделия для монтажа канализации, метизы – наблюдается увеличение объема товарооборота во втором и третьем кварталах. По товарным подгруппам: хозяйственные товары, двери – наблюдался спад продаж во втором и третьем кварталах.

Колебания товарооборота происходили из-за того, что расширялся или сокращался представленный ассортимент, изменялись условия поставки, численность поставщиков под влиянием сезонных компонентов на спрос перечисленных подгрупп товаров.

В качестве примера на рисунке 1 показаны доли в обороте трех товарных подгрупп магазина «СтройЛидер» по кварталам за 2013-2015 годы (без значений 4 квартала 2015 года).

На рисунке наглядно представлено, что доля в обороте инструментов остается стабильной за выбранный промежуток времени, без значительных колебаний, они пользуются постоянным спросом. Продажи метизов отличаются нестабильностью: в 1-2 кварталах 2013 г. реализация составила 17 % от общего объема продаж товаров, затем следующие 3 квартала наблюдается снижение доли в обороте до 7,5 %. Во 2 квартале 2014 г. наблюдается резкий рост продаж (практически в 2 раза). На протяжении 2, 3, 4 кварталов 2014 г. и 1 квартала 2015 г. наблюдалось уменьшение их доли в товарообороте предприятия, а во 2-3 кварталах 2015 года вновь отмечен рост. Рост оборота по товарной подгруппе можно объяснить тем, что произошло расширение ассортимента, увеличение числа поставщиков товаров, поставка осуществлялась на более выгодных условиях, что отразилось на цене реализации товаров. Наибольший объем продаж лакокрасочных изделий приходится на 2-3 кварталы (период проведения ремонтных работ). Рост товарооборота по подгруппе происходил из-за увеличения спроса на товары в весенне-летний период, расширения ассортимента товаров, скорректированного соответствия цены и качества запросам основных покупателей.

Магазин «СтройЛидер» работает с множеством поставщиков разнообразных товаров. Поэтому с целью выявления лидеров считаем необходимым проведение ABC-анализа по основным поставщикам. Результаты исследования представлены в таблице 2.

Группа А – самые важные поставщики, реализация поставляемых ими товаров приносит максимальную долю в общем годовом объеме товарооборота. Магазин «СтройЛидер» будет нести

Таблица 2. ABC-анализ основных поставщиков магазина «СтройЛидер»

Поставщик	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	%	категория	%	категория	%	категория
1. ОАО Сатурн	25,7	А	23,2	А	18,8	А
2. ООО Дверь Хаус	27,5	А	17,8	А	11,1	В
3. ООО Стройторг	10,4	В	13,4	В	16,8	А
4. ООО Метр квадратный	8,9	В	11,4	В	14,3	В
5. ООО Химзавод Спектр	8,6	В	12,2	В	5,7	С
6. ООО Вертикаль-Иником	7,2	С	8,1	С	6,4	С
7. ООО Хайдельберг ЦементРус	5,7	С	6,7	С	8,4	С
8. ИП Васильев А.С., «Ермак»	0,5	С	3,3	С	14,6	А
9. ООО Тепломастер	3,3	С	2,9	С	2,6	С
10. ООО Интехпласт-Самара	2,2	С	1,0	С	1,3	С
Всего	100	-	100	-	100	-

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

большие потери при резком снижении эффективности данной группы поставщиков. К категории А относятся поставщики: в 2013 и 2014 годах – ООО «Дверь Хаус» и ОАО «Сатурн», в 2015 году – ОАО «Сатурн» и ООО «Стройторг», ИП Васильев А.С.

ОАО «Сатурн» на протяжении трех лет удерживает лидерские позиции, хотя отмечается снижение доли продаж компании в общем объеме товарооборота магазина «СтройЛидер». ОАО «Сатурн» поставляет следующие виды товаров: сухие смеси, грунты, утеплители, профили, листы черные, арматуру, двери входные железные и межкомнатные, пену монтажную, герметики, клеи, сантехнику, инструменты, метизы, электротовары, электроинструменты. Возможен как самовывоз, так и доставка силами поставщика. Оплата производится предварительно в случае самовывоза и после доставки – в случае поставки товаров в магазин оптовой компанией.

ООО «Дверь Хаус» поставляет входные железные двери, межкомнатные двери, доборы, наличники, планки, замки и ручки для дверей. Оплата производится после поставки товара в магазин «СтройЛидер».

ООО «Стройторг» поставляет панели, утеплители, гипсокартон, пену монтажную, герметики, метизы, фрезы, сверла, биты, профили, гвозди. Оплата производится предварительно до получения со склада товара при самовывозе.

ИП Васильев А.С., ОП «Ермак» поставляет следующие виды товаров: инструменты, сухие смеси, ручки, замки для дверей, пену, герметики, метизы, сверла, гвозди, краны, счетчики для воды, сифоны, фильтры для воды, сантехнику, петли, навесы, электроинструменты, электротовары, лакокрасочные изделия. Оплата производится после доставки товара в магазин. Доля поставок этого поставщика растет на протяжении всего исследуемого периода, а по результатам работы трех кварталов 2015г. оптовая компания «Ермак» оказалась одним из лидеров поставок товаров. Широкий ассортимент товаров, выгодные условия поставки, возможность согласования по ценам и объемам способствуют упрочению договорных отношений с названным поставщиком.

Категория В – группа поставщиков, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи строительных товаров в магазине. К ним относятся поставщики: в 2013 – 2014 гг. – ООО «Стройторг», ООО «Метр квадратный», ООО «Химзавод «Спектр»; по итогам трех кварталов 2015 года – ООО «Метр квадратный» и ООО «Дверь Хаус». Следует отметить, что ООО «Стройторг» и ООО «Метр квадратный» на протяжении всего исследуемого периода наращивают объемы поставок товаров в магазин «СтройЛидер». Основными причинами являются: расширение и углубление ассортимента товаров, предоставление выгодных для магазина условий поставки и оплаты.

ООО «Метр квадратный» поставляет следующие виды товаров: гипсокартон, метизы, лакокрасочные изделия, клеи, сухие смеси, утеплители, сантехнику. Оплата за товары производится предварительно, до получения их на складе оптового предприятия. Доставка осуществляется силами и средствами розничного предприятия.

ООО «Химзавод Спектр» поставляет большой ассортимент лакокрасочных изделий. Основные условия поставки: предварительная оплата, самовывоз закупленной партии товаров.

Группа С включает поставщиков, доля которых в общем объеме поставок невелика и варьирует в пределах от 1 до 8 %. При анализе данной группы необходимо быть внимательным и в первую очередь понять причину низкого вклада. Это может быть связано с сезонностью спроса на товары и, тогда их следует закупать накануне сезона, чтобы на складе не создавались излишние товарные запасы, а финансовые ресурсы расходовались рационально.

Другой причиной является узкая специализация поставщиков. Такие поставщики, как ООО «Вертикаль-Иником», ООО «Хайдельберг ЦементРус», ООО «Тепломастер», ООО «Интехпласт-Самара», на протяжении всего периода устойчиво занимали названную позицию. В категорию С попадают поставщики специализирующиеся на поставках разнообразного ассортимента ограниченного количества групп товаров. Например, ООО «Хайдельберг ЦементРус», как подсказывает название компании, поставляет цемент и гипс; ООО «Интехпласт-Самара» – пластиковые панели.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Таблица 3. XYZ-анализ ассортимента магазина «СтройЛидер» за 2014 год

Наименование товара	Оборот 1 периода, тыс. руб.	Оборот 2 периода, тыс. руб.	Оборот 3 периода, тыс. руб.	Итого за год, тыс. руб.	Среднее знач., тыс. руб.	КВ, %	Кат. товара
1	2	3	4	5	6	7	8
Итого	772,2	1325,0	1777,6	3874,8	-	-	-
1. Панели ПВХ	10,4	10,5	10,5	31,4	10,5	0,6	X
2. Уровни строительные	0,8	0,8	0,9	2,5	0,8	7,2	X
3. Рулетки	0,7	0,6	0,7	2,0	0,7	8,3	X
4. Пена монтажная	5,3	4,3	4,0	13,6	4,5	12,4	Y
5. Хозтовары	233,1	339,3	373,8	946,2	315,4	19,0	Y
6. Смесители	4,9	3,7	3,1	11,7	3,9	19,2	Y
7. Масла, смазки	4,1	7,5	6,1	17,7	5,9	23,6	Y
8. Двери	140,2	247,8	172,1	560,1	186,7	24,2	Y
9. Электротовары	1,4	2,7	1,8	5,9	2,0	27,2	Z
10. Пластиковые трубы	118,8	128,0	232,4	479,2	159,7	32,3	Z
11. Инструменты	99,5	192,1	303,2	594,8	198,3	42,0	Z
12. Метизы	69,6	172,4	234,9	476,9	159,0	42,9	Z
13. Краны, отводы, сгоны	27,5	80,6	148,2	256,3	85,4	57,8	Z
14. Лакокрасочные изделия	43,7	112,3	228,4	384,4	128,1	59,5	Z
15. Канализация	12,2	22,4	57,5	92,1	30,7	63,2	Z

АВС-анализ по поставщикам необходимо проводить для того чтобы проанализировать структуру товарооборота и рассчитать необходимое количество товаров для последующей закупки у конкретного поставщика в целях совершенствования коммерческой работы на розничном торговом предприятии [6].

С целью выявления стабильности продаж и ранжирования ассортимента по степени спроса на товары был проведен XYZ-анализ. Месяца 2014 года разделили на 3 периода по сезонности спроса: 1 период – январь, февраль, ноябрь, декабрь (зимний период), 2 – март, апрель, сентябрь, октябрь (демисезонный период), 3 – май, июнь, июль, август (летний период).

Результаты XYZ-анализа приведены в таблице 3.

Товарные подгруппы: панели ПВХ, рулетки, уровни строительные пользуются постоянным спросом, характеризуются стабильностью и высокими возможностями прогноза продаж, по этим товарам можно делать оптимальные запасы. Колебания спроса по товарам категории X невелики. Категория товаров Y более многочисленна. Товарные подгруппы: пена монтажная, смесители, хозяйственные товары, двери, масла, смазки имеют колебания в спросе в пределах 25 %, характеризуются средними прогнозами продаж. Самой многочисленной оказалась категория Z. Она включает практически 50% наименований товарных групп в представленном ассортименте. Товарные группы: электротовары, пластиковые трубы, инструменты, метизы, краны, отводы, сгоны, лакокрасочные изделия, изделия для монтажа канализации – пользуются нерегулярным спросом или лишь в определенный сезон.

На колебания продаж товаров в магазине «СтройЛидер» оказывают влияние следующие факторы: сезонность спроса, изменения цен на аналогичные товары у конкурента, наличие (отсутствие) специальных мероприятий по стимулированию продаж.

Далее был проведен совмещенный АВС– и XYZ-анализ и построена матрица.

При построении матрицы совмещенного анализа установили, что в ассортименте магазина отсутствуют самые привлекательные категории товаров – АХ, ВХ. Это явление можно объяснить

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Таблица 4. Матрица совмещенного ABC– и XYZ-анализа магазина «СтройЛидер» за 2014 год

AX -	AУ Хозтовары	AZ Инструменты
BX -	ВУ Двери	BZ Пластиковые трубы, метизы
CX Панели ПВХ, уровни строительные, рулетки	СУ Масла, смазки, пена монтажная, смесители	CZ Лакокрасочные изделия, краны, отводы, сгоны, канализация, электротовары

выраженной сезонностью спроса на многие группы реализуемых товаров, однако грамотная маркетинговая политика (реклама, скидки, мероприятия по стимулированию сбыта) могут существенно изменить ситуацию. Магазины имеют смысл разработать комплекс маркетинговых мероприятий на год с целью стабилизации продаж.

Необходимо часть ассортимента из группы СУ (пена монтажная, смесители) перевести в более важную группу ВУ, т.е. стимулировать оборот по ним. Товары из неустойчивой, но весомой группы ВZ следует перевести в AZ (пластиковые трубы) и ВУ (метизы). Товары группы CX (панели ПВХ) необходимо перевести в категорию ВХ, увеличив поставки и расширив ассортимент этих товаров. Товары категории CZ имеют ярко выраженную сезонность спроса, поэтому необходимо следить за глубиной ассортимента перед наступлением и в сезон продаж.

Для осуществления эффективной коммерческой деятельности розничных торговых предприятий, с одной стороны, необходимо совершенствовать законодательную, налоговую, финансово-кредитную среду, с другой стороны, требуется своевременная адаптация работы самих предприятий к изменившимся рыночным условиям. Проведение внутреннего экономического анализа состояния торгового предприятия должно базироваться на достоверной информации, отражающей его экономическое состояние, уровень менеджмента и эффективность организации торгово-технологического процесса. Одним из важнейших экономических показателей коммерческой деятельности розничного торгового предприятия, определяющих предпринимательскую активность на потребительском рынке, является товарооборот.

В условиях постоянно изменяющейся рыночной ситуации торговым предприятиям необходимо анализировать и прогнозировать показатели, характеризующие результативность коммерческой работы, и в первую очередь – показатель розничного товарооборота.

Библиографический список:

1. Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.: ил.
2. Демченко Л.И., Туева Н.В. Категорийный менеджмент и ассортиментная политика торгового предприятия: учебное пособие. Оренбург: ООО «Агентство «Пресса», 2013. – 172 с.
3. Несветаев Г.В. Строительные материалы: Учебное пособие. – Ростов-на Дону. – Феникс, 2014. – 603 с.
4. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов / С.В. Сыроева. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.: ил. – (Серия «Совет директоров»).
5. <http://www.znaytovar.ru/s/ABC-XYZanalizy-assortimenta.html>
6. <http://www.1solution.ru/produkty-i-uslugi/qlikview/bit-bi-sales.html>
7. <http://www.retailclub.ru/manage/276.html>
8. <http://www.lobanov-logist.ru/library/357/56463/>

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ЗАМЕНЕ ТОВАРА

Романова А.Н.,

*к.э.н., доцент, Сибирский казачий институт технологий и управления
(филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)», г. Омск*

Среди множества вопросов современной экономики важнейшими являются разработка, принятие и осуществление управленческого решения, которые представляют основной инструмент управляющего воздействия. Совершенствование процесса принятия обоснованных объективных решений в ситуациях исключительной сложности достигается путем использования научного подхода к данному процессу, моделей и количественных методов принятия решений [5].

Разработка и принятие управленческих решений является важнейшим процессом, связывающим основные функции управления организации, так как именно решения, принимаемые руководителями, определяют не только эффективность деятельности организации, но и возможность развития и процветания в условиях неопределенности.

Принятие эффективных управленческих решений – одно из важнейших условий функционирования и развития любой организации.

Необходимость принять решение возникает при следующих условиях [2]:

- наличие цели (если цель не поставлена, то нет необходимости принятия решений);
- наличие альтернативных вариантов достижения цели (в отсутствие альтернатив решение однозначно) – решения принимаются в условиях, когда существует более одного способа достижения цели; с различными альтернативами могут быть связаны различные затраты и различные вероятности достижения цели;
- наличие ограничивающих факторов, т.е. факторов, ограничивающих выбор.

Менеджер должен принимать обоснованные, взвешенные решения, представляющие собой звенья цепочки, соединяющей поставленную цель и конкретный результат, а также добиваться их исполнения. Принять решение — значит, сделать выбор одной из альтернатив. Успешное принятие решения зависит от уровня профессиональных знаний менеджера [4].

Принятие решения – важнейшая составляющая процесса управления и личная функция лица, принимающего решение, – менеджера и руководителя [3]. Для руководителя любого ранга принятие решения является основной и неизбежной частью повседневной деятельности, которую он обязан выполнять в процессе управления. От своевременного и обоснованного принятия управленческого решения в значительной степени зависит реализация целей и задач, стоящих перед организацией.

Обострение конкуренции на рынке фармацевтических товаров, в том числе и соперничество предприятий, делает основной задачей каждой фирмы активизацию всеми возможными способами спроса на свой товар, «продвижение» товара к потребителю.

Ситуация с лекарственным обеспечением населения страны лекарствами и импортозамещение неоднократно обсуждалась на заседаниях Совета по развитию фармацевтической и медицинской промышленности при Правительстве РФ. В рамках разработки антикризисных мер по противостоянию мировому финансовому кризису Правительственной комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики был утвержден «Перечень системообразующих организаций».

Стратегия «Фарма-2020», утвержденная Министерством промышленности и торговли в октябре 2009 года, представляет собой план развития фармацевтической отрасли в нашей стране вплоть

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

до 2020 года. Основной целью программы является «обеспечение лекарственной безопасности Российской Федерации». Это значит, что на территории нашей страны к 2020 году должно быть налажено производство не менее 85% лекарств из списка жизненно необходимых и важных лекарственных препаратов (ЖНВЛП), а доля отечественных препаратов в общем объеме потребления должна достичь 50% в стоимостном выражении.

Проблема производства лекарственных препаратов заключается в том, что в настоящее время быстро наладить производство лекарственных препаратов невозможно. Даже при полном перевооружении российских предприятий многие компоненты, входящие в состав лекарственных препаратов, закупаются за рубежом. И стоимость таких компонентов также измеряется в условных единицах.

Кроме того, большинство так называемых российских препаратов производятся за границей, а расфасовываются в России.

Еще один критерий, который играет существенную роль при выборе покупателем товара – качество. Однако, высокая цена не является показателем высокого качества продукции. Но психология покупателя такова, что чем дороже препарат, тем он, по мнению покупателя, более высокого качества.

Многие предприятия аптечной сети с целью получения максимальной прибыли намеренно не приобретают дешевые препараты, а производят закуп более дорогих, чаще всего импортных препаратов.

Принятие решений по замене товара на аналогичный товар по более высокой цене и качеству приведет к сокращению продаваемых товаров, которые надо продать, чтобы достичь нужного уровня прибыльности для предприятия.

Принятие управленческого решения рассмотрено на примере организации, занимающейся реализацией фармацевтической продукции.

Предприятие «Аптека «СЗ» работает напрямую с официальными дистрибьюторами, что гарантирует подлинность и качество всех предлагаемых товаров. Работа с надежными поставщиками исключает попадание в аптеки фальсифицированных лекарственных средств. Вся продукция сертифицирована, имеет регистрацию Минздрава и все необходимые лицензии, строго соблюдаются сроки реализации и условия хранения лекарственных средств [1].

Ассортимент «Аптеки «СЗ» – более 10000 наименований медикаментов, изделий медицинского назначения и парафармацевтической продукции. Предприятие предлагает большой ассортимент лекарственных средств, трав, биологически активных добавок к пище, медицинских изделий, товаров для красоты и здоровья, детского питания и детских товаров, средств гигиены, аромасел и т.п.

По результатам проведенного анализа деятельности организации, выяснилось, что на предприятии «Аптека «СЗ» за последние три года объем продаж понизился, а, следовательно, уменьшилась и прибыль. В связи с этим менеджеру можно предложить принять управленческое решение по замене аналогичного товара на более дорогой.

Повысить выручку за счет замещения товара с минимальной стоимостью на более качественный, с более высокой стоимостью. Убираем из аптечного ассортимента товар низкого качества и по низкой цене, замещаем на импортные и отечественные препараты.

В таблице 1 представлены препараты заводов изготовителей, которые можно убрать из аптечного ассортимента организации «Аптека «СЗ».

Таблица 1. Препараты, которые необходимо заменить

Наименование	Производитель
Эналаприл	«Озон», Россия
Бисопролол	«Озон», Россия
Лизиноприл	«Северная звезда», Россия
Каптоприл	«Синтез», Россия

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

В таблице 2 представлены препараты заводов-изготовителей, которые необходимо ввести в ассортимент организации «Аптека «СЗ».

Таблица 2. Препараты, которые предполагается ввести в ассортимент

Наименование	Производитель
Эналаприл	«Хемофарм», Сербия
Бисопролол	«Тева», Израиль
Лизиноприл	«Штада», Германия
Каптоприл	«Акрихин», Россия

Данное управленческое решение позволит повысить доход предприятия «Аптека «СЗ». В таблице приведен доход организации по ассортименту, который предлагается заменить.

Таблица 3. Выручка до принятия решения

Наименование	Производитель	Количество проданных упаковок за 2014, шт.	Цена а шт., руб.	Выручка за 2014 тыс. руб.
Эналаприл	«Озон», Россия	1200	15	18,0
Бисопролол	«Озон», Россия	720	50	36,0
Лизиноприл	«Северная звезда», Россия	720	40	28,8
Каптоприл	«Синтез», Россия	360	20	7,2
Итого:		3000		90,0

В таблице 4 представлены препараты, которые находятся в ассортименте «Аптека «СЗ». Из данных таблицы видно, в каком количестве продавались данные препараты и какую выручку они составляли.

Таблица 4. Предполагаемая выручка после принятия управленческого решение по замене товара

Наименование	Производитель	Предполагаемое количество проданных упаковок за год, шт.	Цена за шт., руб.	Предполагаемая выручка за год, тыс. руб.
Эналаприл	«Хемофарм», Сербия	1200	80	96,0
Бисопролол	«Тева», Израиль	720	90	64,8
Лизиноприл	«Штада», Германия	720	120	86,4
Каптоприл	«Акрихин», Россия	360	150	54,0
Итого:		3000		301,2

В таблице 4 представлены препараты, которые необходимо ввести в ассортимент «Аптека «СЗ». Из данных таблиц видно, в каком количестве предполагается их продажа и какая ожидается выручка от их реализации.

Из таблиц 3 и 4 можно увидеть, что количество продаваемых упаковок осталось таким же – 3000 штук, а выручка увеличилась почти в три раза с 90,0 тыс. руб. до 301,2 тыс. руб. Прирост выручки рассчитываем по следующей формуле:

Δ выручка = выручка предполагаемая – выручка за 2014 год

Δ выручка = 301,2 тыс. руб. – 90,0 тыс. руб. = 211,2 тыс. руб.

Вывод: 211,2 тыс. руб. при таком же количестве проданных упаковок.

Далее необходимо определить себестоимость продукции, она будет определяться только по закупочной стоимости.

Таблица 5. Закупочная стоимость препаратов

Наименование	Закупочная стоимость препаратов		Объем		Абсолют. отклонение, (+/-), предполагаемое к 2014 году
	Вариант 1, за 2014 год, руб.	После замены товара	Вариант 1, за 2014 год, тыс. руб.	После замены товара, тыс. руб.	
Эналаприл	12	64	14,4	76,8	62,4
Бисопролол	40	72	28,8	51,8	23
Лизиноприл	38	96	27,3	69,1	41,8
Каптоприл	16	120	5,7	43,2	37,5
Итого:			76,2	240,9	164,7

Исходя из данных таблицы 5, себестоимость продукции определяем по следующей формуле:
 Δ себестоимости = себестоимость после замены товара – себестоимость до замены ассортимента;
 Δ себестоимости = 240,9 тыс. руб. – 76,2 тыс. руб. = 164,7 тыс. руб.

Вывод: Δ себестоимости составит 164,7 тыс. руб.

Далее рассчитаем прибыль по следующей формуле:

Прибыль = Выручка – Затраты

До принятия управленческого решения прибыль по данному ассортименту составляла:

Прибыль = 90,0 тыс. руб. – 76,2 тыс. руб. = 13,8 тыс. руб.

После принятия управленческого решения прибыль составила:

Прибыль = 301,2 тыс. руб. – 240,9 тыс. руб. = 60,3 тыс. руб.

Вывод: Прибыль составила 13,8 тыс. руб. до замены товара и 60,3 тыс. руб. после принятия управленческого решения по замене аналогичного ассортимента.

Далее рассчитаем прирост прибыли:

Δ прибыль = прибыль после проведения мероприятия – прибыль до проведения мероприятия;

Δ прибыль = 60,3 тыс. руб. – 13,8 тыс. руб. = 46,5 тыс. руб.

Вывод: Δ прибыль составила 46,5 тыс. руб.

Представленные расчеты подтверждают экономическую целесообразность принимаемых управленческих решений (целью которых является максимизации прибыли) по замене товара (не обязательно зарубежного производства) на аналогичный ассортимент по более высокой цене.

На отечественном рынке уже появились инновационные эффективные препараты с новым механизмом действия. А сама программа импортозамещения реализуется не только за счет развития отечественной фармацевтической промышленности, но и за счет локализации ведущими международными фармацевтическими компаниями своих технологий на территории нашего государства. В Российской Федерации такие отрасли как химия и фармакология уже имеют необходимые компетенции для своего дальнейшего развития.

Библиографический список:

1. Приказ Минздрава РФ от 4 марта 2003 г. N 80 «Об утверждении Отраслевого стандарта. Правила отпуска (реализации) лекарственных средств в аптечных организациях. Основные положения».
2. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н., Анализ, синтез и планирование решений в экономике. М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Козлов А.В., Рак Н.Г., Шишкова Г.А. Разработка управленческого решения: Учеб.-практ. пособие Королев Московской области: КИУЭС, 2003.
4. Кольке Г.И. Показатели оценки ресурсного потенциала предприятий машиностроения // Экономика и управление в машиностроении. 2011. №6. С. 10-13.
5. Кольке Г.И. Отличительные черты внутрифирменного планирования зарубежных стран // Сибирский торгово-экономический журнал. 2015. №2 (21). С. 32-34

АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ – ПОСТАВЩИК НА РЫНКЕ B2B

Егоров В.Г.,

аспирант, Воронежский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Автором проанализирована модель потребитель – поставщик на рынке B2B, позволяющая выявить характеристики взаимоотношений как с позиции производителя-поставщика, так и с позиции предприятия-потребителя. Приведен перечень показателей качества межфирменных взаимоотношений.

The author analyzed the model of consumer – supplier in the B2B market, allowing to identify the characteristics of the relationship both with the manufacturer-supplier position, and from the perspective of the consumer business. A list of inter-firm relationship quality indicators.

Первым делом определим, кто такие поставщики, их задачи и обязательства. Сразу стоит оговориться, что в данной статье, в качестве снабжающих единиц, будут рассматриваться юридические или физические лица, осуществляющие свою деятельность вне структуры компании-потребителя. Сначала несколько слов, связанных с терминологией. Под общим пониманием термина, “поставщик” определяется как юридическое или физическое лицо, поставляющие товары или услуги заказчику, на основании договора. В более частном понимании, под поставщиком подразумевается непосредственно производитель продукции, исключая посредников. Не редка ситуация, когда поставщик товара/услуги не является его непосредственным производителем. Таким образом, для одних компаний – поставщик и производитель будут одно лицо, в других случаях – поставщик фактически является посредником, между производителем и потребителем. В текущей работе мы будем придерживаться следующего положения: поставщиком для компании является любое юридическое (объединение, организация, предприятие, учреждение) или физическое лицо (группа лиц), поставляющее товары и/или оказывающие услуги, на основании договора, при этом не входящее в структуру компании. Последняя оговорка учитывает то обстоятельство, когда организации имеют общие структуры, что нивелирует отношения между ними, характеризуя их скорее партнерскими.

Общие правила, характеризующие уверенное поведение и сильную позицию поставщиков на рынке, упоминаются во многих статьях и книгах, в частности об этом пишут: Майкл Е. Портер в книге «Конкурентная стратегия» [4 С. 64-66], Генри Минцберг, Джеймс Куинн, Сумантра Гошал. в труде «Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения». [2 С. 82-83]. Из вышеназванной и другой профильной литературы можно сделать вывод, что поставщики имеют большую власть при следующих условиях:

- а) количество поставщиков на рынке не велико или ограничено,
- б) отрасль играет второстепенную роль для поставщиков,
- в) продукт поставщика уникален и дифференцирован, поэтому переключение на другой продукт ведет к дополнительным издержкам (иногда здесь может наблюдаться обратная зависимость, когда на редкий, специальный товар/услугу, существует ограниченный круг потребителей),
- г) поставщик обладает возможностями осуществить интеграцию вперед,
- д) потребителю сложно произвести интеграцию назад,
- е) в отрасли нет или мало товаров-заменителей.

Более наглядное представление о снабжающих структурах можно получить, если разбить их на

основные категории. Условно их можно разделить на группы в зависимости от специфики реализуемого товара:

1. Поставщики материальных ресурсов.

В группу входят две подгруппы:

а) сырьевые продукты, полезные ископаемые, полуфабрикаты (вода, сталь, нефть, древесина, руда, пшеница, сахар), земельные ресурсы, электроэнергия и т.д.

б) технические: здания и сооружения, станки, машины, оборудование, коммуникации и инфраструктура.

2. Поставщики финансовых ресурсов (денежные средства, займы, ценные бумаги, залоги, гарантии и пр.): банки, инвесторы, фондовые биржи, частные лица и пр.

3. Поставщики не материальных ресурсов:

а) интеллектуальных (информационных),

б) трудовых ресурсов.

Сюда входят как компании и физические лица, осуществляющие не материальные и не финансовые виды услуг – юридические, страховые, обучающие, охранные и т.п., так и организации, специализирующиеся на предоставлении квалифицированных кадров и актуальной информации: учебные заведения, научные институты, консалтинговые фирмы, аналитические агентства, другие компании и частные лица, предоставляющие как специализированные кадры, так и ценную информацию (патенты, технологии, базы данных, программы, товарные знаки, лицензии, авторские права и пр.)

Представленная работа направлена на анализ уже имеющихся поставщиков, мы преследуем цели по сбору, группировке, осмыслению информации, целью которой является установить партнерские и стабильные отношения между двумя субъектами. Что касается подбора поставщиков, то по данной тематике существует достаточно большое количество литературы, разработаны методы и программы [1,3,5]. В данной статье будет рассматриваться взаимоотношения между потребителем и его текущими поставщиками в рамках рынка бизнес-бизнес.

Итак, рассмотрим фактор влияния со стороны поставщиков. Первым этапом требуется отобрать наиболее значимых поставщиков. Критериями для отбора поставщиков являются те товары/услуги, наличие которых обязательно, но которые компания не способна воспроизводить автономно и нуждается в поставках извне. В зависимости от вида бизнеса, критерии для отбора могут быть поставки: сырья, комплектующих, финансовых средств, интеллектуальных ресурсов, сопутствующих товаров/услуг. Во избежание путаницы и излишней сложности восприятия, не будем учитывать ситуации, когда один субъект является поставщиком и потребителем для одной компании. Таким образом, здесь можно воспользоваться теми же критериями, по которым целевые потребители оценивают вашу компанию и конкурентов.

В одних фирмах поставщиков можно пересчитать по пальцам одной руки, в другой их могут быть сотни. Из-за ограниченности времени и ресурсов перед нами стоит задача выделить ключевых. Уместно вспомнить знаменитое правило: «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — лишь 20% результата». Таким образом, анализ поставщиков разбиваем на два действия: **I** – обзор поставщиков и отбор наиболее значимых, **II** – анализ взаимоотношений потребитель-поставщик:

I. Требуется установить тех поставщиков, от которых наиболее зависима компания, которых сложно или невозможно заменить. Также стоит учесть поставщиков-конкурентов, которые могут или уже произвели интеграцию вперед.

Для более удобного формирования списка поставщиков, целесообразно разбить их на отдельные категории.

– основные

– особые

– второстепенные

Под основными поставщиками понимаются лица, которые осуществляют большую часть поставок в компанию товаров/услуг.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Особые поставщики – субъекты, которые поставляют уникальную продукцию (сырьё, товары, услуги, интеллектуальную собственность и т.д.), это своего рода монополисты, чьи услуги крайне сложно или невозможно заменить другими.

Второстепенные – это снабженцы¹ сопутствующих товаров/услуг, которые достаточно легко заменимы, и не представляют значительную долю в издержках компании.

Необязательно каждый поставщик будет входить в одну категорию. Не исключена ситуация, где один снабженец поставляет как уникальную, так и второстепенную продукцию/услуги.

Для определения «основных» будем пользоваться следующим показателем, а именно: процентное отношение затрат от поставляемого продукта поставщиком, от общего числа издержек. Для компании, с небольшим количеством или с преобладанием нескольких снабженцев, целесообразно установить достаточно высокие границы. Например, если более 25% издержек приходится на одного поставщика, то его можно отнести в группу основных. Если же в предприятие получает продукцию от сотен поставщиков без преобладания одного, то процент снижается до приемлемого (5-10%).

В группу «особых» будут входить субъекты, поставляющие уникальные товары/услуги, либо монопольные или близкие к ним организации (муниципальные, государственные организации и т.п.).

Всех остальных снабженцев относим к второстепенным.

Далее, группируем поставщиков, занося их в таблицу, для последующего анализа. Пример таблицы приведен ниже.

Таблица №1

№	Основные	Особые	Второстепенные
1	ООО «Звезда»	ООО «Звезда»	
2	ЗАО «Эльприбор»		ЗАО «Эльприбор»
3	-//-	ОАО «Ильзар»	
4	-//-		ИП «Лидса»
...

Можно заметить, что некоторые поставщики могут находиться одновременно в разных группах, в таблице это ООО «Звезда» и ЗАО «Эльприбор». Это объясняется тем, что один поставщик поставляет как уникальную продукцию, так и второстепенные материалы. Таким образом, заполненная таблица дает определить общую картину снабжающих структур и выделить из них значимых, для последующего анализа, в частности «основных» и «особых».

II. После того, как основные снабженцы установлены, определяется уровень влияния с обеих сторон, другими словами у кого из субъектов более влиятельная позиция, а кто склонен пойти на уступки.

а). Следует провести исследование относительно доли выручки от реализуемой продукции, товаров/услуг, получаемой поставщиком от компании-потребителя. Задача состоит в том, чтобы определить, насколько компания занимает лидирующие позиции в списке важных клиентов у данного снабженца. Так как такого рода информация не всегда доступна, минимальным требованием будет определить ключевых клиентов поставщика, возможно в зависимости от конкретных потребителей можно будет установить приоритеты поставщика по отношению к каждому из них. Таким образом, в зависимости от того, является ли фирма основным потребителем или второстепенным, косвенно можно предположить позицию компании в отношениях с поставщиком.

Параллельно с этим собирается внутренняя информация, по которой устанавливается процент на конкретного поставщика от общего количества внешних издержек. Несколько слов об издержках. Существует несколько разновидностей издержек: совокупные, средние, маржинальные, постоянные, переменные, думается, что большинство из них читателю знакомы и поэтому не будем останавливаться на них подробно, остановимся только на некоторых, а именно, внешних и вну-

¹ В данной работе термин «поставщик» эквивалентен термину «снабженец».

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

тренних. Внутренние издержки – совокупные затраты собственных ресурсов, без учета затрат на товары/услуги других юридических и физических лиц, не входящих в состав компании. Внешние издержки – затраты (плата за ресурсы), приходящиеся на долю всех поставщиков товаров/услуг, не входящих в кадровый состав и структуры компании. В данном случае нас интересуют последние, а именно, тот процент от внешних издержек, приходящийся на конкретного поставщика.

При наличии информации о доли выручки от реализуемой продукции поставщика, приходящейся на компанию-потребителя и процента внешних издержек со стороны компании-потребителя на приобретение товаров/услуг соответствующего поставщика, можно предполагать, что чем ниже процент издержек потребителя и выше процент прибыли поставщика, тем в более выгодном положении находится компания-потребитель в отношениях с поставщиком. Если не брать во внимание не формальные связи и другие договоренности, можно сказать, что потребитель при таких показателях имеет большую власть над поставщиком. Соответственно, справедливо и обратное.

Для большей наглядности рассмотрим пример с условным поставщиком, имеющим трех потребителей и обозначим их П1, П2, П3. В ниже представленной таблице № 2.1 занесена базовая информация о выручке поставщика и издержках потребителей.

Таблица № 2.1

Наименование потребителей	Издержки потребителей приходящиеся на поставщика (в процентах)	Выручка от продукции поставщика с каждого потребителя (в процентах)
Потребитель П1	40	40
Потребитель П2	35	50
Потребитель П3	25	10

За X_1 , X_2 , X_3 обозначим долю выручки от продукции поставщика, приходящейся на соответствующую компанию-клиента (3 столбец табл. №2.1), вычтенную от 100%, т.е. $X_1=100-40=60$ и т.д. Процент внешних издержек потребителей будем выражать через Y_1 , Y_2 , Y_3 , соответственно, по формуле $Y_1=100-40=60$ и т.д. Таким образом $X_1=60\%$, $X_2=50\%$, $X_3=90\%$, $Y_1=60\%$, $Y_2=65\%$, $Y_3=75\%$. Далее сравниваем соответствующие X и Y , получаем неравенства: $X_1=Y_1$, $X_2<Y_2$, $X_3>Y_3$. Эти неравенства показывают, что власть поставщик/потребитель в первом случае равна, во втором потребитель обладает большей властью, в третьем более сильная позиция у поставщика.

Таким образом, при наличии у аналитика актуальной информации о основных источниках прибыли поставщика, а также издержках потребителя, можно в какой то степени определить или спрогнозировать степень влияния одного на другого, и, в зависимости от выводов, можно разработать соответствующую стратегию усиления позиции или её удержания. Иначе говоря, чем выше ваша потребительская доля у снабженца и ниже его доля как вашего поставщика, тем больше рычаги влияния и увереннее позиция при определении условий поставок, цены и пр.

б). Нередки случаи, когда поставляется продукт по “индпошиву” или пред заказу, потребитель которого строго определен или сильно ограничен. Скажем, на предприятие поставляются комплектующие, с индивидуальными характеристиками для производства конкретного оборудования, в такой ситуации помимо вышеописанного инструмента стоит проанализировать возможность интеграции обоих субъектов. Поэтому, одним этапом при анализе текущего фактора является определение возможности перекрестной интеграции. Вопрос насколько велика вероятность того, что поставщик в ближайшем будущем может стать конкурентом? Интересен не сам факт перспективы интеграции вперед, а сравнение – у кого больше возможностей (особенно в обозримом будущем) осуществить интеграцию, компании назад или поставщику вперед. Ответ на этот вопрос важен по двум причинам: во-первых, для понимания насколько уверена позиция фирмы-потребителя при взаимодействии с поставщиком, и, во-вторых, для определения возможных будущих угроз со стороны последнего перейти в разряд конкурентов. В зависимости от того, кому такое расширение деятельности более доступно, определяется его доминантная позиция по отношению к другому.

в). Следующая ступень анализа коснется конкурентов, а именно наличие их в списке клиентов поставщиков анализируемой компании. Допустим, если это так, то фирме целесообразно добиваться более выгодной позиции в отношениях с поставщиком в сравнении с конкурентами. Безусловно, это уместно в ситуации, когда снабженец ценен для компании и удовлетворяет её потребности. Если предприятие поставляет продукцию преимущественно одной компании, то здесь у последней выгодное положение, так как она является основным потребителем. Если же снабжаются, в том числе конкуренты, то положение в переговорах (по цене, условиях работы, оплаты и т.п.) будут зависеть главным образом от приносимой доли чистой прибыли поставщику, а также других факторов. Таким образом, следует позаботиться о возможных сложностях в кризисный период. Чтобы избежать проблем с поставщиком, следует заранее установить отношения, как на уровне доверия, так и юридически. Возможно, целесообразно организовать партнерскую деятельность (совместная реклама, разработки и т.д.), таким образом, поставщика сделать партнером по бизнесу. Более полное представление о силе влияния поставщиков можно получить, добавив в анализ последних для производителей товаров субституты и комплементы. Безусловно, это достаточно сложная и кропотливая работа, тем не менее затраты на диагностику положительным образом скажутся при построении стратегического плана компании.

Библиографический список:

1. Беляев М.С. Методы построения рейтингов для анализа потребителей, дистрибьюторов и поставщиков – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2007. – 125 с.
2. Минцберг Генри, Джеймс Куинн, Сумантра Гошал. Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. Пер. с англ. – СПб: серия «Теория и практика менеджмента» «Питер», 2001. 688 с.
3. Оревинин И.Н. Оценка и выбор поставщика в системе управления материальными ресурсами промышленного предприятия: методический аспект – Кострома: Костромской государственной университет им. Н.А. Некрасова, 2007. – 176 с.
4. Портер Е. Майкл Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов/Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2005. – 454 с.
5. Саратовкин Д.Ф. Экономические аспекты эффективности выбора поставщиков торговым предприятием – Москва, 2001. – 145 с.

ТАМОЖЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВРЕМЕННОЕ ХРАНЕНИЕ ТОВАРОВ: НОРМАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Елкин С.Е.,

к.э.н, доцент, Северо-Западный институт управления «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Основное содержание статьи определено результатами анализа современных особенностей технологий временного хранения товаров. Приводятся рекомендации по совершенствованию технологий хранения при совершении таможенных операций.

Ключевые слова: временное хранение, таможенные операции, товары.

TECHNOLOGY IN CUSTOMS AND TEMPORARY STORAGE OF GOODS: THE NORMATIVE DIMENSION

Elkin S.E.,

candidate of economic Sciences, associate Professor North-West Institute of management of «Russian Academy of national economy and state service under the President of the Russian Federation»,

The main content of the article is determined by the results of the analysis of modern features of technologies of temporary storage of goods. Recommendations on the improvement of storage technologies in the Commission of customs operations.

Keywords: *temporary storage, customs operations, goods.*

Технология – совокупность производственных методов и процессов в определённой отрасли производства, а также научное описание способов производства [10].

«Временное хранение товаров» согласно главе 2 Генерального приложения Киотской конвенции означает хранение товаров под таможенным контролем в помещениях и огороженных или неогороженных местах (в дальнейшем именуемых складами временного хранения), утвержденных таможенной службой, в ожидании подачи декларации на товары [1].

Статья 167 Таможенного кодекса Таможенного союза (далее – ТК ТС) определяет временное хранение товаров как хранение иностранных товаров под таможенным контролем в местах временного хранения до их выпуска таможенным органом в соответствии с заявленной таможенной процедурой либо до совершения иных действий, предусмотренных таможенным законодательством таможенного союза, без уплаты таможенных пошлин, налогов [2].

Законодательством Таможенного союза определены места временного хранения товаров, такими местами в соответствии с ТК ТС являются склады временного хранения (далее – СВХ) и иные места, определенные законодательством государств-членов таможенного союза.

В связи с тем, что товары, помещаемые на временное хранение, находятся под таможенным контролем, места временного хранения должны отвечать требованиям по их расположению, обустройству и оборудованию, установленным законодательством государств – членов таможенного союза.

Товары, помещаемые на временное хранение и не выпущенные в соответствии с заявленной таможенной процедурой, как было сказано ранее, находятся под таможенным контролем до их выпуска в соответствии с заявленной таможенной процедурой, в связи с этим, места временного хранения являются зоной таможенного контроля.

К местам временного хранения товаров предъявляются определенные требования, которые зависят от характеристик товаров, помещаемых на временное хранение. Так товары, которые могут причинить вред другим товарам или требуют особых условий хранения, должны храниться в местах временного хранения, специально приспособленных для хранения таких товаров [2].

В порядке, определенном законодательством Таможенного союза идет подтверждение размещения товаров в местах временного хранения.

Как было определено ранее, местами временного хранения являются склады временного хранения и иные места временного хранения.

Иные места временного хранения регламентированы статьей 198 Федерального закона № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон) [3].

К ним относятся:

- 1) склад временного хранения таможенного органа;
- 2) склад получателя товаров в случаях, предусмотренных статьей 200 Федерального закона;
- 3) помещение, открытая площадка и иная территория уполномоченного экономического оператора;

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

- 4) отдельные помещения в местах международного почтового обмена;
- 5) место хранения неполученного или не востребовавшего багажа, перемещаемого в рамках договора авиационной или железнодорожной перевозки пассажира;
- 6) место разгрузки и перегрузки (перевалки) товаров в пределах территории морского (речного) порта;
- 7) специально оборудованное место разгрузки и перегрузки (перевалки) иностранных товаров в пределах режимной территории аэропорта при условии, что место ввоза таких товаров в Российскую Федерацию и место их вывоза из Российской Федерации совпадают;
- 8) железнодорожные пути и контейнерные площадки, расположенные в согласованных с таможенными органами местах в пределах железнодорожных станций и предназначенные для временного хранения товаров без их выгрузки из транспортных средств;
- 9) места, определяемые другими федеральными законами или актами Правительства Российской Федерации.

Временное хранение товаров в следующих местах, определенных Федеральным законом, осуществляется с письменного разрешения таможенного органа, выдаваемого на основании обращения заинтересованного лица:

- 1) склад получателя товаров в случаях, предусмотренных статьей 200 Федерального закона;
- 2) отдельные помещения в местах международного почтового обмена;
- 3) место хранения неполученного или не востребовавшего багажа, перемещаемого в рамках договора авиационной или железнодорожной перевозки пассажира;
- 4) место разгрузки и перегрузки (перевалки) товаров в пределах территории морского (речного) порта;
- 5) специально оборудованное место разгрузки и перегрузки (перевалки) иностранных товаров в пределах режимной территории аэропорта при условии, что место ввоза таких товаров в РФ и место их вывоза из РФ совпадают;
- 6) железнодорожные пути и контейнерные площадки, расположенные в согласованных с таможенными органами местах в пределах железнодорожных станций и предназначенные для временного хранения товаров без их выгрузки из транспортных средств.

Разрешение на временное хранение товаров в иных местах может быть разовое (для временного хранения определенной партии товаров) либо генеральное (для периодического временного хранения иностранных товаров в определенный период) [3,5].

Условия и порядок выдачи разрешения на временное хранение товаров в иных местах, включая требования предоставления обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов, определяются федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области таможенного дела [6,8].

Федеральный закон регламентирует таможенные операции, связанные с помещением товаров на временное хранение. Так, при помещении товаров на склад временного хранения лица, обладающие полномочиями в отношении товаров, или их представители представляют в таможенный орган транспортные (перевозочные), коммерческие и (или) таможенные документы, содержащие сведения о товарах, отправителе (получателе) товаров, стране их отправления (назначения).

Документы, необходимые для помещения товаров на склад временного хранения, представляются таможенному органу не позднее трех часов с момента завершения процедуры таможенного транзита (предъявления товаров таможенному органу в месте прибытия).

Таможенный орган регистрирует документы, представленные для помещения товаров на временное хранение, не более одного часа после их принятия. Со дня регистрации таможенным органом документов, представленных для помещения товаров на временное хранение, товары считаются находящимися на временном хранении.

Детализированный порядок представления документов и сведений в таможенный орган при помещении товаров на склад временного хранения и иные места для временного хранения товаров, порядок помещения (выдачи) товаров на склад временного хранения (со склада) и иные места

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

временного хранения товаров для временного хранения товаров в целях обеспечения таможенного контроля, а также иные технологические процессы регламентированы Приказом Федеральной таможенной службы от 29 декабря 2012 г. № 2688 «Об утверждении Порядка представления документов и сведений в таможенный орган при помещении товаров на склад временного хранения (иные места временного хранения товаров), помещения (выдачи) товаров на склад временного хранения (со склада) и иные места временного хранения, представления отчетности о товарах, находящихся на временном хранении, а также порядка и условий выдачи разрешения таможенного органа на временное хранение товаров в иных местах» [4].

На основании анализа статей Таможенного кодекса Таможенного союза, Федерального закона «О таможенном регулировании в Российской Федерации», а также иных подзаконных актов, отнесенных к теме нашего исследования, можно сделать вывод, что таможенными операциями, а также технологиям, связанным с временным хранением товаров отведена важная ниша в таможенном законодательстве Таможенного союза, а также таможенном законодательстве Российской Федерации.

Таким образом, временное хранение товаров для участников внешнеэкономической деятельности является важной таможенной операцией при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза, поскольку, декларирование, выпуск товаров в соответствии с заявленной таможенной процедурой, а также исполнение внешнеторгового договора не всегда происходит в предполагаемые сроки, данная операция позволяет соблюдать таможенное законодательство, сохранять товары в бизнес-процессе при минимальном уровне затрат [7].

Библиографический список:

1. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур (совершено в Киото 18.05.1973) (в ред. Протокола от 26.06.1999).
2. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17).
3. Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О таможенном регулировании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 19.10.2015).
4. Приказ Федеральной таможенной службы от 29 декабря 2012 г. № 2688 г. Москва «Об утверждении Порядка представления документов и сведений в таможенный орган при помещении товаров на склад временного хранения (иные места временного хранения товаров), помещения (выдачи) товаров на склад временного хранения (со склада) и иные места временного хранения, представления отчетности о товарах, находящихся на временном хранении, а также порядка и условий выдачи разрешения таможенного органа на временное хранение товаров в иных местах».
5. Елкин С.Е. Вопросы теории управления товарным ассортиментом // Сибирский торгово-экономический журнал. – РГТЭУ, 2009. – № 9. – С. 48 – 54.
6. Елкин С.Е. Системный аспект управления организационными изменениями // Сибирский торгово-экономический журнал. – РГТЭУ, 2012. – № 16. – С. 15 – 17.
7. Елкин С.Е., Елкина О.С. О функциях управления // Сибирский торгово-экономический журнал. – РГТЭУ, 2006. – № 3. – С. 7 – 10.
8. Елкин С.Е. Достоверность бухгалтерской отчетности как элемент безопасности экономической политики предприятия // Вестник Омского университета. Серия: Экономика, 2005. – №1. – С. 100.
9. Елкин С.Е. Проблемы стратегического развития в условиях формирования экономического механизма управления предприятием // Вестник Омского университета. Серия: Экономика, 2006. – №1. – С. 95-97.
10. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка, Издательство: ИТИ Технологии, 2008 г.– 944 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕКТОРА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗЛИЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ ОБОРОТА ТОРГОВЛИ

Захарова Ж.Ж.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье рассматривается состояние сектора розничной торговли за период 2012-2015 гг. с точки зрения показателей оборота торговли, позволяющих оценить физический объем потребительского рынка в целом и по сферам торговли, с учетом индекса-дефлятора, на душу населения.

Ключевые слова: *сектор розничной торговли, оборот розничной торговли, продовольственная сфера, непродовольственная сфера, индекс физического объема оборота розничной торговли, оборот торговли на душу населения.*

Zakharova Zh.Zh.,

Omsk Institute (branch) REU them. GV Plekhanov

CURRENT STATE SECTOR IN VARIOUS RETAIL TRADE TURNOVER INDICES

The article examines the state of the retail sector over the period 2012-2015 in terms of trade turnover indicators, to assess the physical volume of the consumer market in general and in the spheres of trade, taking into account the deflator, per capita.

Keywords: *the retail sector, the retail trade turnover, the food sector, non-food sphere, the volume index of retail trade turnover per capita turnover of population.*

Одним из основных макроэкономических показателей потребительского рынка является оборот розничной торговли. Его объем, динамика, структура входят в число показателей, характеризующих экономический потенциал страны. По нему строятся всевозможные международные сопоставления. Оборот розничной торговли является базовым показателем для формирования объема конечного потребления при расчетах ВВП методом конечного использования [3].

В соответствии с Указаниями по заполнению ф. №П-1–П-4, оборот розничной торговли представляет собой выручку от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт [6].

Стоимость товаров, проданных (отпущенных) отдельным категориям населения со скидкой или полностью оплаченных органами социальной защиты, включается в оборот розничной торговли в полном объеме. В оборот розничной торговли не включается стоимость товаров, проданных (отпущенных) из розничной торговой сети юридическим лицам (в том числе организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям, а также в общественное питание [5, с. 43].

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Оборот розничной торговли включает данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других видов деятельности, осуществляющим продажу товаров населению через собственные торговые заведения, или с оплатой через свою кассу. Оборот розничной торговли также включает стоимость товаров, проданных населению индивидуальными предпринимателями и физическими лицами на розничных рынках и ярмарках [5, с.43].

Оборот розничной торговли формируется по данным сплошного федерального статистического наблюдения за организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, которое проводится с месячной периодичностью, а также ежеквартальных выборочных обследований малых предприятий розничной торговли (за исключением микропредприятий), розничных рынков, ежегодных выборочных обследований индивидуальных предпринимателей и микропредприятий с распространением полученных данных на генеральную совокупность объектов наблюдения [5, с.43].

К основным показателям оборота розничной торговли, а также рассчитываемым на его основе относятся:

- оборот розничной торговли;
- оборот розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачные изделия – так называемый оборот продовольственных товаров;
- оборот розничной торговли непродовольственными товарами;
- индекс физического объема оборота розничной торговли;
- оборот розничной торговли в расчете на душу населения;
- другие показатели частного характера, представляющие структурное содержание оборота розничной торговли в зависимости от перечня товаров, субъектов Федерации и т.д.

Оборот розничной торговли в 2015г. составил 27575,7 млрдрублей, что в сопоставимых ценах составляет 90,0% к 2014г., в декабре 2015г. – 2865,0 млрдрублей и 84,7% к соответствующему периоду предыдущего года [7]

Развивающийся экономический кризис вносит свои коррективы в процессы, движущие розничной торговлей, которая после длительного периода бурного роста вплоть до 2008 года на уровне 12-14%, по оценке Минэкономразвития, ежегодно в последние годы заметно снижает темпы своего развития [1]. По данным Росстат, динамика оборота розничной торговли на 2015г. составляет 90% [7].

Статистические данные показывают, что за последние два года соотношение оборота непродовольственных товаров несколько превышает оборот пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия (рис. 2).

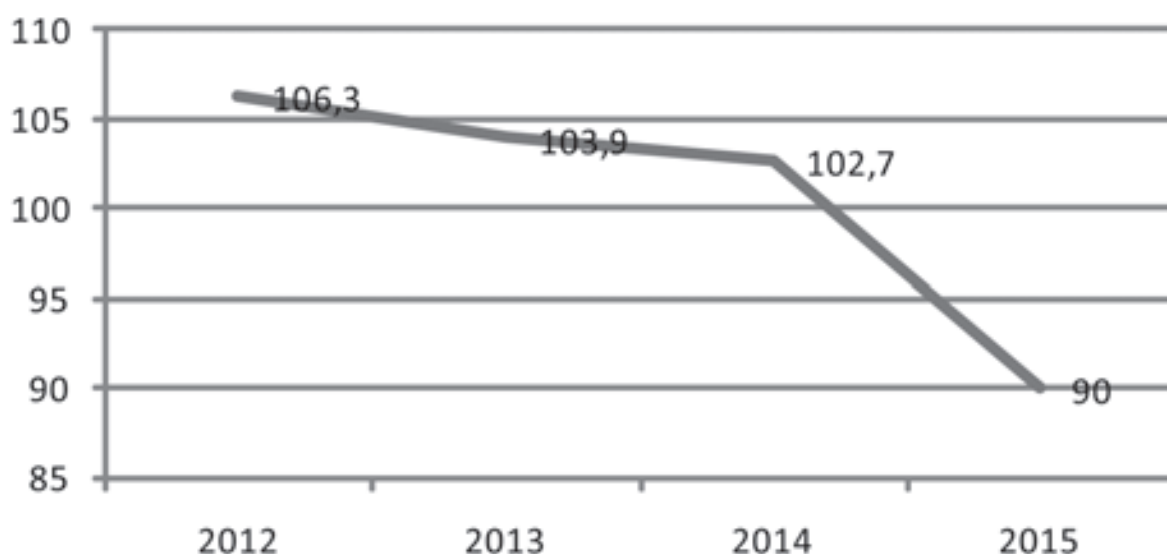


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах) [7].

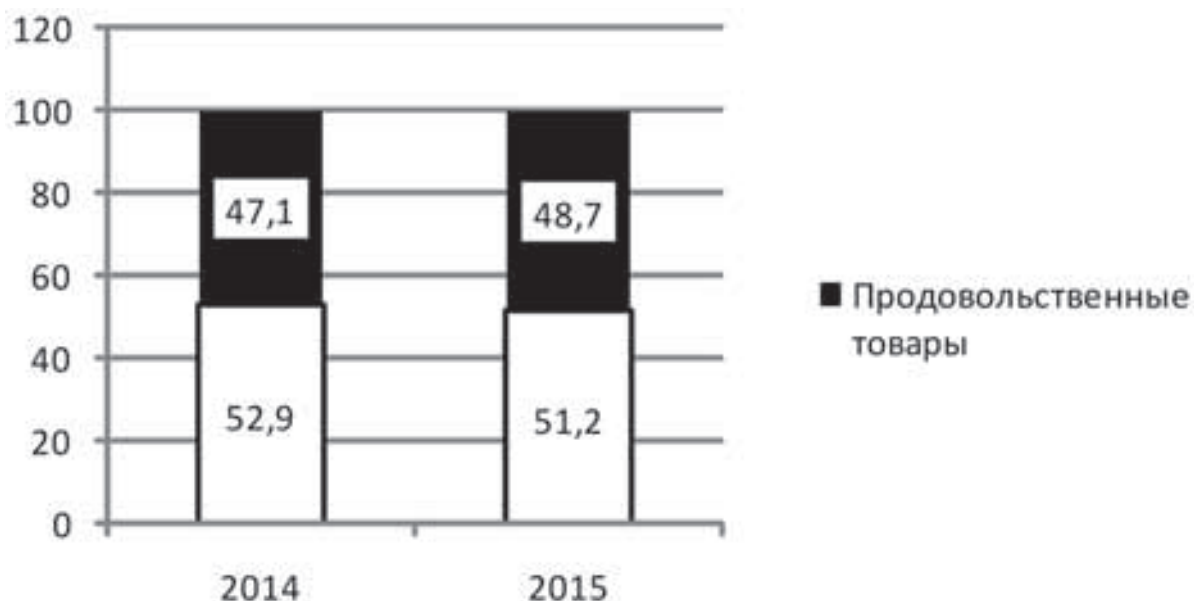


Рис. 2. Структура оборота розничной торговли (в % к общему объему оборота розничной торговли) [4].

На основе показателя оборота розничной торговли рассчитывается индекс физического объема оборота. Индекс физического объема оборота характеризует совокупное изменение товарной массы в текущем периоде по сравнению с предыдущим (базисным) периодом и показывает, как изменился оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния изменения цен [2].

С помощью индекса физического объема оборота розничной торговли можно оценить оборот розничной торговли с поправкой на индекс-дефлятор, который рассчитывается, исходя из индексов потребительских цен, на две группы товаров (продовольственные и непродовольственные) и соответствующей структуры оборота розничной торговли, сложившейся в отчетном периоде.

Если говорить об общих тенденциях структурного развития рынка розничной торговли, то на фоне снижения темпов роста в розничной торговле в 2015 году наблюдается аналогичный спад как в продовольственной, так и в непродовольственной сфере (рис. 3).

Кроме вышеназванных показателей целесообразно рассматривать оборот розничной торговли на душу населения.

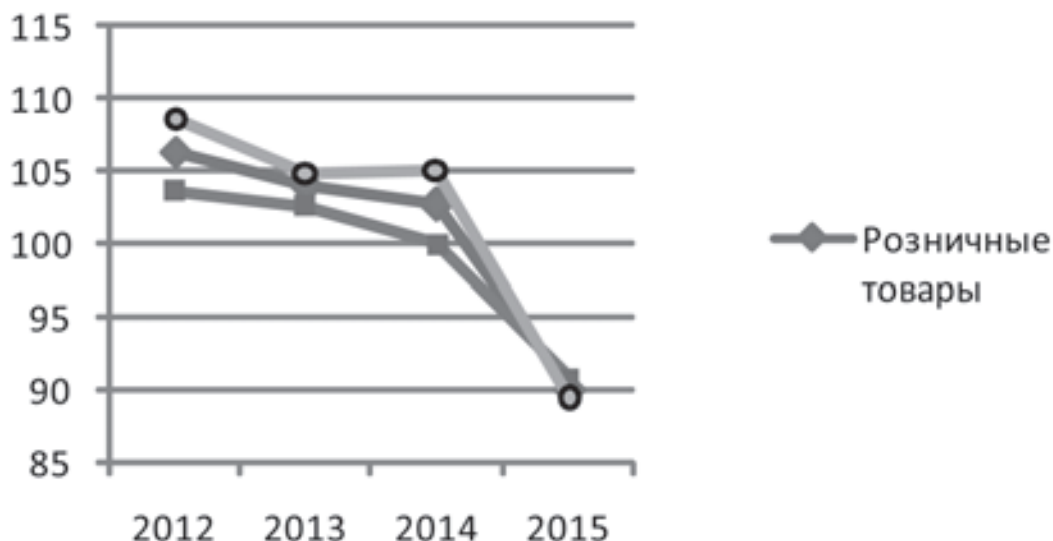


Рис. 3. Динамика оборота розничной торговли (прирост в % к предыдущему году) [7].

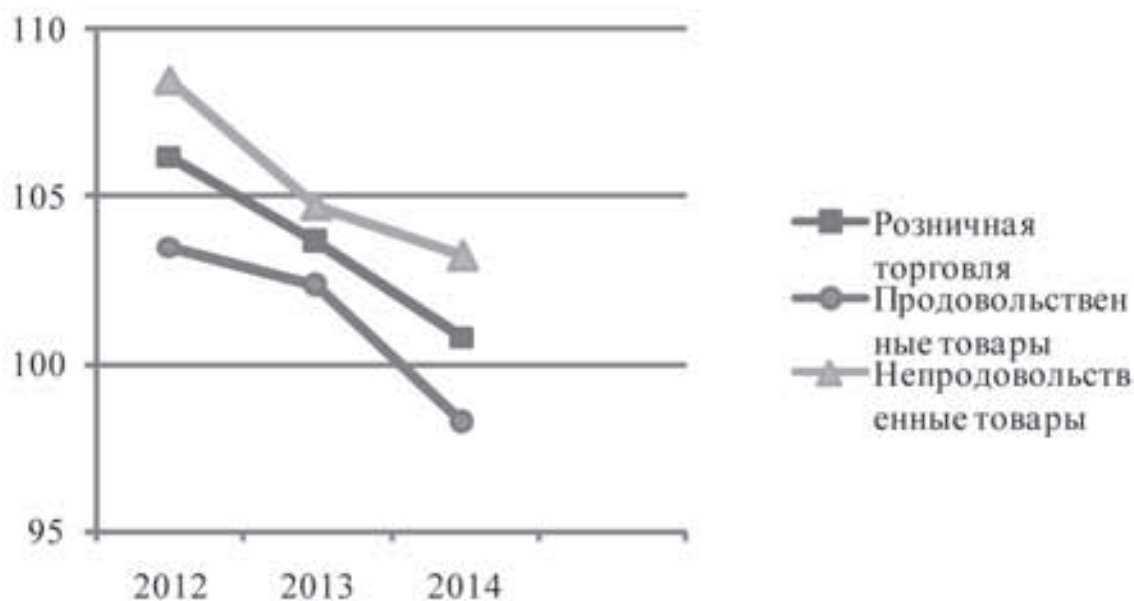


Рис. 4. Оборот розничной торговли на душу населения (в процентах к соответствующему периоду предыдущего года) [7].

Таким образом, в статье были рассмотрены некоторые основные показатели оборота розничной торговли, характеризующие одну из сторон развития этого сектора с точки зрения физических показателей объема потребительского рынка.

Резюмируя полученные результаты, о состоянии сектора розничной торговли можно сказать следующее. Графический анализ динамики оборота розничной торговли за период 2012-2015 годов демонстрирует, что темпы развития рассматриваемого сектора экономики продолжают снижаться, а за период 2015 года это снижение было достаточно стремительным. При достаточно стабильном соотношении оборотов продовольственной и непродовольственной сферы розничной торговли снижение темпов развития происходит с одинаковой стабильностью в этих сферах. Индекс физического объема оборота розничной торговли с поправкой на индекс-дефлятор, а также оборот розничной торговли на душу населения в динамике также подтверждают наметившиеся тенденции.

Библиографический список:

1. Аналитическая записка о состоянии потребительского рынка Российской Федерации, [Электронный ресурс]/Комитет ТПП РФ по развитию потребительского рынка, – М., – 2014.
2. Методические указания по расчету индекса-дефлятора оборота розничной торговли на федеральном уровне [Электронный ресурс]/(ГКС РФ от 03.02.2003) – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
3. Методологические положения по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли [Электронный ресурс]/Приказ Росстата от 18.04.2011 N 190 – Доступ из информ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Статистическое обозрение №4(95) 2015 [Электронный ресурс]/Ежеквартальный журнал ФСГС. – 2015. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
5. Торговля в России. 2015: Стат. сб./ Росстат. – М., 2015. – 243 с. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
6. Указания по заполнению форм федерального статистического наблюдения N П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», N П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы», N П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», N П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников», N П-5(м) «Основные сведения о деятельности организации» [Электронный ресурс] Приказ Росстата от 28.10.2013 N 428 (ред. от 23.10.2014) – Доступ из информ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/28.01.2016.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Нурпейис Г.С.,

Атырауский инженерно-гуманитарный институт

В статье представлены факторы, влияющие на потенциал конкурентоспособности предприятий республики Казахстан. Даны рекомендации по повышению потенциала предприятий, за счет конкурентных преимуществ менеджмента качества своей продукции.

The article presents the factors that influence the potential of competitiveness of enterprises of the Republic of Kazakhstan. Recommendations to improve the capacity of enterprises, at the expense of competitive preimuschest management of quality of its products.

Одной из важнейших предпосылок экономического развития Казахстана является стабильный рост производства во всех отраслях, и, прежде всего – в промышленности. Однако в условиях рыночной экономики возможен рост не любого производства и любой ценой, а только конкурентоспособного.

Безусловно, необходимым условием формирования конкурентоспособной продукции отраслей является переход промышленности на более высокие технологические уклады [1].

Важным показателем деятельности предприятий является качество продукции. Его повышение – одна из форм конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке. Высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на продукцию и увеличению суммы прибыли не только за счет объема продаж, но и за счет более высоких цен.

Качество продукции – понятие, которое характеризует параметрические, эксплуатационные, потребительские, технологические, дизайнерские свойства изделия, уровень его стандартизации и унификации, надежность и долговечность. Различают обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качества продукции.

Обобщающие показатели характеризуют качество всей произведенной продукции независимо от ее вида и назначения:

- а) удельный вес новой продукции в общем ее выпуске;
- б) удельный вес продукции высшей категории качества;
- в) средневзвешенный балл продукции;
- г) средний коэффициент сортности;
- д) удельный вес аттестованной и не аттестованной продукции;
- е) удельный вес сертифицированной продукции;
- ж) удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам;
- з) удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в высокоразвитые промышленные страны.

Индивидуальные (единичные) показатели продукции характеризуют одно из ее свойств:

- полезность (жирность молока, содержание белка в продуктах питания и др.);
- надежность (долговечность, безотказность в работе);
- технологичность, т.е. эффективность конструкторских и технологических решений (трудоемкость, энергоемкость);
- эстетичность изделий.

Косвенные показатели – это штрафы за некачественную продукцию, объем и удельный вес забракованной продукции, удельный вес продукции, на которую поступили рекламации от покупателей, потери от брака и др.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Первая задача анализа – изучить динамику перечисленных показателей, выполнение плана по их уровню, причины их изменения и дать оценку работы предприятия по уровню качества продукции.

По продукции, качество которой характеризуются сортом или кондицией, рассчитываются доля продукции каждого сорта (кондиции) в общем объеме производства, средний коэффициент сортности, средневзвешенная цена изделия в сопоставимых условиях. При оценке выполнения плана по первому показателю фактическую долю каждого сорта в общем объеме производства сравнивают с плановой, а для изучения динамики качества – с данными прошлых периодов [2].

Под конкурентоспособностью понимают характеристику продукции, которая показывает ее отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Оценка конкурентоспособности продукции основывается на исследовании потребностей покупателя и требований рынка. Чтобы товар удовлетворял потребности покупателя, он должен соответствовать определенным параметрам:

- техническим (свойства товара, область его применения и назначения);
- эргономическим (соответствие товара свойствам человеческого организма);
- эстетическим (внешний вид товара);
- нормативным (соответствие товара действующим нормам и стандартам);
- экономическим (уровень цен на товар, сервисное его обслуживание, размер средств, имеющих у потребителя для удовлетворения данной потребности).

Задачи проведения анализа:

- 1) оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции;
- 2) изучение факторов, воздействующих на ее уровень;
- 3) разработка мер по обеспечению необходимого уровня конкурентоспособности продукции [3].

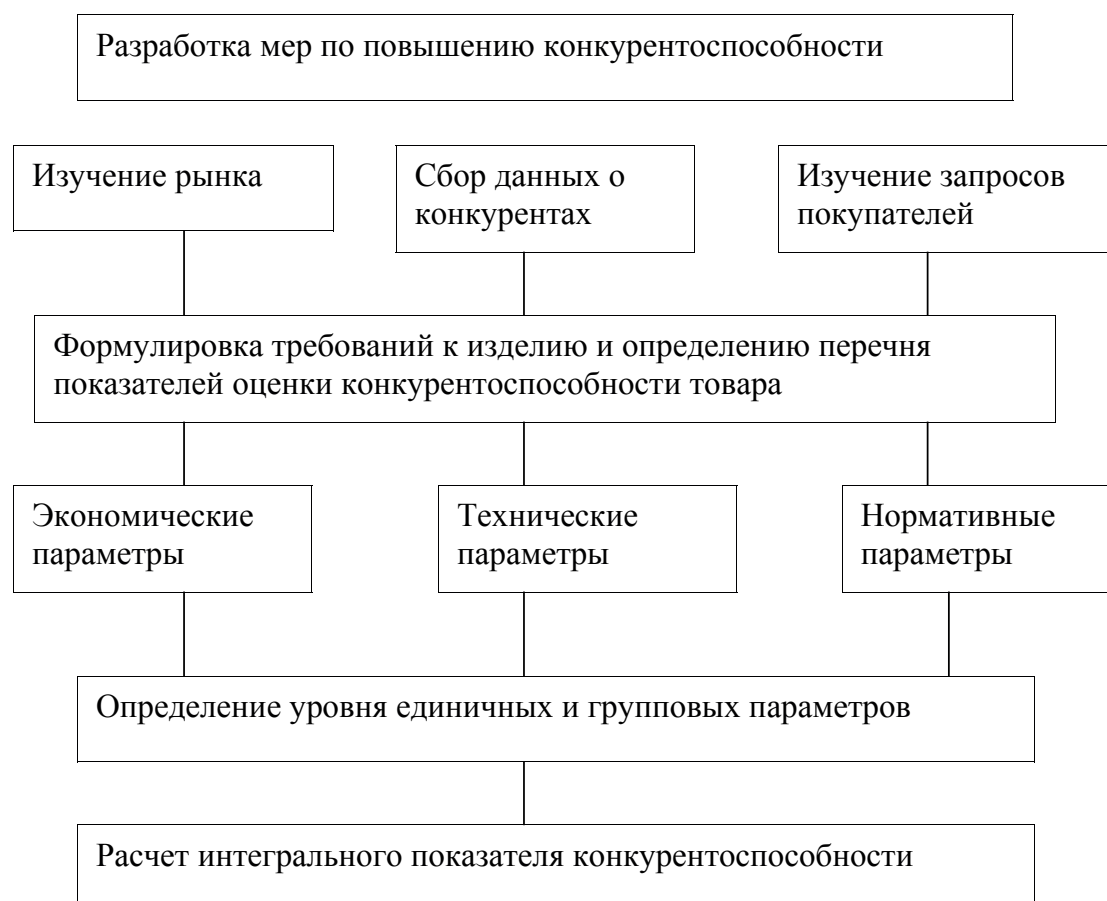


Рисунок 1. Структурно-логическая схема анализа конкурентоспособности продукции

Рынок мясной продукции на котором осуществляет свою деятельность предприятие насыщен предприятиями-конкурентами, выпускающими аналогичную продукцию. Именно поэтому в борьбе за лидирующие позиции каждое предприятие стремится повысить качество своей продукции по отношению к продукции конкурента. У ТОО «Дамдешки» в районе г. Атырау значимых конкурентов нет. Есть небольшие фирмы выпускающие ограниченный ассортимент изделий, но они не составляют существенной конкуренции на рынке. Что касается рынка мясной продукции Атырау и Атырауской области, то здесь дела обстоят намного сложнее. Это связано, прежде всего, с тем что в Атырауской области много фирм, деятельность которых по масштабам не уступает, либо даже превосходит деятельность ТОО «Дамдешки». Конкурентная борьба здесь развернулась очень широко, что заставляет комбинаты постоянно находиться в динамичном состоянии и искать новые пути и способы усовершенствования своей продукции. В этой борьбе качеству уделяется особое внимание.

Потребители при покупке мясных продукции, прежде всего, отдают предпочтение изделиям с высоким качеством и лучшими вкусовыми свойствами и соответствующей ценой этого изделия. Это самые основные параметры, влияющие на решение о покупке того или иного вида мясной продукции.

Методика анализа конкурентоспособности представлена на рис. 1.

Для них важны также такие параметры, как экологичность изделий, то есть насколько безвредны мясные изделия для их организма, важно отсутствие в колбасе различных добавок и красителей, негативно влияющих на здоровье человека. Вот именно благодаря этому параметру многие производители стараются обогнать конкурентов и привлечь покупателей, делая акцент на том, что их продукция производится только из экологически чистого отечественного сырья с соблюдением ГОСТ. Атырауское предприятие является одним из таких предприятий. Он производит продукцию только из отечественного сырья, соблюдая государственные стандарты. Кроме того, для покупателей имеют существенное значение и эстетические параметры, например, упаковка, маркировка, товарный знак предприятия. На решение о покупке может повлиять и сервисное обслуживание, количество и качество рекламных мероприятий, имидж фирмы [4].

Основным экономическим параметром для покупателей является, конечно же, цена продукции. У различных предприятий на одни и те же виды колбас установлены разные цены. Это, прежде всего, связано с себестоимостью производимой ими продукции, чем выше себестоимость, тем выше цена. А каждый покупатель стремится приобрести качественный продукт по более низкой цене. Поэтому ценовая конкуренция самая жесткая и значимая для всех предприятий пищевой промышленности: аналогичных товаров множество, поэтому покупателей будет привлекать товар с наименьшей ценой, но соответствующего качества. Если сравнивать ТОО «Дамдешка» с другими предприятиями области, то цены у него ниже, но у именитых фирм создан определенный имидж, построенный годами, поэтому даже при более низких ценах завоевать рынок очень трудно.

И в заключении можно сказать, если предприятие будет работать в таком же ритме как в настоящий момент, то он сможет открыть новые магазины, строить новые торговые точки, а благодаря постоянному обновлению ассортимента товаров он сможет завоевывать новые рынки и потребителей, поддерживая в их глазах безупречную репутацию [5].

Библиографический список:

1. Мараджапов Б.И. Проблемы, препятствующие формированию конкурентоспособности продукции // ҚазЭУ хабаршысы.– 2009. – № 4. – С.129-134.
2. Управление качеством. Учебник для вузов / под ред. С.Д. Ильянской// «Юнити». – М., 2003.
3. Гарбацевич С.Л. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятий: Автореферат диссертации / С.Л.Гарбацевич. Мн. Акад. Упр. При Президенте., 2002.– 20 с.
4. Трубилин А. Конкурентоспособность – главный фактор эффективного производства. // АПК: экономика, управление. – 2002. – №12. – С.39-46.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Серия «Высшее образование» – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ЗАМЕНЕ ТОВАРА

Романова А.Н.,

*к.э.н., доцент, Сибирский казачий институт технологий и управления
(филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им.
К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)», г. Омск*

Среди множества вопросов современной экономики важнейшими являются разработка, принятие и осуществление управленческого решения, которые представляют основной инструмент управляющего воздействия. Совершенствование процесса принятия обоснованных объективных решений в ситуациях исключительной сложности достигается путем использования научного подхода к данному процессу, моделей и количественных методов принятия решений [5].

Разработка и принятие управленческих решений является важнейшим процессом, связывающим основные функции управления организации, так как именно решения, принимаемые руководителями, определяют не только эффективность деятельности организации, но и возможность развития и процветания в условиях неопределенности.

Принятие эффективных управленческих решений – одно из важнейших условий функционирования и развития любой организации.

Необходимость принять решение возникает при следующих условиях [2]:

- наличие цели (если цель не поставлена, то нет необходимости принятия решений);
- наличие альтернативных вариантов достижения цели (в отсутствии альтернатив решение однозначно) – решения принимаются в условиях, когда существует более одного способа достижения цели; с различными альтернативами могут быть связаны различные затраты и различные вероятности достижения цели;
- наличие ограничивающих факторов, т.е. факторов, ограничивающих выбор.

Менеджер должен принимать обоснованные, взвешенные решения, представляющие собой звенья цепочки, соединяющей поставленную цель и конкретный результат, а также добиваться их исполнения. Принять решение — значит, сделать выбор одной из альтернатив. Успешное принятие решения зависит от уровня профессиональных знаний менеджера [4].

Принятие решения – важнейшая составляющая процесса управления и личная функция лица, принимающего решение, – менеджера и руководителя [3]. Для руководителя любого ранга принятие решения является основной и неизбежной частью повседневной деятельности, которую он обязан выполнять в процессе управления. От своевременного и обоснованного принятия управленческого решения в значительной степени зависит реализация целей и задач, стоящих перед организацией.

Обострение конкуренции на рынке фармацевтических товаров, в том числе и соперничество предприятий, делает основной задачей каждой фирмы активизацию всеми возможными способами спроса на свой товар, «продвижение» товара к потребителю.

Ситуация с лекарственным обеспечением населения страны лекарствами и импортозамещение неоднократно обсуждалась на заседаниях Совета по развитию фармацевтической и медицинской промышленности при Правительстве РФ. В рамках разработки антикризисных мер по противостоянию мировому финансовому кризису Правительственной комиссией по повышению устойчивости развития российской экономики был утвержден «Перечень системообразующих организаций».

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Стратегия «Фарма-2020», утвержденная Министерством промышленности и торговли в октябре 2009 года, представляет собой план развития фармацевтической отрасли в нашей стране вплоть до 2020 года. Основной целью программы является «обеспечение лекарственной безопасности Российской Федерации». Это значит, что на территории нашей страны к 2020 году должно быть налажено производство не менее 85% лекарств из списка жизненно необходимых и важных лекарственных препаратов (ЖНВЛП), а доля отечественных препаратов в общем объеме потребления должна достичь 50% в стоимостном выражении.

Проблема производства лекарственных препаратов заключается в том, что в настоящее время быстро наладить производство лекарственных препаратов невозможно. Даже при полном перевооружении российских предприятий многие компоненты, входящие в состав лекарственных препаратов, закупаются за рубежом. И стоимость таких компонентов также измеряется в условных единицах.

Кроме того, большинство так называемых российских препаратов производятся за границей, а расфасовываются в России.

Еще один критерий, который играет существенную роль при выборе покупателем товара – качество. Однако, высокая цена не является показателем высокого качества продукции. Но психология покупателя такова, что чем дороже препарат, тем он, по мнению покупателя, более высокого качества.

Многие предприятия аптечной сети с целью получения максимальной прибыли намеренно не приобретают дешевые препараты, а производят закуп более дорогих, чаще всего импортных препаратов.

Принятие решений по замене товара на аналогичный товар по более высокой цене и качеству приведет к сокращению продаваемых товаров, которые надо продать, чтобы достичь нужного уровня прибыльности для предприятия.

Принятие управленческого решения рассмотрено на примере организации, занимающейся реализацией фармацевтической продукции.

Предприятие «Аптека «СЗ» работает напрямую с официальными дистрибьюторами, что гарантирует подлинность и качество всех предлагаемых товаров. Работа с надежными поставщиками исключает попадание в аптеки фальсифицированных лекарственных средств. Вся продукция сертифицирована, имеет регистрацию Минздрава и все необходимые лицензии, строго соблюдаются сроки реализации и условия хранения лекарственных средств [1].

Ассортимент «Аптеки «СЗ» – более 10000 наименований медикаментов, изделий медицинского назначения и парафармацевтической продукции. Предприятие предлагает большой ассортимент лекарственных средств, трав, биологически активных добавок к пище, медицинских изделий, товаров для красоты и здоровья, детского питания и детских товаров, средств гигиены, аромасел и т.п.

По результатам проведенного анализа деятельности организации, выяснилось, что на предприятии «Аптека «СЗ» за последние три года объем продаж понизился, а, следовательно, уменьшилась и прибыль. В связи с этим менеджеру можно предложить принять управленческое решение по замене аналогичного товара на более дорогой.

Повысить выручку за счет замещения товара с минимальной стоимостью на более качественный, с более высокой стоимостью. Убираем из аптечного ассортимента товар низкого качества и по низкой цене, замещаем на импортные и отечественные препараты.

В таблице 1 представлены препараты заводов изготовителей, которые можно убрать из аптечного ассортимента организации «Аптека «СЗ».

Таблица 1. Препараты, которые необходимо заменить

Наименование	Производитель
Эналаприл	«Озон», Россия
Бисопролол	«Озон», Россия
Лизиноприл	«Северная звезда», Россия
Каптоприл	«Синтез», Россия

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

В таблице 2 представлены препараты заводов-изготовителей, которые необходимо ввести в ассортимент организации «Аптека «СЗ».

Таблица 2. Препараты, которые предполагается ввести в ассортимент

Наименование	Производитель
Эналаприл	«Хемофарм», Сербия
Бисопролол	«Тева», Израиль
Лизиноприл	«Штада», Германия
Каптоприл	«Акрихин», Россия

Данное управленческое решение позволит повысить доход предприятия «Аптека «СЗ». В таблице приведен доход организации по ассортименту, который предлагается заменить.

Таблица 3. Выручка до принятия решения

Наименование	Производитель	Количество проданных упаковок за 2014, шт.	Цена за шт., руб.	Выручка за 2014 тыс. руб.
Эналаприл	«Озон», Россия	1200	15	18,0
Бисопролол	«Озон», Россия	720	50	36,0
Лизиноприл	«Северная звезда», Россия	720	40	28,8
Каптоприл	«Синтез», Россия	360	20	7,2
Итого:		3000		90,0

В таблице 4 представлены препараты, которые находятся в ассортименте «Аптека «СЗ». Из данных таблицы видно, в каком количестве продавались данные препараты и какую выручку они составляли.

Таблица 4. Предполагаемая выручка после принятия управленческого решение по замене товара

Наименование	Производитель	Предполагаемое количество проданных упаковок за год, шт.	Цена за шт., руб.	Предполагаемая выручка за год, тыс. руб.
Эналаприл	«Хемофарм», Сербия	1200	80	96,0
Бисопролол	«Тева», Израиль	720	90	64,8
Лизиноприл	«Штада», Германия	720	120	86,4
Каптоприл	«Акрихин», Россия	360	150	54,0
Итого:		3000		301,2

В таблице 4 представлены препараты, которые необходимо ввести в ассортимент «Аптека «СЗ». Из данных таблиц видно, в каком количестве предполагается их продажа и какая ожидается выручка от их реализации.

Из таблиц 3 и 4 можно увидеть, что количество продаваемых упаковок осталось таким же – 3000 штук, а выручка увеличилась почти в три раза с 90,0 тыс. руб. до 301,2 тыс. руб. Прирост выручки рассчитываем по следующей формуле:

Δ выручка = выручка предполагаемая – выручка за 2014 год

Δ выручка = 301,2 тыс. руб. – 90,0 тыс. руб. = 211,2 тыс. руб.

Вывод: 211,2 тыс. руб. при таком же количестве проданных упаковок.

Далее необходимо определить себестоимость продукции, она будет определяться только по закупочной стоимости.

Таблица 5. Закупочная стоимость препаратов

Наименование	Закупочная стоимость препаратов		Объем		Абсолют. отклонение, (+/-), предполагаемое к 2014 году
	Вариант 1, за 2014 год, руб.	После замены товара	Вариант 1, за 2014 год, тыс. руб.	После замены товара, тыс. руб.	
Эналаприл	12	64	14,4	76,8	62,4
Бисопролол	40	72	28,8	51,8	23
Лизиноприл	38	96	27,3	69,1	41,8
Каптоприл	16	120	5,7	43,2	37,5
Итого:			76,2	240,9	164,7

Исходя из данных таблицы 5, себестоимость продукции определяем по следующей формуле:
 Δ себестоимости = себестоимость после замены товара – себестоимость до замены ассортимента;
 Δ себестоимости = 240,9 тыс. руб. – 76,2 тыс. руб. = 164,7 тыс. руб.

Вывод: Δ себестоимости составит 164,7 тыс. руб.

Далее рассчитаем прибыль по следующей формуле:

Прибыль = Выручка – Затраты

До принятия управленческого решения прибыль по данному ассортименту составляла:

Прибыль = 90,0 тыс. руб. – 76,2 тыс. руб. = 13,8 тыс. руб.

После принятия управленческого решения прибыль составила:

Прибыль = 301,2 тыс. руб. – 240,9 тыс. руб. = 60,3 тыс. руб.

Вывод: Прибыль составила 13,8 тыс. руб. до замены товара и 60,3 тыс. руб. после принятия управленческого решения по замене аналогичного ассортимента.

Далее рассчитаем прирост прибыли:

Δ прибыль = прибыль после проведения мероприятия – прибыль до проведения мероприятия;

Δ прибыль = 60,3 тыс. руб. – 13,8 тыс. руб. = 46,5 тыс. руб.

Вывод: Δ прибыль составила 46,5 тыс. руб.

Представленные расчеты подтверждают экономическую целесообразность принимаемых управленческих решений (целью которых является максимизации прибыли) по замене товара (не обязательно зарубежного производства) на аналогичный ассортимент по более высокой цене.

На отечественном рынке уже появились инновационные эффективные препараты с новым механизмом действия. А сама программа импортозамещения реализуется не только за счет развития отечественной фармацевтической промышленности, но и за счет локализации ведущими международными фармацевтическими компаниями своих технологий на территории нашего государства. В Российской Федерации такие отрасли как химия и фармакология уже имеют необходимые компетенции для своего дальнейшего развития.

Библиографический список:

1. Приказ Минздрава РФ от 4 марта 2003 г. N 80 «Об утверждении Отраслевого стандарта. Правила отпуска (реализации) лекарственных средств в аптечных организациях. Основные положения».
2. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н., Анализ, синтез и планирование решений в экономике. М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Козлов А.В., Рак Н.Г., Шишкова Г.А. Разработка управленческого решения: Учеб.-практ. пособие Королев Московской области: КИУЭС, 2003.
4. Кольке Г.И. Показатели оценки ресурсного потенциала предприятий машиностроения // Экономика и управление в машиностроении. 2011. №6. С. 10-13.
5. Кольке Г.И. Отличительные черты внутрифирменного планирования зарубежных стран // Сибирский торгово-экономический журнал. 2015. №2 (21). С. 32-34.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ С ПРИГРАНИЧНЫМИ ОБЛАСТЯМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Рысбекова С.Т.,

д.и.н., КазНУ им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Рысбеков Т.З.,

д.и.н., профессор, ЗКГУ им. М.Утемисова, Уральск, Казахстан

Шинтимирова Б.Г.,

д.и.н., профессор, ЗКИТУ, Уральск, Казахстан

В статье рассматривается современное состояние сотрудничества Республики Казахстан и России в торгово-экономическом аспекте, факторы, сдерживающие его развитие и дальнейшие направления торгово-экономического сотрудничества приграничных регионов двух государств.

The article discusses the current state of cooperation between Kazakhstan and Russia in the trade and economic aspect, constraints on its development and future directions of trade and economic cooperation between border regions of the two states.

Экономика СССР развивалась как высоко интегрированный комплекс, где отдельные части были тесно связаны друг с другом, хотя внутрисоюзное разделение труда не всегда оправданным с точки зрения развития производительных сил. Разрыв сложившихся связей после распада СССР было очень болезненным (по оценкам, от трети до половины падения экономики странах СНГ в 1992-1995 гг. приходилось на последствия от разрушения эти связей). Хозяйственные связи между союзными республиками устанавливались и поддерживались преимущественно на административно-командной основе, разрушение единого государства в условиях перехода к рынку не могло и привести к их серьезным структурным деформациям. Сыграли свою роль существенные различия в темпах и направленности экономических реформ каждой стране СНГ – от либерально-рыночных до директивно-централизованных. Осложняла продвижение многостороннего сотрудничества на постсоветском пространстве также политика международных финансовых организаций, зачастую игнорировавших как национальную специфику ряд постсоветских стран, так и их потребности во взаимных связях.

Первостепенными при этом объективно стали задачи более синхронного реформирования экономики и согласования проводимых преобразований, а также восстановления производственных, торговых и иных связей и форм сотрудничества. К середине 1990-х гг. состоялись наиболее значимые инициативы: об образовании СНГ, затем в его рамках Договор о создании Экономического союза (1993), Соглашения о создании ЗСТ (1994), Платежного союза (1994), а также Таможенном союзе Белоруссии, Казахстана, Киргизии и России (1995) и Договор об образовании Сообщества России и Белоруссии (1996).

При этом именно экономическая интеграция рассматривалась специалистами как главный, а иногда практически единственный путь возможного объединения. Либеральную точку зрения, неспособность государств к интеграции в любой другой сфере, кроме экономики, отстаивал А.Загорский: «Государства могут объединяться, но они не могут интегрироваться. Интегрироваться могут рынки. То, что было в СССР, была не интеграция, а административно-политическое и административно-экономическое объединение бывших республик. Поэтому предпосылки для интеграции в СНГ пред-

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

стоит еще создавать и появятся они только тогда, когда в этих странах появится внутренний рынок» [4]. Однако в СССР имелось возникшее еще в Российской империи теснейшее переплетение экономик разных регионов, которое и стало объективной основой для возрождения и дальнейшего продвижения вперед в сфере экономического взаимодействия, которое имеет большой потенциал.

По оценкам экспертов, на страны СНГ приходится более $\frac{1}{4}$ разведанных мировых запасов природных ресурсов и 10% мирового промышленного потенциала, но производят они по разным расчетам всего от 2 до 3 % мирового ВВП – примерно в 5 раз меньше, чем в ЕС. Страны постсоветского альянса в последнее время добывают более 400 млн т. Нефти в год – свыше 10% мировых объемов ее годовой добычи, хотя потребляют на собственные нужды чуть больше половины. Газа в СНГ добывается почти треть от мировых объемов, используется – 23%, угля – 500 млн т., или почти 12% мировой добычи. Страны СНГ производят 11% мировых объемов электроэнергии, 15% – первичного алюминия, около 30% – никеля, свыше 10% – меди, более 11% – минеральных удобрений, выплавляют без малого 11% стали, поставки которой в третьи страны составляют 16% мирового стального экспорта. Около 20% рынка вооружений падает на государства СНГ, а в их исследовательских центрах трудится 12% ученых мира.

Щедро одарила природа Казахстан: из 110 элементов таблицы Менделеева в его недрах выявлено 99, разведано – 70, используется более 60. В стране 10 бассейнов, 155 месторождений и 102 проявления каменного и бурого углей, горючих сланцев, огромны запасы нефти и газа. Добывается 60 видов металлических руд, разведаны и разрабатываются залежи марганцевых, хромистых, титановых, никелевых, вольфрамовых, молибденовых, медных и урановых руд, золота, свинца, бокситов и других сокровищ.

По мнению зарубежных экспертов, потенциально возможная емкость рынков стран СНГ составляет примерно 1600 млрд долл., достигнутый уровень производства 500 млрд долл. Разумное использование всего комплекса благоприятных условий и возможностей открывало перед ними реальные перспективы успешного преодоления затянувшегося кризиса, повышения их удельного веса и влияния на развитие мировой хозяйственной системы [5].

Между тем в рассматриваемый период в СНГ не сложились необходимые объективные условия для реальной экономической интеграции на рыночной основе. Среди причин недостаточного прогресса в экономической интеграции в рамках СНГ следует выделить:

- кризисное состояние экономики стран-членов в 1990-е гг., что уменьшало ресурсы во внешнеэкономической деятельности. Экономический рост, начавшийся практически во всех бывших советских республиках с конца 1990-х гг., пока недостаточно способствует оживлению взаимных экономических связей и повышению заинтересованности в активизации интеграционных процессов;

- незавершенность в формировании рыночного механизма в странах СНГ, особенно в первой половине 1990-х гг., а также различия в характере системных преобразований в них. Однако с конца 1990-х гг. уже был заложен фундамент рыночного хозяйства, и развитие экономики и внешнеэкономических связей начало осуществляться на новой основе. Тем не менее, в функционировании внешнеэкономического механизма и развитии взаимных экономических связей в СНГ сохранилось немало проблем;

- большие различия в уровне экономического развития между членами организации, однотипность их экспорта и недостаточная конкурентоспособность обрабатывающей промышленности, что мешает более глубокому взаимному разделению труда;

- отсутствие согласованной цели интеграции, последовательности интеграционных действий и недостаток политической воли для достижения прогресса. Во многом это следствие отсутствия в СНГ четкой концепции интеграции, а также недостаточной ясности перспектив внешнеполитического и внешнеэкономического развития государств Содружества.

Новый этап экономической интеграции постсоветских стран с созданием Таможенного союза. Действие дезинтеграционной тенденции в СНГ особенно чувствительно проявилось в размывании в 1992-1994 гг. единой таможенной территории и единого денежного пространства СНГ. Это опреде-

лялось разным уровнем, спецификой развития стран СНГ, особенностями организации и осуществления или отказа от хозяйственных реформ. В результате в странах СНГ образовались значительные перепады в уровнях цен, способствующие спекуляциям и вывозу важнейших материальных ресурсов. Свообразным звеном между западными рынками, Россией, Казахстаном и другими республиками ЦА стали прибалтийские государства, через которые бесконтрольно перевозились ценные виды сырья, включая медь, цинк, свинец и другие товары РК. Обстановкой бесконтрольности на границах стран СНГ воспользовались группы организованной преступности. В этих условиях страны СНГ были вынуждены создавать на своих границах таможенные структуры, вводить различные ограничения во внешней торговле, что обрекло на разрушение единое денежное пространство.

По мнению Н. Назарбаева, Таможенный союз возник как реакция на недовольство медленным темпами интеграции в СНГ и вместо созданного в 1994г. Межгосударственного экономического совета СНГ. В 1995г. возобладала выдвинутая Казахстаном концепция равноскоростной и разнорвневой интеграции [3].

Как показал новейший исторический опыт конца XX в., что подписание многочисленных интеграционных соглашений по созданию экономического союза, ЗСТ, таможенных и платежных союзов, общего транспортного, информационного, образовательного пространства вовсе не означает, что они будут в ближайшее время реализованы. В частности, конструктивному сотрудничеству членов Таможенного союза мешали расхождения в законодательствах, несогласованность национальных проектов приватизации взаимосвязанных производств, условий перекрестного акционирования, ограничения по участию нерезидентов в центральных компаниях ТФПГ, непроработанность порядка ведения консолидированного учета, отчетности и бухгалтерского баланса ТФПГ, дефицит инвестиционных ресурсов и квалифицированных кадров, сложная процедура таможенных и пограничных формальностей, отсутствие механизмов создания рискоинвестиционных фондов и пр. В данном контексте особое значение имеет стратегия и тактика РК в экономическом взаимодействии со странами союза и другими международными структурами.

С октября 2000 г. Таможенный союз был преобразован в ЕврАзЭС. Оно демонстрировал очевидный прогресс и мог стать заметным фактором ускорения выгодной интеграции. ЕврАзЭС дополнял экономическую сферу сотрудничеством в гуманитарных областях, гармонизацией социальной политики, конструктивными договоренностями в конкретных областях.

В отличие от Таможенного союза, ЕврАзЭС имел статус международной организации с четкой структурой и механизм выполнения принятых решений. Особенно ценно, что ключевым моментом должен был стать принцип разнорвневой и разноскоростной интеграции, дающий больше простора каждому участнику, преимуществом ранее достигнутых соглашений конкретные цели и сроки выполнения принятых решений. При этом впервые на постсоветском пространстве используется система принятия решений путем «взвешенного голосования», когда страны голосуют и финансируют деятельность Интеграционного комитета пропорционально экономическому потенциалу. Так, к 2006 г. должно быть проведено обустройство пунктов пропуска на границах государств – членов Сообщества, к 2010 г. – полное обустройство и оформление согласованной охраны внешних границ ЕврАзЭС с единой системой управления таможенными службами и отменой таможенного контроля на границах между его государствами. К 2015 г. планируется создать единую систему управления пограничными службами членов Сообщества.

Партнерство в рамках ЕврАзЭС и СНГ не противоречил усилиям его участников по развитию сотрудничества с ЕС, другими региональными организациями, международными финансовыми институтами в целях вхождения в мировое экономическое пространство. Так, главной проблемой перехода к современным стандартам являлся недостаток высококвалифицированных кадров, в Казахстане, которые имели бы опыт внедрения новых нормативов. Для этой цели по программе ТАСИС ЕС выделяется 190 тыс. евро для консультаций, семинаров, тренингов для определения приоритетных правил, разработок в соответствии с законодательством ЕС и правилами ВТО.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Получив в 1996 г. статус наблюдателя в ВТО, имея торговые отношения со 135 ее членами, Казахстан с 2002 г. приступил к активной фазе переговорного процесса по вступлению в ВТО. В нем участвуют 16 стран – членов рабочей группы ВТО. Летом 2015 года Казахстан был принят членом ВТО.

Западно-Казахстанская область, где в немалых объемах размещены запасы минерального сырья, привлекает большой инвестиционный интерес во всем мире, и на протяжении 1562 км граничит с пятью областями России – Астраханской, Волгоградской, Саратовской, Самарской и Оренбургской, что позволяет рассматривать данный регион в качестве западных ворот Казахстана. В силу уникального географического положения на стыке двух материков – Европы и Азии, превращающего Западно-Казахстанскую область в самобытный евразийский регион, и исторически сложившихся отношений с соседями, мы тесно и плодотворно сотрудничаем со всеми приграничными областями России. На сегодняшний день нами наработан определенный опыт по приграничному сотрудничеству в сфере развития экономических, научно-технических и гуманитарных связей.

В целях реализации Соглашения между Правительством Республики Казахстан и Российской Федерации о приграничном сотрудничестве регионов Республики Казахстан и Российской Федерации на 1999-2007 годы и экономического сотрудничества Республики Казахстан и Российской Федерации на 1998-2007 годы, Акиматом области заключены Соглашения о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве до 2007 года с пятью приграничными областями и Удмуртской Республикой Российской Федерации:

– Соглашение между Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан и Администрацией Саратовской области Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве (г. Уральск, 5 апреля 2002 г.);

– Соглашение между Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан и Администрацией Самарской области Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве (г. Уральск, 18 декабря 2002 г.);

– Соглашение между Администрацией Оренбургской области Российской Федерации и Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве (г. Оренбург, 4 октября 2003 г.);

– Соглашение между Администрацией Астраханской области Российской Федерации и Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан о торгово-экономическом, научно-экономическом и культурном сотрудничестве (г. Астрахань, 9 октября 2003 г.);

– Соглашение между Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан и Администрацией Волгоградской области Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве (г. Уральск, 30 июня 2004 г.);

– Соглашение между Правительством Удмуртской Республики Российской Федерации и Акиматом Западно-Казахстанской области Республики Казахстан о торгово-экономическом, научно-экономическом и культурном сотрудничестве (г. Астрахань, 10 августа 2006 г.);

В мае 2006 г. в г.Уральске состоялось 6-ое заседание Подкомиссии по приграничному сотрудничеству между Республикой Казахстан и Российской Федерацией, где был утвержден Протокол 6-го заседания Подкомиссии и План мероприятий на 2006-2007 годы к Программе приграничного сотрудничества регионов РК и РФ на 1999-2007 годы.

Все эти мероприятия создают благоприятный климат в развитии взаимовыгодного сотрудничества соседних регионов обеих стран.

В соглашении о торгово-экономическом и культурном сотрудничестве определены приоритетные направления взаимовыгодного сотрудничества в:

- в нефтегазовой и машиностроительной сферах;
- в областях строительства, взаимной торговли, социально-экономического развития; они также направлены на:
 - эффективное использование природных ресурсов;
 - развитие сельского хозяйства и пищевой промышленности;

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

– создание и модернизацию перерабатывающих производств, ориентированных на выпуск конкурентоспособной продукции;

– развитие связей в области образования, культуры, искусства.

В настоящее время почти все сопредельные территории в той или иной мере **возобновили ранее существовавшие экономические связи**. При этом достигается значительный экономический эффект за счет малых транспортных расходов и своевременной доставки товаров при налаженности связей.

На территории области пролегают и эксплуатируются магистральные газопроводы «Средняя Азия-Центр», «Оренбург-Новопсков», «Союз», протяженностью 2781 км, а также проходит транзитный нефтепровод «Атырау-Самара», протяженностью 313 км, продуктопровод «Уральск-Самара», экспортные трубопроводы УКПГ-3, Оренбургский ГПЗ.

Геополитическое значение нашей области возрастает с каждым днем, превращая Приуралье в «стратегический торговый коридор» между РК и странами ближнего и дальнего зарубежья. Богатейшие природные ресурсы, развитая сеть коммуникаций, близость к крупным экономическим и культурным центрам России, многовековое общение накладывают определенный оттенок на взаимное сотрудничество во всех сферах экономики и делают нашу область чрезвычайно привлекательной для инвестиций. Из всего объема инвестиций, вкладываемых в экономику Казахстана, более 20% приходится на Западно-Казахстанскую область, а размер российских инвестиций в экономику области за 9 месяцев 2002 года составил 17953,1 млн тенге.

С 2002 года налажен двусторонний обмен для совместной реализации. Есть предпосылки для осуществления крупных инвест-проектов с предприятиями Оренбургской, Самарской и Саратовской областей.

В Уральске успешно работают 22 российско-казахстанских СП. На базе арматурного завода создано предприятие, осваивающее производство нового вида стальной фонтанной арматуры для нефтегазовых предприятий СП «Металлоизделия» возродило производство данных изделий и расширило его ассортимент до 100 наименований, например, несколько видов профильных настилов. Кроме того, имеются проекты по изготовлению металлочерепицы, листовых профилей, стройматериалов и ПВХ, освоение которых позволит заполнить рынок новыми современными и эстетичными материалами европейского качества.

Совместно с россиянами СП «Агрофирма Уральская» специализируется на выпуске продуктов птицеводства, а СП «Жайык – мебель» – мебельных изделий.

Международный Бизнес – Центр активно участвует в реализации «Морозовского проекта» содействия малому бизнесу, разработанного российскими учеными.

Проведенная в октябре 2002 года в Уральске Торгово-экономическая миссия «Оренбуржье – Ваш партнер» – это еще один конструктивный шаг в динамике приграничного сотрудничества.

В рамках Года Казахстана в России в феврале текущего года в Уральске прошли Форум предпринимателей и Международная выставка-ярмарка с участием всех регионов Казахстана и приграничных областей России, а также гг. Москва и Санкт-Петербург, Республики Башкортостан.

Все пять регионов России традиционно с давних пор являются **основными торговыми партнерами нашей области**. Товарооборот Западно-Казахстанской области с РФ в 2002 году составил 572,2 млн долларов США, что составляет 64,6 % от всего внешнеторгового оборота области. Основными потребителем экспортируемой из области продукции является Россия (91,2% от общего объема экспорта). Как видим, в интересах активизации международного торгового-экономического сотрудничества в области товарооборота главным объектом для нас является, прежде всего, соседняя Россия. С другой стороны, согласно информации из Астрахани, товарооборот Астраханской области с РК занимает второе место среди других 55 зарубежных партнеров области и первое место среди стран СНГ, причем, основными статьями импорта из Казахстана являются рыба, хлебные злаки, табачные изделия. Для российских приграничных регионов большое значение имеют поставки Казахстаном через Приуралье свежих овощей и фруктов, мяса и мясопродуктов, зерновых культур, нефти и газового конденсата, сырьевых товаров и полуфабрикатов для обеспечения производствен-

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

ных технологических процессов крупных российских предприятий нефтегазового, металлургического и машиностроительного производственных комплексов.

В свою очередь мы импортируем из России электроэнергию, нефтепродукты, сжиженный газ, минеральные удобрения, электродвигатели, холодильное оборудование, черные металлы, бытовую технику, строительные материалы, лакокрасочную продукцию.

Проводятся «круглые столы» западноказахстанских бизнесменов с деловыми кругами Оренбургской, Саратовской и Самарской областей, в результате которых предложено в будущем создать и учредить на базе областных Торгово-промышленных палат, Совет казахско-российских деловых и банковских кругов. Также налажен систематический обмен информацией о товарообмене и установлении фактов недекларирования товаров через таможенную границу.

Внешнеторговый оборот с учетом стран ЕАЭС за 11 месяцев 2015 года составил 5,2 млрд у.е., в том числе экспорт – 4,4 млрд у.е., импорт – 0,8 млрд у.е. Положительное сальдо внешнеторгового оборота сложилось в сумме 6 млрд у.е. [1]

В целом, анализ современного состояния экономических и культурных связей России и Казахстана позволяет сделать следующие выводы:

24-летний срок существования Республики Казахстан и Российской Федерации можно разделить на четыре основных этапа развития взаимоотношений между ними:

Первый этап – 1991-1993 гг. Бывшие союзные республики обретают политическую независимость, получают признание и правовое оформление своей государственности, входят в международные организации, обеспечивают договорное оформление отношений между собой. Россия была первым государством, с которым Казахстан ратифицировал Договор о Дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи от 25 мая 1992 г., определивший принципы двухстороннего сотрудничества в политической, экономической, военной и культурной сферах. Народнохозяйственные системы Казахстана и России функционируют в рамках единого экономического пространства с единой валютой. Однако возникающие центробежные тенденции приводят к углублению кризиса экономики и усилению спада производства, к высокой инфляции и другим негативным последствиям. В этот период, в рамках сотрудничества было подписано Соглашение о снятии ограничений в хозяйственной деятельности, Соглашение о сотрудничестве в области внешнеэкономической деятельности, Соглашение о свободной торговле. И уже на первом этапе выявилась слабость взаимоотношений: неисполнение принятых документов, преобладание приоритета интересов суверенных государств над общими целями и задачами.

Второй этап – 1993-1996 гг. Казахстан и Россия упрочили свой политический суверенитет, вошли окончательно и самостоятельно в мировое сообщество, международные финансовые организации. Бывшие союзные республики окончательно утверждаются и в своей экономической независимости, создав самостоятельно функционирующие финансово-экономические системы со всеми государственными проявлениями – бюджетом, пограничной структурой, налогово-таможенной системой, валютой и т.д. В марте 1994 года и в январе 1995 года был подписан пакет из 22 межправительственных документов, соглашений и протоколов. В их числе Договор о дальнейшем углублении экономического сотрудничества и интеграции, Соглашение о едином порядке регулирования внешнеэкономической деятельности, Протокол о введении режима свободной торговли, Соглашение о сотрудничестве приграничных областей и ряд других. Этими документами были созданы правовые условия для унификации внешнеторгового, таможенного, валютно-финансового, ценового, налогового и другого хозяйственного законодательства для создания единого экономического пространства, обеспечивающего свободное развитие производственных связей и предпринимательства, равные возможности и гарантии для граждан и субъектов хозяйственной деятельности двух государств. Однако анализ документов показывает, что среди них высок удельный вес соглашений рамочного характера. Они, определяя контуры сотрудничества, его основные принципы и направления, не содержат конкретных обязательств со стороны, как Казахстана, так и России. Вместе с тем, на функционировании производства двух государств продолжает сказываться разрыв хозяйственных связей.

С сентября 1997 г. в развитии двухсторонних отношений наступил качественно новый этап – реализация стратегического партнерства Казахстана и России. Оба государства вступают в период относительно политической и социально-экономической стабилизации. Упрочивается национальная валюта, снижается уровень инфляции. 6 июля 1998 г. главы двух государств подписали Декларацию о вечной дружбе и союзничестве, ориентированную в XXI столетие, Совместное заявление и Соглашение о разграничении дна северной части Каспийского моря в целях осуществления суверенных прав на недропользование. В июне 2000 года также было подписано несколько двусторонних соглашений: Декларация о сотрудничестве в Каспийском море, Меморандум о сотрудничестве в гуманитарной сфере, Меморандум о сотрудничестве в области топлива и энергетики, Соглашение о принципах взимания косвенных налогов во взаимной торговле, Соглашение об открытии российского консульства в Уральске и казахстанского – в Астрахани. 12 октября 1998 г. был подписан Договор об экономическом сотрудничестве на 1998-2007 гг. и была принята соответствующая Программа. Она была направлена на решение проблем, существующих в экономических отношениях между двумя государствами, а также на выработку долгосрочной стратегии взаимовыгодного экономического сотрудничества. Важной особенностью в современных межгосударственных отношениях Казахстана и России на данном этапе стало сотрудничество на уровне приграничных регионов.

На данном этапе идет сложный процесс формирования экономических взаимоотношений между государствами на качественно новом уровне с учетом их эффективности и взаимовыгодности в условиях становления рынка. Этот процесс следует вести с учетом социально-экономических и геополитических особенностей конкретных территорий новых государств. Наряду с развитием новых форм сотрудничества необходимо сохранить сферу традиционно оправданного партнерства на основе взаимной выгоды двух государств. Обоюдное формирование связей для Казахстана и России имеет первостепенное значение, но качество и уровень этих связей будет определяться степенью возможной интеграции исходя из политических условий [2, с. 252-270].

В целях дальнейшего углубления сотрудничества с приграничными областями РФ следовало бы направить усилия на совместное решение следующих вопросов:

1. Низкий уровень инвестиционного сотрудничества, несмотря на наличие привлекательных инвестиционных проектов.

2. Имея декларацию о вечной дружбе, договоры об экономическом и приграничном сотрудничестве, Соглашения о безвизовом порядке въезда на территории наших стран и, наконец, ЕврАзЭС, созданное для завершения формирования Таможенного Союза и Единого Экономического пространства, мы до сих пор не добились нормальных условий для передвижения своих граждан через упрощенные пропускные пункты.

3. Развитие межгосударственного сотрудничества требует разработку правовых основ для определения статуса приграничных территорий, комплекса законов, передачи ряда прав исполнительным местным органом государственной власти. Иными словами, необходимо сформировать **механизм правового регулирования** всего сложного комплекса приграничного сотрудничества на всех уровнях.

4. Приграничные регионы, несомненно, должны обладать **особым правовым статусом единой экономической зоны**, дающим возможность для решения многочисленных проблем, связанных с границей, и объективного сотрудничества в решении экологических проблем – ведь мы расположены в единой географической зоне.

Слово «граница» имеет для нас двоякое значение: трансграничная река Урал разъединяет и объединяет наши регионы. В настоящее время наблюдается истощение пойменной флоры и фауны вследствие обмеления реки, загрязнения уральского водоема отходами сельскохозяйственного и промышленного производства. Любой ландшафт, а пойменный в особенности, представляет собой единый природный комплекс на всем своем протяжении. Отсюда необходимы общие усилия всех без исключения областей, территориально привязанных к бассейну реки Урал.

Библиографический список:

1. Алибекова Р. На принципах диверсификации//Казахстанская правда. – 2016. – 16 января.
2. История Западно-Казахстанской области//Под общей ред. доктора ист.наук, профессора РысбековаТ.З. – Уральск. – 2015.
3. Нурсултан Назарбаев. Стратегия вечной дружбы. Казахстан – Россия. – М. – 2000. – С.368.
4. Российская газета. – 1995. – 25 марта.
5. Содружеству Независимых Государств – девять лет (аналитический доклад). Доклад Исполкома Содружества. – М. – 2000.

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В ЛОГИСТИКЕ

Сапронова Л.М.,

доцент, к.э.н., Воронежский (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Автор оценивает эффективность управления товарными запасами как специфическую область управленческой деятельности, обозначена роль логистики в управлении товарными запасами.

The author evaluates the efficiency of inventory management as a specific area of management, the role of logistics is indicated in the management of inventory.

Товарными запасами в логистике называются материальные потоки, которые вышли из сферы производства, но еще не поступили в сферу потребления [1].

Довести запасы до минимума при условии удовлетворительного обслуживания клиентов (потребителей) – это цель управления запасами[4].

Причины, обусловившие управление товарными запасами:

– товарные запасы – важный элемент хозяйственной деятельности, требующий целенаправленного воздействия;

– создание товарных запасов оказывает значительное влияние на основные показатели хозяйственной деятельности: оборачиваемость и рентабельность.

Цель логистического управления – оптимизация запасов в логистической цепи, включая все её звенья.

Максимальный уровень обслуживания при минимальных инвестициях в запасы, минимальных затратах по заказу и транспортировке товарных ресурсов обеспечивается оптимальным уровнем запасов.

Величина товарных запасов должна быть оптимальной для предприятия, то есть, с одной стороны, это будет достаточным для обеспечения бесперебойной работы предприятия, а, с другой стороны, не должно привести к затовариванию и замораживанию товарной массы.

Обстоятельства, способствующие образованию товарных запасов:

- несовпадение во времени и в пространстве производства и потребления товаров;
- асинхронность изменения спроса и предложения;
- дискретность процесса производства при относительно непрерывном потреблении или, наоборот, непрерывность производства при дискретном характере потребления;
- наличие случайных колебаний спроса и предложения и др.

Моменты, определяющие их величину и эффективность использования:

- объем и структура производства;
- соотношение спроса и предложения на товар;
- организация закупок сырья (каналы распределения, способы доставки);
- уровень цен и их динамика;
- физико-химические свойства товаров;
- состояние материально-технической базы предприятия и т.д.

Товарный поток является объектом управления товарных запасов.

Рассмотрим товарный поток как объект управления.

Организованная масса товаров, рассматриваемая в процессе физического и (или) стоимостного перемещения между экономическими субъектами в определенном временном интервале называется товарным потоком [3].

В данном случае словосочетание «организованная масса» на наш взгляд необходимо, поскольку указывает на наличие управленческих воздействий, предпринятых по отношению к перемещаемому объекту, то есть в определенной степени характеризует организационный и даже технологический аспект движения товаров. Подверженность управленческим воздействиям – это принципиально важная черта товарных потоков, что позволяет рассматривать их еще на этапе планирования или заключения договоров, выходя за рамки непосредственно процесса перемещения.

Важнейшей отличительной чертой товарного потока, с предлагаемым определением, является его товарный характер, то есть непосредственная связь с процессами купли – продажи.

Все это характеризует функции управления товарными запасами как совокупность действий, выполняемых в рамках общей системы управления с целью поддержания показателей товаропроводящей цепи в заданных пределах (рисунок 1).

В этом случае в основу выделения функций могут быть положены общие законы построения систем управления при условии четкого разграничения понятия сущности и содержания управления.

Следовательно, управление товарными запасами можно рассматривать как специфическую область управленческой деятельности с присущими только ей функциями, что обусловлено конкретностью объекта управления.

На наш взгляд, основными и в то же время общими для всех систем управления функциями являются: координация, планирование, контроль, регулирование, мотивация и учет, которые в полной мере характеризуют процесс управления как явление.

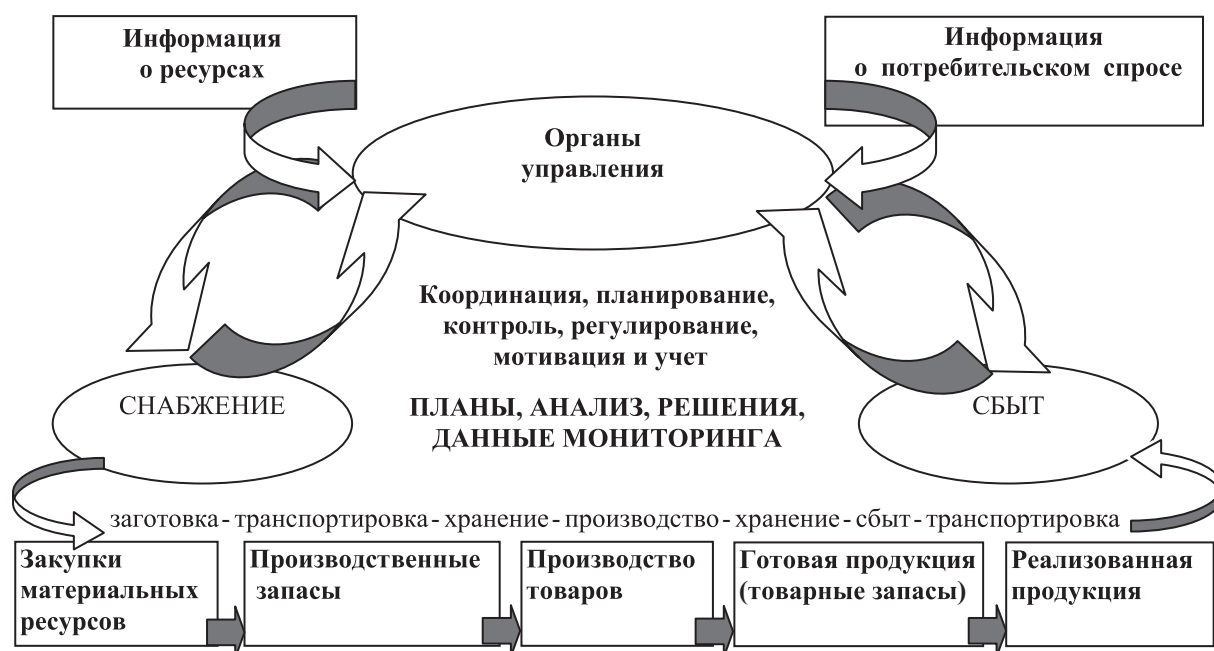


Рисунок 1. Система управления товарными потоками

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

В менеджменте постановка цели, с одной стороны, обуславливается функцией предприятия, а с другой – предшествует организации управленческих процессов. Данный подход логичен, если речь идет об управлении экономическим субъектом в целом. А если рассматривается отдельный специфический элемент хозяйственной деятельности, выходящий за рамки юридического лица, то логичнее вначале определить объект управления, а затем формулировать цели этого процесса [5].

Задачи практического управления требуют преобразования любого неопределенного множества в управляемую систему. Этим обусловлена и необходимость классификации товарных потоков, направленной на упорядочение объектов управления.

В силу многообразия факторов, влияющих на состояние управляемых систем, а также наличия множества вариантов хозяйственных связей между предприятиями, потоки, в основном, носят альтернативный характер. Если все стадии производства, транспортировки и сбыта рассматривать как единый и непрерывный процесс движения и трансформации ресурсов, то классификация товарного потока должна отражать, с одной стороны, движение во времени и пространстве, с другой стороны – товарный аспект проблемы, то есть движение предметов обмена.

Предлагаемая классификация соответствует содержанию именно товарных потоков (таблица 1).

В экономической литературе распространено разделение товарных потоков по степени управляемости – на управляемые и неуправляемые потоки. Управляемыми потоками считают потоки, адекватно реагирующие на управляющее воздействие со стороны управляющей системы и, соответственно, не управляемыми – потоки, не реагирующие на управляющее воздействие. Другое мнение состоит в том, что товарный поток можно считать управляемым, если он находится внутри системы, и неуправляемым по отношению к этой же системе, если находится вне ее [7].

Нам кажется, что такой подход не совсем правомерен по отношению именно к товарным потокам. В природе действительно существуют управляемые и неуправляемые человеком потоки, в организованной деятельности людей это возможно только по отношению к субъекту управления, когда конкретный поток является неуправляемым для данного конкретного субъекта, так как управляется другим, относительно независимым субъектом.

Термин «товарный» предполагает, как отмечалось ранее, потенциальную или уже совершенную операцию по купле – продаже. Как применительно к продавцу и посреднику, так и применительно к покупателю товара намерение или факт совершения сделки являются неоспоримым признаком управляемости. На этом основании можно утверждать, что все товарные потоки являются управляемыми со стороны каких-либо субъектов. Другое дело, что поток товаров между иными покупателями и продавцами, внешними по отношению и данному юридическому и физическому лицу, является неуправляемым именно им [4].

Задачи совершенствования управления товарными потоками в торговле требуют их классификации не столько по формальным характеристикам, сколько по конкретизации структуры потоков, указания их точного места и значения в процессе товародвижения.

Таблица 1– Классификация товарных потоков

Признак классификации	Классификационные группы
Содержание	Материальные Нематериальные
Однородность	Однородные Неоднородные
Назначение	Товары производственного назначения Товары народного потребления
Форма связи	Прямые Опосредованные
Равномерность	Равномерные Неравномерные

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Отношения к субъекту отношения	Входные Выходные
Форма расчетов	Наличный расчет Безналичный расчет
Время расчета	Полная предоплата Частичная предоплата Товарный кредит Консигнация
Вид транспорта	Автомобильный Железнодорожный Морской Речной Воздушный Смешанный
Базисные условия поставки	Франко-завод Франко-склад поставщика Франко-станция отправления Франко-станция назначения Франко-склад покупателя

С этих позиций целесообразно рассматривать, во-первых, управление перемещением товаров с позиций их транспортировки и потребностей диспетчеризации; во-вторых, управление хозяйственными связями, то есть коммерческий аспект товародвижения; в-третьих, финансово-учетные характеристики потоков, необходимые для формализации планирования, учета и анализа хозяйственной деятельности. Эти требования были учтены при разработке классификации товарных потоков, представленной ранее. При многообразии различных параметров товарных потоков классификация позволяет охарактеризовать конкретный товарный поток, ограничившись необходимым минимумом характеристик. Товарные потоки являются не столько промежуточным, сколько объединяющим, интегрирующим звеном между закупками и сбытом.

Обеспечение гибкости, однонаправленности, синхронизации, оптимизации и интеграции товарных потоков достигается путем применения логистических схем и моделей.

Функциональная схема логистики показана нами на рисунке 2 [2].

Логистика – совокупность различных видов деятельности с целью получения с наименьшими затратами необходимого количества продукции в установленное время и в установленном месте [7].

Здесь акцент на совокупность действий с минимизацией затрат, т.е. подчеркивается оптимальный аспект подхода каких – то совместных действий.

Отсюда следует, что управление товарными запасами:

– одна из функций управления предприятием имеющая своим объектом товарные потоки на стадиях производства, закупки и сбыта продукции;

– связано с процессами, совершающимися в системе «производство – распределение готовой продукции»;

– позволяет использовать принципиально новые подходы к обеспечению эффективности деятельности предприятия;

– способствует адаптации предприятия к требованиям посредством координации действий всех подразделений, задействованных в выполнении договоров поставки, и проведения направленных изменений в системе «производство – закупка – сбыт» [7].

Таким образом, можно считать управление товарными запасами специфической областью управленческой деятельности, отличной от других ее сфер, а логистику запасов играющей ключевую роль, как в системе управления отдельной организации, так и в экономике предприятия в целом.

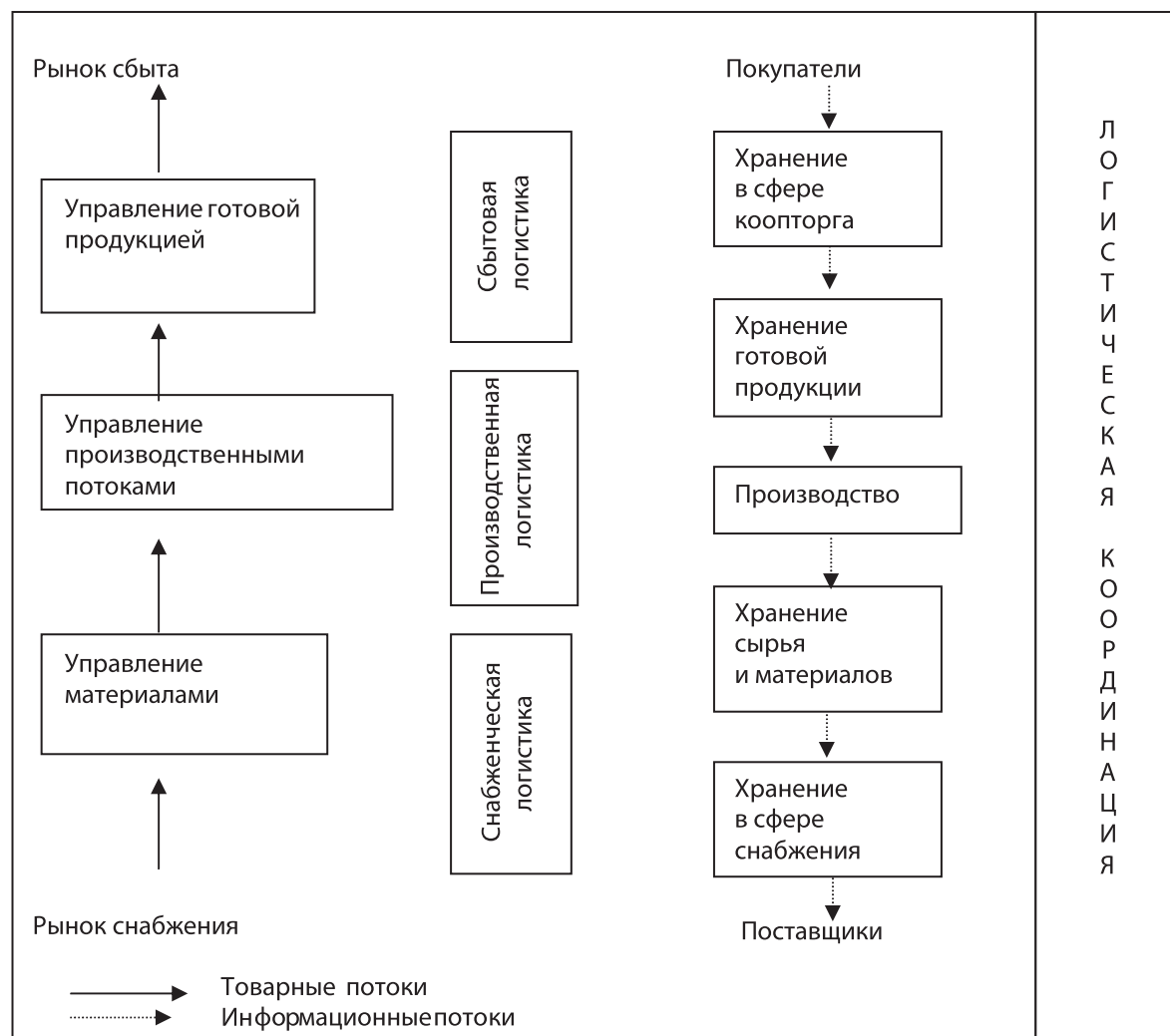


Рисунок 2. Функциональная схема логистической цепи

Библиографический список:

1. Лебедева Л.А. Организационно-экономический аспект управления товарными потоками в системе потребительской кооперации/Л.А. Лебедева. Дис. канд. экон. наук, Белгород, 1999. 188 с.
2. Сапронова Л.М. Управление товарными ресурсами промышленных предприятий системы потребительской кооперации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/ Воронеж, 2005.
3. Сапронова Л.М. Теоретические аспекты управления товарными ресурсами в торговле. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. №4. С.252-255.
4. Сапронова Л.М. Коммерческая деятельность в потребительской кооперации / Л.М. Сапронова, Кирилах Г.В., Солдатова Н.Ф. Воронеж, 2010.
5. Ульченко, Т. Ю. Формирование системы управления рисками предприятий зернопродуктового комплекса [Текст] : Монография / И. П. Богомолова, Т. Ю. Ульченко, И. В. Плеканова – Воронеж : ЦНТИ, 2014. – 157 с.
6. Ульченко Т.Ю., Панкова Н.М. Инструменты анализа и управления рисками деятельности предприятий пищевой промышленности / Т.Ю. Ульченко, Н.М. Панкова // Молодой ученый. 2015. № 7-3 (87). С. 78-83.
7. Экономика и организация деятельности торгового предприятия Учебное пособие /Под общ. ред. А.Н.Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 295 с.

ПРОБЛЕМЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ УРОВНЕЙ КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Табаторович А.Н.,

к.т.н., Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова,

Худякова О.Д.,

к.т.н., доцент, Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова,

В статье представлены основные термины в области качества товаров. Выявлены принципы и критерии дифференциации продовольственных товаров на природные и товарные сорта, категории и марки. Отмечается тенденция снижения требований к качеству основного сырья, введение заменителей, эквивалентов, ингредиентов нетрадиционного состава, даже для товаров, производимых в соответствии ГОСТ, что расширяет возможности изготовителей, но ухудшает потребительские свойства товаров.

Ключевые слова: уровень качества товара; природный сорт; товарный сорт; категория; марка

DIFFERENTIATION PROBLEMS OF QUALITY DEGREE OF FOOD PRODUCTS

Tabatorovich A.N., Khudyakova O.D.,

Omsk Institute (branch) of Plekhanov Russian University of Economics,

The article presents the basic terms in the field of quality of goods. The principles and criteria for differentiation of food products into natural and commercial grades, categories and brands are identified. There is a tendency to lower the requirements for the quality of basic raw materials, to introduce substitutes, equivalents, ingredients of unconventional composition even for goods produced in accordance with GOST, that increases the possibilities of manufacturers, but worsens the quality of goods.

Keywords: level of product quality; natural grade; commercial grade; category; brand.

Качество товара является его важнейшей характеристикой, которая оказывает решающее влияние на создание потребительских предпочтений и формирование конкурентоспособности. Это обусловлено сущностью категории качества.

Применяя определение, данное в п.3.1 ГОСТ Р ИСО 9000-2011[3], по отношению к продовольственным товарам, можно заключить, что качество для них определяется совокупностью характеристик, способных удовлетворять потребности человека в основных пищевых веществах и энергии. Обычно потребности выражаются через определенные характеристики на основе установленных критериев, которые формулируются в виде требований к качеству.

Требование к качеству – выражение определенных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, что даёт возможность их реализации и проверки [8].

Установление требований к качеству проводится на этапах проектирования и разработки, обеспечивается в процессе входного, текущего и окончательного контроля при производстве, а также последующего хранения, транспортирования и реализации. При приемке товаров, их идентификации и экспертизе по единичным или комплексным показателям требования к качеству оцениваются по нормам, регламентированным стандартами или техническими условиями.

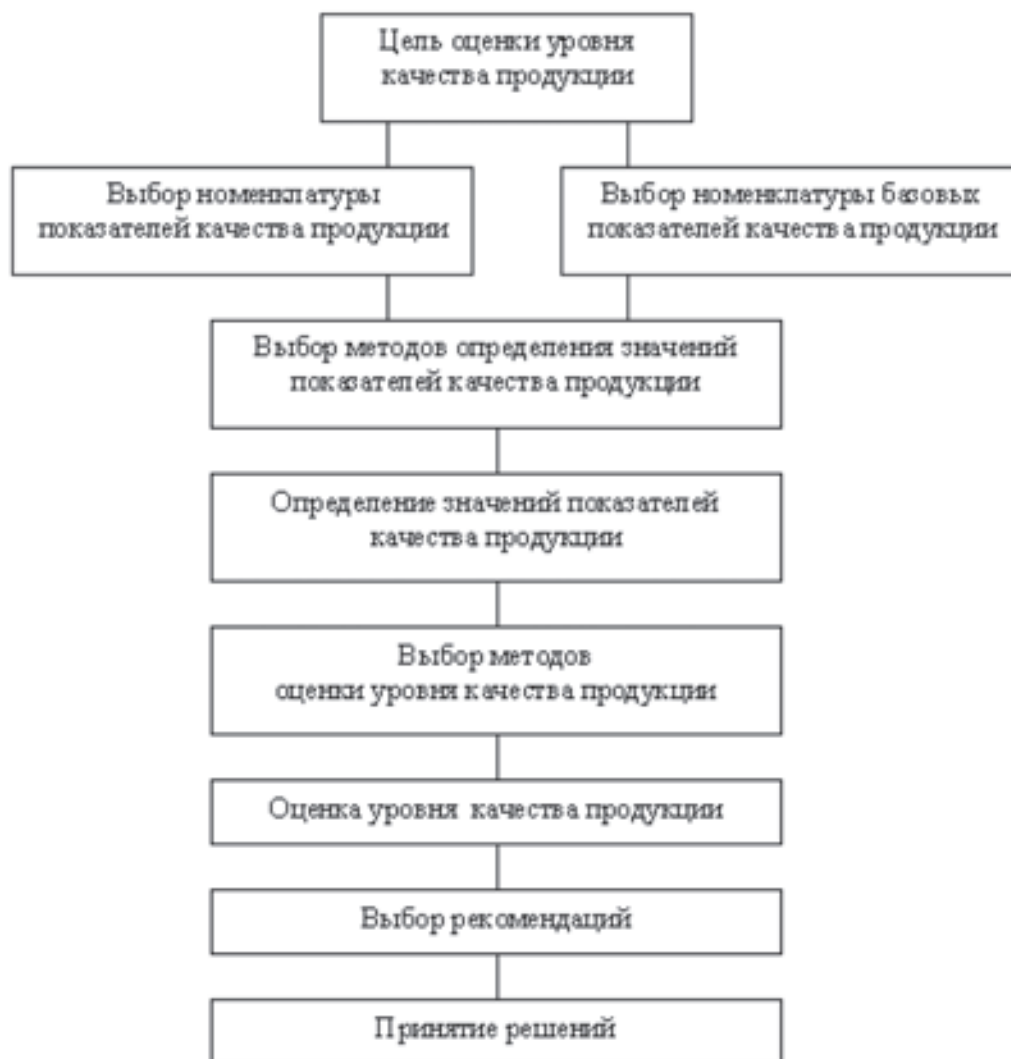


Рисунок 1. Этапы оценки уровня качества продукции

Уровень качества – это относительная характеристика качества продукции (товара), основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

Оценка уровня качества представляет собой совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции (товара), определение значений этих показателей и сравнение их с базовыми значениями соответствующих показателей [8].

Этапы оценки уровня качества продукции представлены на рисунке 1:

Выбор номенклатуры базовых показателей для установления уровня качества положен в основу установления градаций качества. Самым распространенным приемом разделения продукции по градациям качества можно считать различия по сортам.

Сорт – это разряд качества продукции (товара) одного вида и/или наименования, но отличающийся от другого разряда одноименной продукции характеристиками и значениями показателей. Совокупность сортов, относящихся к одноименной продукции, называется *сортаментом*. Различают сортамент природный и товарный [7].

Природный сортамент характерен для плодоовощных товаров, а также чая и кофе.

Сорт растения – совокупность свойств, созданная в результате селекции и обладающая анатомо-морфологическими и хозяйственными признаками, передающимися по наследству.

Культурные виды овощей по анатомическим (форма и размеры клеток и тканей), морфологическим (форма и окраска плодов, их масса, цвет и структура мякоти и т.д.) и хозяйственным (урожай-

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

ность, срок созревания, вкусовые достоинства, устойчивость к болезням, назначение) признакам делятся на хозяйственно-ботанические сорта. Культурные виды плодов и ягод делятся на помологические сорта, а винограда – на ампелографические сорта.

При поставке в торговлю обязательным требованием является указание соответствующего природного сорта в маркировке ящиков и в сопроводительных документах.

Идентификацию сортов плодов и овощей в торговле проводят, в основном, по внешним признакам. Например, у яблок учитывают массу экземпляров плодов (до 75 г – мелкие, 75-125 г – средние, 125-250 г – крупные, более 250 г – очень крупные), форму (округлая, плоскоокруглая, коническая, цилиндрическая, округло-цилиндрическая и др.), состояние поверхности (гладкая, слабо- или сильно-ребристая и т.д.), окраску кожицы, окраску и консистенцию мякоти, форму и толщину плодоножки, размер семенной камеры, вкус и аромат мякоти и некоторые другие критерии.

Отмечают типичность и выраженность признаков, свойственных плодам или овощам данного природного сорта. В случае полного несоответствия партии заявленному помологическому или хозяйственно-ботаническому сорту может возникнуть арбитражная ситуация. В том случае, если доля плодов и овощей другого природного сорта в партии входит в диапазон допускаемых отклонений, возникают основания для снижения товарной сортности.

Товарный сортамент – совокупность товарных сортов, различающихся значениями регламентируемых нормативными документами показателей качества. Наименования товарных сортов, в отличие от природных, как правило, обезличены. Выделяют высший, первый, второй и третий товарные сорта [7].

Для черного и зеленого чая в стандартах ГОСТ 1938-90 и ГОСТ 1939-90 соответственно (утратили силу с 01.01.2016) выделялся сорт «Букет», показатели качества которого имели наивысшие характеристики и значения. Для консервов «Шпроты в масле» (ГОСТ 280-2009) наивысший уровень качества отмечается для сорта «Экстра».

Для ржаной хлебопекарной муки (ГОСТ Р 52809) сортам муки присвоены атрибутивные наименования («сеяная», «обойная», «обдирная» и «особая») в соответствии с применяемыми помолами тех же наименований.

На формирование товарного сорта влияют различные факторы: сырье, технология, условия и сроки хранения. В зависимости от преобладания одного из факторов или их комплексного воздействия на значение показателей, определяющих товарный сорт, различают сырьевой, технологический и комплексный принципы деления сортамента.

Примеры товаров, для оценки качества которых предусмотрено деление на товарные сорта, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Примеры сортового разделения уровня качества товаров

Вид и/или наименование товара	Нормативный документ	Сорта	Принципы или критерии деления на сорта
Сливочное масло («Традиционное», «Любительское», «Крестьянское»)	ГОСТ 32263-2013	Высший, первый	20-балльная органолептическая оценка по комплексу показателей: 17-20 баллов – высший сорт; 11-16 баллов – первый сорт
Сыры сычужные полутвердые («Швейцарский», «Алтайский», «Советский», «Костромской», «Российский», «Голландский», «Угличский»)	ГОСТ 32260-2013	Высший, первый	100-балльная органолептическая оценка по комплексу показателей: 87-100 баллов – высший сорт; 75-86 баллов – первый сорт
Сельди соленые	ГОСТ 815-2004	Первый, второй (кроме филе)	Внешний вид, наружные повреждения, стадии окисления жира

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Рыба холодного копчения	ГОСТ 11482-96	Первый, второй	Внешний вид, консистенция, вкус и запах, массовая доля поваренной соли
Консервы «Шпроты в масле»	ГОСТ 280-2009	«Экстра», первый	Массовая доля рыбы, вкус и аромат, характеристика разделки и укладки
Мука пшеничная хлебопекарная	ГОСТ Р 52189-2003	«Экстра», высший, крупчатка, первый, второй, обойная	Массовая доля золы, массовая доля сырой клейковины (белка)
Изделия макаронные	ГОСТ 31743-2012	Высший, первый, второй	Массовая доля золы
Яблоки свежие	ГОСТ Р 54697-2011 (ЕЭК ООН FFV-50:2010)	Высший, Первый, второй	Внешний вид, дефекты формы, кожицы, окраски, состояние мякоти, массовая доля плодов, не соответствующих требованиям данного сорта, но соответствующих требованиям более низких сортов
Консервы натуральные «Горошек зеленый»	ГОСТ Р 54050-2010	Высший, первый, второй	Однородность цвета зерен, консистенция, массовая доля битых зерен, растительных примесей, качество заливочной жидкости

Из таблицы 1 следует, что в основу деления на сорта положены как сырьевые (сельди соленые), технологические (изделия макаронные, мука пшеничная, «Шпроты в масле»), так и комплексные признаки (яблоки свежие).

Следует отметить, что описательный метод, используемый для оценки единичных показателей качества, отличается большой субъективностью и требует высокой квалификации экспертов-дегустаторов. Поэтому качественным показателям стремятся придать своеобразное количественное содержание, применяя метод балльной оценки качества.

Метод балльной оценки позволяет дифференцировать уровень качества готовых изделий как по отдельным показателям, так и по продукту в целом. В настоящее время шкала балльной органолептической оценки качества официально применяется только в текстах двух действующих стандартов – на сливочное масло (ГОСТ 32263-2013) и на полутвердые сыры (ГОСТ 32260-2013) см. таблицу 1. Практика экспертизы показывает, что изготовители крайне редко маркируют сливочное масло и сыры первым сортом, поскольку качество сырых молока и сливок сейчас достаточно высокое, на большинстве предприятий введена система менеджмента качества, а в условиях конкуренции при понижении сорта есть риск утраты лояльности части потребителей.

Для дифференцированной органолептической оценки качества колбасных изделий и мясных копченостей одного наименования разных изготовителей эксперты часто применяют 5- или 9-балльные шкалы, утвержденные ГОСТ 9959-91 [4].

Для ряда продовольственных товаров разработанные балльные шкалы применяются, в основном, в научных исследованиях или на стадии разработки и выпуска пробных партий продукции: 30-балльная шкала оценки качества хлебобулочных и кондитерских изделий, 10-балльная шкала – виноградных вин, водки и ликеро-водочных изделий, 25-балльная шкала – безалкогольных газированных напитков, сиропов и минеральной воды. Принципы построения этих шкал основаны на установлении уровня качества в баллах («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно») в зависимости от диапазона суммарных балльных оценок, выставленных экспертами. Для обоснования скидок с максимального количества баллов по каждому показателю дается описание дефекта. Отмечается, что данные шкалы не лишены недостатков [5].

Для определенных групп и видов товаров (колбасные изделия, мясные полуфабрикаты) современной тенденцией является введение категорий взамен товарных сортов или же подразделение на сорта на основе принципиально иных критериев, чем ранее.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

В отличие от сортов, деление продукции (товаров) на категории обусловлено различиями, преимущественно, по одному базовому признаку или показателю, который в наибольшей степени влияет на качество.

Категория мясной продукции: систематическая совокупная качественная группировка продукции, объединяющая продукты по содержанию (массовой доле) мышечной ткани и характеризуемая предельными нормами ее общего содержания [5].

Ранее товарный сорт колбас обуславливался сортом мясного сырья, зависящего от степени его жиловки. В настоящее время на производстве сортовая жиловка сырья проводится очень редко, применяются механические жиловщики, часто в составе колбас применяют блочное (колбасное) мясо, содержащее мясную обрезь, нерегламентированное количество соединительной ткани. Расширен перечень наименований колбас, в рецептурах которых стандартами разрешено применять до 2-5% крахмала.

Критерием же выделения категорий является *массовая доля мякотной мышечной ткани*, фактическое значение которой является загадкой для потребителей. Как следует из примечаний к соответствующим стандартам, массовую долю мышечной ткани в рецептурах колбас определяют расчетным путем. В составе продукта указываются ингредиенты в порядке уменьшения содержания их в рецептурах без указания количества.

Примеры мясных продуктов, где действующими стандартами предусмотрено деление на категории, приведены в таблице 2.

Как следует из таблицы 2, интервал значений базового показателя для разделения между категориями составляет 20%. Кроме того, нет единообразия в трактовке выделения категорий. Если для полукопченых колбас и мясных полуфабрикатов категории «А» минимальная массовая доля мышечной ткани составляет 80% (что является достаточно высоким значением), то для вареных колбасных изделий и варено-копченых колбас этой же категории нижняя граница определена в 60%.

То есть один изготовитель на законных основаниях, например, может применять (и применяет) в составе вареной колбасы «Докторская» категории «А» мясное сырье в количестве 61%, а другой – 80%. Не нужно объяснять, почему тогда уровень качества колбасы одного наименования у разных изготовителей или у одного изготовителя в разных партиях оказывается неодинаковым.

Следует отметить, что понятие «категория» для дифференциации уровней качества используется и для других групп и видов товаров. Критерием выделения также служит базовый показатель. Так, для диетических и столовых яиц куриных пищевых (ГОСТ 31654-2012) предусмотрено выделение 5 классификационных категорий в зависимости от массы *1, 10 или 360 яиц*: высшая, отборная, первая, вторая и третья.

Таблица 2. Разделение мясных продуктов на категории

Вид и/или разновидность изделий	Нормативный документ	Категории и критерии их выделения	Ассортимент
Изделия колбасные вареные	ГОСТ Р 52196-2011	Массовая доля мышечной ткани в рецептуре без учета воды, потерянной при термической обработке: для категории «А» – свыше 60,0%; «Б» – от 40 до 60%	Колбасы категории «А» – «Докторская», «Говяжья», «Телячья», «Любительская» и др. Сосиски категории «А» – «Говяжьи». Колбасы категории «Б» – «Столовая», «Молочная», «Русская», «Свиная», «Чайная» и др. Сосиски категории «Б» – «Сливочные», «Молочные», «Русские», «Особые», «Любительские». Шпикачки категории «Б» – «Москворецкие»
Колбасы варено-копченые	ГОСТ Р 55455-2013	Массовая доля мышечной ткани в рецептуре: для изделий категории «А» – свыше 60,0%; «Б» – от 40 до 60%	Колбасы категории «А» – «Московская», «Мускатная», «Русская», «Славянская» и др.; категории «Б» – «Свиные колбаски»

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Колбасы полукопченые	ГОСТ 31785-2012	Предельные нормы массовой доли мышечной ткани в продукте: для категории «А» – от 80% до 100% включ., для категории «Б» – от 60% до 80% включ., для категории «В» – от 40% до 60 % включ.	Колбасы категория «А» – «Говяжья»; категории «Б» – «Армавирская», «Краковская», «Одесская», «Польская», «Таллинская» и др.; Категории «В» – «Алтайская», «Городская», «Любительские колбаски», «Охотничьи колбаски», «Пикантная» и др.
Полуфабрикаты мясные и мясосодерживающие	ГОСТ 32951-2014	Массовая доля мышечной ткани в рецептуре (в рецептуре начинки): для мясных полуфабрикатов категории «А» – свыше 80%; категории «Б» – более 60,0% до 80,0% включ., категории «В» – более 40,0% до 60,0% включ.	Кусковые полуфабрикаты (гуляш, азу, поджарка и др.); рубленые (котлеты, мясной фарши др.); в тесте (пельмени, манты и др.)

Для определения градаций качества однотипной продукции также применяются марки. Так, марки манной крупы, установленные ГОСТ 7022-97, а именно: М, Т или МТ, определяются *типом пшеницы*, поступающей на помол: М (мягкая), Т (твердая), МТ (мягкая с примесью твердой пшеницы (дурум) до 20%). В свою очередь, крупа различных марок различается по цвету и консистенции крупинок.

Несмотря на отсутствие стандартизированного термина, марочными считаются вина соответствующей технологии из определенных винодельческих регионов, в каждом из которых существует свой регуляторный совет, контролирующий процессы выращивания винограда, производства и продажу вина в соответствии с определенными региональными стандартами.

Ярким примером можно считать серию марочных крымских вин «Массандра»: натуральное красное вино «Алушта»; мускат белый «Массандра», «Ливадия», «Красного камня»; мадеру «Массандра», «Крымская»; портвейн красный «Ливадия», «Массандра», «Южнобережный» и ряд других позиций [11]. Широко известны марочные виноградные вина Франции, Италии, Германии. Безусловно, для установления аутентичности марочных вин необходима высокая квалификация экспертов-дегустаторов и сомелье.

По нашему мнению, не вполне удачным является дифференциация качества подсолнечного масла на *марки*, согласно межгосударственному ГОСТ 1129-2013. В частности, для нерафинированного и рафинированного дезодорированного подсолнечного масла введены наименований «высший сорт» и «первый сорт» [6]. В данном случае возникает подмена терминов, поскольку сорт как градация качества является более крупной классификационной категорией, чем марка, и включать слово «сорт» в наименование марок нецелесообразно.

За последние 20-25 лет в России существенно изменились подходы к качеству продовольственных товаров в целом, а также к их классификации и градациям, определяющим уровень их качества.

Среди факторов, влияющих на этот процесс, следует выделить стремительный рост рынка пищевых добавок, происходящий на фоне удорожания традиционного сырья, появление новых технологий и оборудования, позволяющие выпускать товары-заменители, по внешнему виду не уступающие базовым продуктам.

Вступление России в ВТО в 2012 г и отсутствие гармонизированных стандартов с зарубежными странами также заставило сделать определенные «по послабления» для изготовителей.

Так, в ГОСТ 31721-2012 разработаны новые ассортиментные разновидности шоколада с указанием их идентификационных показателей, служащих основным критерием отсутствия введения в заблуждение потребителей и специалистов-экспертов. Указанный стандарт частично гармонизирован по отношению к международному стандарту Codex Stan. 87-1981 (Rev.1 2003) «Шоколад и шоколадные изделия» по терминам и определениям, маркировке и требованиям к сырью. Шоколад (горький, темный, молочный, белый, пористый и др.) по качеству не разделяется на сорта, категории или марки. Но во все разновидности его разрешено добавлять до 5% растительных жиров,

требующих темперирования – эквивалентов и/или улучшителей масла какао SOS-типа. Заменители какао-масла в составе шоколада не допускаются [10].

Производителям разрешено выпускать так называемые «молокосодержащие» и «мясосодержащие» продукты, для которых установлены определения в соответствующих Технических регламентах [1,2]. Для них приведены минимальные массовые доли молочного жира или белка и мясной мышечной ткани соответственно. Проблема возникает в количественном определении ингредиентов не мясного и не молочного происхождения, поскольку стандартизированные органолептические и инструментальные экспресс-методы для этого отсутствуют, а более сложные методы требуют больших затрат и соответствующего аппаратного оформления.

В итоге следует отметить, что главными средствами для дифференциации уровней качества товаров является разделение их на сорта, категории и марки. Следует шире вводить в практику экспертизы балльную дегустационную оценку; наряду со словесными характеристиками в нормативных документах следует применять научно разработанные балльные шкалы для каждого товарного сорта или категории. Предлагается указывать в маркировке (как обязательное требование) массовую долю нетрадиционного сырья и добавок, чтобы не вводить в заблуждение потребителей. Введение заменителей, эквивалентов, ингредиентов нетрадиционного состава, даже для товаров, производимых в соответствии ГОСТ, расширяет возможности изготовителей, но ухудшает потребительские свойства товаров.

Библиографический список:

1. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 033/2013): принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 г №67. Введ. 2014-05-01 [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru) (дата обращения 03.02.2016).
2. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции» (ТР ТС 034/2013): принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 г №68. Введ. 2014-05-01 [Электронный ресурс]. Режим доступа. URL: <http:// www.garant.ru> (дата обращения 03.02.2016).
3. ГОСТ ISO 9000-2011. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Введ. 2013-01-01. – М.: Стандартинформ, 2012. – 36 с.
4. ГОСТ 9959-91. Продукты мясные. Общие условия проведения органолептической оценки. – Введ. 1993-01-01. – М.: Стандартинформ, 2009. – 11 с.
5. ГОСТ 31785-2012. Колбасы полукопченые. Технические условия. – Введ. 2013-07-01.– М.: Стандартинформ, 2014. – 26 с.
6. ГОСТ 1129-2013. Масло подсолнечное. Технические условия. – Введ. 2014-07-01.– М.: Стандартинформ, 2014. –16 с.
7. Николаева, М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник для ВУЗов/ М.А. Николаева. – М.: Издательство НОРМА, 2003. – 283 с.
8. Николаева, М.А. Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия: учебник/ М.А. Николаева, Л.В. Карташова. – М.: ИД Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
9. Родина, Т.Г. Сенсорный анализ продовольственных товаров: учебник для студ. высш. учеб. заведений/ Т.Г. Родина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.
10. Табаторович, А.Н. Особенности формирования ассортимента и экспертизы качества шоколада в современных условиях/А.Н.Табаторович, О.Д.Худякова// Сибирский торгово-экономический журнал, 2014. – №1 (19). – С.111-115.
11. Объединение «Массандра» [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL. <http://www.crimea-kvn.ru/wine/massandra> (дата обращения 03.02.2016).

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ КЛАССА ЛЮКС В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД: АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА НА 2016-2019 ГГ.

Татарина Т.В.,

магистрант, Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Становление и развитие рынка товаров класса «люкс» в России имеет определенные социально-экономические предпосылки, основными из которых являются рост доходов и покупательной способности населения. Авторы в данной статье анализируют и систематизируют выявленные предпосылки рынка товаров класса люкс в кризисный период.

Formation and development of the market of goods of class «lux» in Russia has certain socio-economic background, the main of which is the growth of income and purchasing power. The authors of this article analyze and systematize the identified conditions of the market of luxury goods in the crisis period.

Интерес к настоящей роскоши, вопреки пессимистичным кризисным настроениям, не угасает даже в разгар рецессии. Есть основания полагать, что luxury-индустрия способна с наименьшими потерями преодолеть сложные времена, поскольку именно потребители товаров категории люкс не склонны менять стиль потребления и тратить на роскошь меньше, чем в более благоприятной экономической ситуации. В то же время кризис дает возможность проявить себя новым каналам коммуникации между продавцами и покупателями, таким как сети Интернет, представить его как наиболее прогрессивный и сравнительно недорогой инструмент для продвижения статусных марок высокого ценового сегмента.

Активное развитие рынка товаров и услуг класса «люкс» в последние десятилетия является следствием роста сверх доходов населения и выражается в социальном характере потребления, отражающем уровень дохода, принадлежность к социальной группе и стиль жизни. Специфика товаров и услуг класса «люкс», а также медиапредпочтения целевой аудитории определяют каналы продвижения на рынке. Это предполагает избирательность использования традиционных методов рекламной деятельности и разработку уникальных стратегий рекламной активности.

Актуальность приобретает анализ рынка товаров и услуг класса «люкс», основных торговых предприятий, действующих на нем, а также модели поведения целевой аудитории потребителей в период кризисных явлений с целью оценки перспектив развития данного рынка в посткризисный период.

Классического, либо общепринятого определения понятия товаров и услуг класса «люкс» не существует, равно как и нет универсальной шкалы, позволяющей идентифицировать «люксовость» бренда. В общем случае термин «люкс», «luxury», также как определения «элитарный», «эксклюзивный», и «V.I.P.» означают группу товаров с высокой направленной стоимостью, превышающей себестоимость товара в несколько раз, которая сознательно выплачивается потребителем взамен принадлежности к определенной социальной группе потребления, причем на первое место ставится не функциональность изделия, а статусность обладания. Поэтому отличительной особенностью рынка люксовой одежды и обуви является ярко выраженный социальный характер потребления, отражающий уровень дохода, принадлежность к социальной группе и стиль жизни.

Существуют критерии отнесения товаров к классу «luxury». По мнению автора, наилучшим образом их описала д.э.н., профессор И. И. Скоробогатых в своих работах. В их числе:

- 1) Инновационность (результаты внедрения технологических процессных и маркетинговых инноваций);
- 2) Дизайн (в т.ч. отличительные характеристики узнавания бренда);
- 3) Престижность (покупка товара реализует демонстративные мотивации покупателя и требования уникальности, редкости моделей и мест продажи);
- 4) Качество (комбинация функциональных, эмоциональных, технологических атрибутов).[3]

Профессор Бернар Дюбуа определяет «люкс» как специфический уровень (более дорогой), предлагаемый практически в любой категории продуктов или услуг [1]. Многие другие исследователи в данной области предприняли попытки определить товары класса «люкс» с помощью показателя «цена-качество», заявив, что более дорогие продукты в любой категории считаются люксовыми. Кроме того, некоторые ученые так же сравнивали товары с точки зрения их уникальности.

Ряд других специалистов сосредоточились исключительно на измерении статусности товара и утверждают, что товары класса «люкс» должны вызывать чувство принадлежности к определенной элитной группе потребителей.

Как видно, понятия во многом расходятся, однако исследователи в разных областях разделяют общее представление о данных товарах. Прежде всего, «люкс» всегда определяется как нечто большее, чем просто необходимое. В исследовании «Семантический анализ понятия роскоши» профессор Скоробогатых И.И. дает следующее определение: «Товар класса «люкс» – это материальный продукт (или услуга), обладающий (-щая) набором уникальных, эксклюзивных функциональных и эмоциональных характеристик (атрибутов), в производстве которого использованы элементы ручного труда, потребление и владение которым воспринимается потребителем как «статусная» покупка, которая может быть передана по наследству, обладание которой выделяет покупателя из массового рынка» [4].

В целом соглашаясь с этим определением, автор дополняет его, в соответствии со своим видением. Товар класса «люкс» – это более дорогой продукт или услуга в своей категории, обладающий набором свойств, которые удовлетворяют потребности самого взыскательного потребителя в уникальности, эксклюзивности и статусности и выделяет его из массы других покупателей. Товар класса «люкс» характеризуется длительным к нему интересом со стороны потребителей.

Бренды роскоши в сознании потребителя превращаются в образы, которые состоят из ассоциаций, связанных с высоким уровнем цен, качеством, эстетикой, редкостью, необычностью и высокой степенью нефункциональности [6].

Экономический кризис в любое время оказывает серьезное воздействие на личное потребление. В России кризис 2008–2009 гг. значительно изменил материальное положение граждан: выросло число безработных, произошло урезание зарплат работников (особенно бонусов и премий), сократились накопленные сбережения населения. Изменение доходов привело к изменению модели потребления – новую модель экономисты Л. Григорьев и А. Салмина еще в период предыдущего кризиса, в 2009 г., охарактеризовали как защитную [5]. Суть защитной модели состоит в сокращении расходов на товары длительного пользования, дискретные покупки — товары и услуги (культура, развлечения). Семьи снижают «лишние» расходы на ряд товаров, включая даже продовольственные, на платные услуги. В ходе исследования (проведения опросов) респонденты-россияне отмечали, что в первую очередь в кризис сокращают затраты на развлечения, на туристические поездки и путешествия.

В то же время коммуникационная компания Omnicom Media Group провела исследование потребительского поведения людей в период мировой рецессии в странах Европы (включая Россию), Азии, Латинской и Северной Америки [6]. Результаты этого исследования показывают, что потребители под воздействием кризиса стали эволюционировать и менять культуру потребления, уделяя больше внимания рациональным факторам при принятии решения о покупке. В рамках исследования были определены восемь ключевых типов потребительского поведения (табл. 1).

Таблица 1. Модели поведения потребителей в период кризиса

Наименование модели	Описание типа из исследования OmnicomMediaGroup	Возможные маркетинговые действия
Losing luxuries – тип поведения, при котором потребители перестают приобретать роскошные товары и услуги в связи с изменением своего экономического положения	К данной группе относятся потребители, сократившие покупки товаров класса премиум и люкс или переставшие их приобретать	Анализ рынка, попытки стимулирования спроса (временное снижение цены, краткосрочные распродажи), чтобы удержать потребителей
Alternative economies – тип поведения потребителей, основанный на принципе совместного использования товаров, а также покупке секонд-хенд-товаров	Этому типу свойственно активное общение в тематических сообществах и социальных сетях, где люди помогают друг другу, а также продают и покупают друг друга нужные им товары	Разработка специальных маркетинговых онлайн-программ, в том числе создание групп в официальных сетях и управление ими
Smartshoppers – тип потребителей, активно оптимизирующих свои расходы	Цена для таких людей – главный мотиватор потребления. Они тратят много времени на сравнение ценовых предложений и выбирают лучшую цену, (ориентированы на распродажи, скидки)	Разработка специальных рекламных сообщений, описывающих не только текущую ценовую политику, но и все мероприятия по стимулированию сбыта
Cocooning consumers – потребители, сократившие в период рецессии расходы на проведение досуга и отдыха	Потребители данного типа больше свободного времени проводят дома, а вне дома отдают предпочтение заведениям, предлагающим специальные ценовые предложения	Развитие сетей заведений досуга со специальной гибкой ценовой политикой (например, изменение цены в зависимости от времени суток, дня недели)
Make, doandmend – тип поведения, при котором потребители в период кризиса переходят на домашнее производство	Такие потребители в период кризиса начинают сами шить одежду себе и своим близким, выращивать овощи на участках, тем самым экономя на определенных категориях товаров	Развитие рынка товаров для шитья, рынка семян и различной техники для дома и сада
Free fun – тип поведения, при котором потребители проводят большую часть своего времени в Интернете	Основным источником экономии в период кризиса для таких потребителей является цифровой развлекательный контент	Развитие онлайн-маркетинга для производителей товаров и услуг для информирования таких потребителей о наличии товаров, о ценах, специальных акциях и скидках
Theselfish green – тип поведения, при котором для потребителей основной ценностью является экология пространства, чистота окружающей среды	Эти потребители в кризис продолжают покупать товары и продукты, которые не наносят вреда окружающей среде, несмотря на высокую цену	Развитие предложения экологических, технологических товаров, разработка специальных коммуникационных программ
Anxieties and antidotes – тип поведения, при котором потребители меняют ценности под воздействием неблагоприятных экономических условий	Эти потребители резко меняют ценности, такие как семья, религия, поддержание здоровья, общение, релаксация	Предложение специальных программ и продуктов, ориентированных на таких потребителей

Таким образом, потребитель под воздействием турбулентных экономических условий эволюционирует, меняет привычки и культуру потребления, в большей степени опираясь на рациональные мотивы в принятии решения о покупке товаров и услуг. Субъекты рынка в этом случае должны рассматривать такие условия не только как проблемы, сложности, но и как возможности для изменения своей маркетинговой стратегии технологий взаимодействия с потребителем.

Несмотря на изменение поведения покупателей в пользу реализации рациональных мотивов, они не снижают своих потребностей в покупке качественных товаров и услуг. Исследование Omnicom Media Group показало, что 42% европейских потребителей готовы переплачивать за качество. В то же время потребители готовы изменять свои предпочтения и выбирать более рациональные предложения – в частности, 47% респондентов в России согласились с данным высказыванием.

Исследования показали, что покупатели, имеющие опыт потребления высококачественных продуктов, не переключаются на более дешевые продукты, а остаются приверженными даже проявляют еще больше доверия старым, проверенным торговым маркам в период экономической рецессии. Следовательно, в наступающий период нестабильности экономики, падения курса рубля, начавшийся в ноябре 2014 г., можно предположить, что успех ждет компании, у которых уже есть стабильная клиентская база, включающая большое количество лояльных потребителей.[5]

По данным прошедшей конференции Франко-российской торгово-промышленной палаты «La Joignée Luxe» можно сделать несколько заключений:

- 1) наблюдается сокращение товаров рынка люкс на 8% в 2014 году, а по итогам 2015 года ожидается сокращение до 20% в абсолютных показателях.
- 2) рост цен составил от 20% до 70% на самые модные товары люксовых брендов.
- 3) покупательская активность снизилась: поток покупателей в торговых центрах сократился от 20 до 49%, стрит-ритейл сократился на 60%.
- 4) сокращение рынка товаров класса люкс составит 10-20%, рынка товаров среднего ценового сегмента – 35-45%, а рынка дешевых товаров – 6-10%.

Неблагоприятные тенденции можно проследить на примере сектора торговли одеждой класса люкс: закупщики и продавцы на российском рынке часто пользовались кредитными ресурсами для приобретения коллекций. Повышение ставки Центробанка повлияло на снижение закупок в первой половине наступившего 2015 г. примерно на 30%. Как отмечают эксперты, падение продаж предметов роскоши зафиксировано даже в некоторых странах Западной Европы.

Эксперты объясняют это тем, что сотрудникам российских государственных корпораций и ряда других структур сейчас не рекомендовано или законодательно запрещено выезжать за рубеж, а россияне наряду с другими гражданами стран БРИКС были активными потребителями роскоши и зачастую совершали покупки в Европе.

Эксперты ожидают восстановление рынка люкса в 2016 - 2017 годах, при этом согласно прогнозам рынка до 2019 года (для сравнения взят 2009 год) ожидается рост продаж аксессуаров (143%), часов и ювелирных изделий (97%), вина и крепких напитков (94%), дизайнерской одежды (68%).

«Люкс имеет достаточно стабильные позиции, то есть, если мы говорим, что средний ценовой сегмент уменьшается на 35%, то люкс – сокращение порядка 10%. Можно говорить о том, что люксовый рынок пострадает в меньшей степени, а основной удар придется на рынок средних цен, который капитализирует в основном при любом кризисе. Доля люксового сегмента в абсолютных показателях сократится на 10%, в худшем случае на 20% по итогам года», - сообщила на конференции генеральный директор Fashion Consulting Group Анна Лебсак-Клейманс.

По словам Анны Лебсак-Клейманс, в первом полугодии импорт текстильных и трикотажных изделий сократился в 1,7 раз, а обуви – в 1,9 раз:

Однако, потенциал роста внутрироссийского рынка есть: он заключается в уменьшении трансграничных покупок в интернете, а также в уменьшении туристического потока из России и соответствующем уменьшении покупок за рубежом (по итогам первого полугодия 2015 года, 33,8 и 31,3% соответственно).

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

Владимир Бирюков, партнер Делойт СНГ, определяет позиции российского рынка в мире следующим образом: «Российский рынок люкса по итогам 2014 года опустился на 1 позицию и занимает сейчас 11 место относительно других стран, его объем оценивается в 4,6 млрд евро в прошлом году (при этом на Москву приходится 3,5 млрд евро). Для сравнения российский рынок равняется 1/10 американского рынка люкса, а рынок люкса Москвы в 3 раза меньше рынка люкса в Париже».

Такую концентрацию рынка люкса в Москве и Санкт-Петербурге отмечают все эксперты. Последние 5 лет была центробежная тенденция в связи с развитием российских регионов, но в кризис этот тренд остановился. Сейчас на российские регионы приходится 25% продаж, а в число городов, обеспечивающих этот объем, входят Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Новосибирск, Самара, Нижний Новгород, Челябинск, Казань, Красноярск, Пермь, Волгоград, Уфа, Омск, Воронеж.

По мнению экспертов, самый большой потенциал для роста продаж имеет сектор аксессуаров и обуви класса «люкс».

Изменение экономического состояния общества и рынка в России, когда производители, дистрибьюторы и дилеры вынуждены приспосабливаться к ситуации рецессии и экономических санкций западных стран по отношению к России, безусловно, не может не сказаться на рынке товаров и услуг класса люкс. Ожидается повышение цен на товары и услуги класса люкс, равно как и повышение цен на товары (бренды) премиального класса, но это повышение будет незначительным по сравнению с повышением цен на товары среднего класса.

В то же время следует ожидать и изменения поведения потребителей. Несмотря на интерес, знание брендов, их истории, опыт предшествующих покупок и владения роскошными товарами, можно ожидать, что представители среднего класса, скорее всего, будут в период рецессии руководствоваться более рациональными мотивами потребления, в то время как более обеспеченные потребители снизят уровень потребления роскошных товаров и услуг не на много. В такой ситуации одним из способов решения вопроса стагнации и замедления развития рынка может быть развитие потребительской лояльности, придание большего значения повышению качества обслуживания, а также целенаправленная маркетинговая работа по анализу поведения потребителей, развитию ассортиментной политики и разработке специальных маркетинговых программ для информирования и стимулирования интереса и доверия потребителей товаров и услуг класса люкс.

Библиографический список:

1. Андреева А.Н. Маркетинг роскоши: анализ современных концепций // Бренд-менеджмент. – 2014. – №4. – С. 194–216.
2. Денисенко О.О. Преодоление турбулентных явлений в премиальном сегменте автомобильного рынка с помощью маркетинговых технологий // Инициативы XXI века. – 2015. – №1. – С. 50–54.
3. Скоробогатых И.И. Маркетинг отношений в сетевом взаимодействии факторов индустрии товаров класса «люкс»: теория, методология, практика: автореф. дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / И.И. Скоробогатых; Рос. Эконом. Ун-т им. Г.В. Плеханова. – М., 2011. – 17 с.
4. Скоробогатых, И.И. Семантический анализ понятия роскоши / И.И. Скоробогатых, М.Ю. Волкова // Инициативы XXI века. – 2011. – № 4.– С. 54-58.
5. Григорьев Л., Салмина А. Вынужденная самозащита. Изменение модели личного потребления в кризис. [Электронный ресурс] / Время. – Режим доступа: <http://www.vremya.ru/>, свободный. (Дата обращения 23.10.2015)
6. Omnicom Media Group (OMG) провела глобальное исследование потребительского поведения в период рецессии [Электронный ресурс] / Информационный портал Adindex.ru. – Режим доступа: <http://adindex.ru/>, свободный. (Дата обращения 15.10.2015).
7. Сергиенко О.В., Метелев С.Е., Антикризисное управление на макро- и микро-уровнях экономики. *Materialy XI Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Strategiczne pytania swiatowej nauka – 2015» 07-15 lutego 2015 roku Volume 2 Ekonomiczne nauka Przemysl Nauka i studia 2015. P. 31-41.*

РАЗВИТИЕ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ В ЕАЭС

Турсуналиева Д.М.,

доцент, к.э.н., Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова

На сегодняшний день промышленность Кыргызстана отличается крайне низким уровнем конкурентоспособности. Исключение составляют лишь несколько отраслей, таких как швейная, молочная, сельскохозяйственное производство и некоторые другие. Вступление Кыргызстана в Таможенный союз в среднесрочной и долгосрочной перспективе является стратегически правильным и жизнеопределяющим решением.

Ключевые слова: Таможенный союз (ТС), Единое экономическое пространство (ЕЭП), интеграция, текстильная и швейная промышленность, конкурентоспособность, реэкспорт, технический регламент (ТР).

Развитие текстильной и швейной промышленности Кыргызской Республики в условиях интеграции в Таможенный союз (ТС) является важным фактором повышения конкурентоспособности продукции и выхода на международный рынок. Развитие любой страны и роста благосостояния ее граждан зависит от сильной, конкурентоспособной экономики, основой которой, в свою очередь, является современная высокоэффективная промышленность.

Последнее десятилетие, проходящее под знаком глобализации, еще более обострило в отечественной промышленности проблему конкурентоспособности, которая особенно актуальна сегодня, в условиях вступления Кыргызской Республики в Таможенный союз, членами которого являются Россия, Казахстан и Белоруссия. Столь актуальную проблему формирования конкурентоспособности промышленности Кыргызской Республики следует рассматривать в двух аспектах:

Во-первых, внутренний рынок Кыргызстана очень мал (менее 5 млн чел.), что остро ставит задачу экономической интеграции и диктует необходимость производства конкурентоспособной продукции, которая бы соответствовала мировым стандартам качества. Специфической особенностью экономической системы Кыргызской Республики является то, что развитие промышленности страны находится в прямой зависимости от поступлений внешних источников инвестиций. Поскольку довольно значительная часть производственного потенциала страны физически и морально износилась, она не может восприниматься в качестве долговременного ресурса развития промышленности. Все это не позволяет нашей республике на данном этапе ее развития выйти на международный рынок с подавляющим большинством продукции, производимой в Кыргызстане, а также с используемыми технологиями.

Во-вторых, крайне важным является факт членства Кыргызстана в ВТО. Вступление республики в ВТО теоретически должно было бы усилить ее инвестиционную привлекательность. Инвестирование затрудняют ряд неблагоприятных факторов, включающих длительные сроки производства и перевозок, высокую себестоимость международных перевозок, большие затраты на электроэнергию [3].

Вступление Кыргызстана в Таможенный союз в среднесрочной и долгосрочной перспективе является стратегически правильным и жизнеопределяющим решением, несмотря на популистские высказывания против интеграции со странами ТС отдельных политиков и экономистов. Конечно, это остро ставит вопрос конкурентоспособности кыргызской промышленности в рамках такой интеграции. Невозможно развивать экономику, базируясь на реэкспорте товаров (торговые комплексы «Дордой» и «Кара-Суу»), за который голосуют противники интеграции в Таможенный союз. Поэтому можно использовать те перспективы, которые открывает присоединение Кыргызстана к

Таможенному союзу, исследовав и оценив перспективы повышения конкурентоспособности отечественной промышленности на едином экономическом пространстве Союза.

На сегодняшний день промышленность Кыргызстана отличается крайне низким уровнем конкурентоспособности. Исключение составляют лишь несколько отраслей, таких как швейная, молочная, сельскохозяйственное производство и некоторые другие. Но при присоединении Кыргызской Республики к Таможенному союзу неизбежно возникнет ряд факторов, которые не могут не сказаться на изменении конкурентоспособности промышленности страны. Эти факторы могут иметь как положительный вектор, так и отрицательный. Отрицательными факторами в швейной отрасли являются следующие показатели:

1. Угроза снижения конкурентоспособности швейной отрасли, о которой говорят все противники вступления в Таможенный союз. Кыргызстану придется поднять таможенные пошлины, что повысит цены на ткани и швейную фурнитуру и, соответственно, на готовые швейные изделия, в результате чего они не смогут конкурировать на рынке ТС. Это серьезный аргумент, поскольку швейное производство – одна из немногих отраслей, продукция которой экспортируется за пределы республики, а бренд «Made in Kyrgyzstan» пользуется популярностью и в странах ТС, и даже в некоторых странах дальнего зарубежья благодаря высокому качеству этих изделий. Однако этот фактор вполне может быть сведен на нет и даже перейти в положительный. Так, во-первых, Россия уже вступила в ВТО, а Казахстан готовится к вступлению. Это означает, что в рамках ТС будут снижаться таможенные пошлины. Сейчас в Кыргызстане действуют 5-процентные таможенные пошлины. Требования ВТО таковы, что Россия тоже должна понизить таможенные пошлины до 5-7% на импортируемые товары. Это означает, что когда ставки ТС сократятся до этого уровня, столь резкого роста цен на импортируемую в Кыргызстан продукцию не произойдет. Следует лишь уточнить планы стран ТС на снижение таможенных пошлин и, соответственно, откорректировать свои планы по вступлению в ТС. Кроме того, Кыргызстан вполне может договориться со странами ТС о ряде преференций, одной из которых может стать нулевая таможенная пошлина на ткани и швейную фурнитуру, что позволит сохранить конкурентоспособность швейной отрасли, а свободный доступ к огромному рынку ТС расширит возможности сбыта для этой отрасли. Более того, можно поискать и альтернативные источники тканей для швейной промышленности на рынках России и Белоруссии. Неплохо было бы наладить и собственное производство хлопчатобумажных, шелковых и шерстяных тканей. [3]

2. Жесткие требования по безопасности и маркировке. В Кыргызской Республике довольно либеральное законодательство в отношении легкой промышленности, в то время как в Таможенном союзе оно очень строгое и включает жесткие требования по безопасности и маркировке. Если же эти требования применять к продукции кыргызского производства, это увеличит затраты и снизит конкурентоспособность. Однако, с другой стороны, такая продукция будет соответствовать высоким стандартам качества и иметь соответствующее подтверждение, что существенно повышает ее конкурентоспособность. В результате швейная продукция может потерять в конкурентоспособности по ценовому признаку, но выиграть по признаку качества, подтвержденному документально. А это уже может позволить продукции нашей страны выходить и на другие рынки сбыта, где требования к такой продукции более высокие.

С 1 июля 2013 года вступил в силу Технический регламент (ТР) Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности» ТР ТС 017/2011 (утвержден Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 876). Представители малых предприятий отмечают, что нормы технического регламента существенно ужесточаются по сравнению с ранее действовавшими в КР и оцениваются ими как необоснованно жесткие, экономически невыгодные и выявляют ряд проблем швейным предприятиям Кыргызстана. [2]

1. Двойная сертификация. Новым ТР ТС существенно расширена область его применения посредством установления обязательных требований не только к готовым изделиям, но и к материалам. Двойная сертификация значительно увеличивает расходы производителей и представляется нецеле-

сообразной. Области применения ТР ТС необходимо привести в соответствие с Единым перечнем продукции, в отношении которой устанавливаются обязательные требования в рамках Таможенного союза, утвержденного решением Комиссии Таможенного союза от 28 января 2011 г. № 526.

2. Избыточно жесткая оценка соответствия продукции легкой промышленности. Следует отметить чрезмерное и необоснованное ужесточение форм и схем оценки (подтверждения) соответствия продукции легкой промышленности требованиям ТР ТС по сравнению с ранее действовавшим законодательством КР в сфере оценки (подтверждения) соответствия, а также с другими техническими регламентами Таможенного союза.

Также следует отметить, что гармонизированным законодательством Евросоюза не предусмотрены обязательные требования к продукции легкой промышленности, за исключением маркировки состава текстильных волокон на этикетке. При этом Директивой ЕС по общей безопасности продукции (2001/95/ЕС) предусматривается возможность добровольного декларирования соответствия продукции европейским стандартам с маркировкой ее знаком СЕ. Кроме того, согласно указанной Директиве ЕС, в случае отсутствия гармонизированного законодательства, а также европейских стандартов по отношению к продукции применяются требования национального законодательства государств - членов ЕС. Приходится констатировать, что при разработке и принятии ТР ТС не был учтен опыт ЕС в сфере технического регулирования продукции легкой промышленности.

3. Мелкие производители продукции швейного производства вынуждены будут свернуть бизнес. В количественных показателях пункт 4 ТР ТС не распространяется только на продукцию, изготовленную по индивидуальным заказам населения. В настоящее время в Кыргызстане имеется группа мелких производителей продукции швейного производства, производящих модную одежду мелкими партиями. Требования нового ТР ТС (сертификация двух и более изделий на продажу) делают их продукцию неконкурентноспособной по цене и фактически приводят к сворачиванию производства [4].

4. В Кыргызстане недостаточно органов сертификации и испытательных лабораторий. В нашей стране очень мало аккредитованных органов по сертификации и лабораторий, проводящих испытания товаров легкой промышленности, поэтому испытания проводят в России и других странах ТС. Из вышеизложенного следует, что ТР ТС «О безопасности продукции легкой промышленности» не создает условия для дальнейшего развития малого бизнеса в легкой промышленности, а, наоборот, препятствует процессам ее модернизации [2].

Несмотря на проблемы, есть и положительные моменты, влияющие на конкурентоспособность отечественной промышленности при вступлении Кыргызстана в Таможенный союз. Прежде всего следует отметить, что после присоединения Кыргызстана к Таможенному союзу в нашу страну могут поступать серьезные инвестиции, которые будут вложены именно в промышленность. Аргументация этого предположения заключается в следующем. Инвестиции должны прийти, поскольку в этом случае для инвесторов откроется не маленький рынок Кыргызстана, а все огромное пространство Таможенного союза без пошлин и барьеров. Как отдельная страна Кыргызстан большого интереса для инвестора не представляет. Страны-партнеры из дальнего зарубежья уже сейчас ожидают результата наших переговоров по присоединению к ТС. Так, например, китайским партнерам будет очень выгодно организовать производство многих товаров именно здесь, в Кыргызстане, и под уже известной маркой («Made in Kyrgyzstan») поставлять товары беспошлинно и без барьеров на весь рынок ТС, а в дальнейшем, на все пространство СНГ. Вероятность того, что предприниматели из Китая начнут открывать в Кыргызстане совместные предприятия для производства своих товаров, очень высока, поскольку реализация завозимой из КНР уже готовой продукции станет затруднительной [1].

Инвестиции должны прийти и из России, и из Казахстана. Крупные казахстанские бизнесмены уже сегодня заинтересованы в организации в Кыргызской Республике различных производств. Это связано с низкими ценами и хорошим качеством продукции, низкой стоимостью электроэнергии, дешевой рабочей силой, низкой арендной платой за помещения. Сейчас наша республика имеет шанс вновь запустить простаивающие фабрики и заводы, предложив их на разных условиях рос-

сийским компаниям, включая и совместные предприятия. Но это становится возможным лишь в случае членства в ТС и ЕЭП одновременно. Сейчас российские компании уже накопили довольно большой потенциал для расширения собственного бизнеса за пределы страны, создавая сети своих предприятий в соседних странах (создание дочерних предприятий, филиалов и прочих форм). Кыргызстану нужно воспользоваться этой возможностью для развития собственной промышленности и для повышения ее конкурентоспособности.

Таким образом, присоединение Кыргызстана к Таможенному союзу имеет ряд положительных и отрицательных факторов, влияющих на конкурентоспособность промышленности страны. Однако многие отрицательные факторы, которые приводят противники ТС, как выяснилось, в большей степени либо надуманы, либо могут быть компенсированы в результате проведения различных мероприятий. В целом же положительные факторы существенно преобладают и могут быть усилены при грамотном подходе к процессу управления. Углубление региональной интеграция Кыргызстана в рамках Таможенного союза и ЕЭП создаст ряд серьезных выгод, связанных с ростом прямых иностранных инвестиций, расширением беспошлинных рынков сбыта, внедрением прогрессивных современных технологий, расширением действующих отраслей промышленности и общим усилением конкурентоспособности промышленности, позволит обеспечить модернизацию экономики и ее дальнейшее развитие [3].

Библиографический список:

1. Информационный портал легкой промышленности КР [Текст] // <http://www.legprom.kg>.
2. Базовые проблемы развития легкой промышленности (материалы конференции «Легпром форум -2014.26 октября») [Текст] // Журнал «Русский репортер эксперт. Северо-запад» №45(686).
3. Перспективы развития промышленности Кыргызстана в условиях интеграции в Таможенный союз. Гусов А.З., Кайбылдаева Ч.З. [Текст] // Легпром .бизнес РФ.
4. Технический регламент (ТР) Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности» ТР ТС 017/2011 (утвержден Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 876).

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА В ЗАПАДНОЙ СИБИРИ

Червонных М.И.,

доцент РЭУ им. Г.В. Плеханова, докторант, ГНУ «Сибирский научно-исследовательский институт сельского хозяйства» СО Россельхозакадемия, г. Омск,

Модели повышения конкурентоспособности организационно производственных систем (ОПС) в производстве зерна предусматривают прежде всего ценность, которой обладает система и которая дает превосходство перед конкурентами.

К моделируемым стадиям конкурентоспособности в производстве зерна относятся: стадия факторов производства; инвестиции; нововведений; доходности. Эти стадии отражают разные явления и не могут стоять в одном ряду. Например: доходность в зернопроизводстве – цель или выход системы, инновации – инструмент или процесс в системе; а инвестиции и факторы производства – средства или вход системы.

Переход в зерновом производстве из 4-й стадии в 3-ю является исключением, результатом временного кризиса.

Стадии в производстве зерна характеризуются номером технологического уклада или структурой уклада. Например, производство зерна в США характеризуется преимущественно 5-м технологическим укладом – инновацией наукоёмких технологий, в Западной Сибири отдельные предприятия имеют параметры 3-5-го уклада.

Говоря о необходимости разработки научно-обоснованной зерновой политики, следует выделить стратегические направления, по которым требуется корректировка курса реформ.

Во-первых, одним из главных условий формирования эффективного конкурентного зернового производства является создание основы его расширенного воспроизводства, которое может быть обеспечено при сбалансированных межотраслевых отношениях. В настоящее время производство зерна характеризуется опережающим выбытием основных фондов, падением плодородия, уменьшением сельскохозяйственных угодий, ухудшением качества труда и его низкой оплатой, сокращением финансовых возможностей для обеспечения развития производства. Необходимо создавать возможности и условия для формирования высокомеханизированных посевных комплексов, требуется разработка методов и моделей реструктуризации зерновых сельскохозяйственных предприятий и критериев реформирования.

Во-вторых, необходимо дальнейшее развитие зернового рынка. Роль зернового рынка в экономике настолько велика, что не будет преувеличением считать его основой эффективного функционирования и укрепления всего продовольственного рынка страны. Проблемы зернового рынка связаны прежде всего с рисками спада производства из-за погодных условий, сокращением посевов зерновых культур. Кроме того, для развития животноводства и особенно свиноводства, птицеводства требуется значительное увеличение валовых сборов зерна, чего можно достичь на основе современных технологий и технического перевооружения зернового производства.

В-третьих, необходимо формирование новой институциональной структуры зернового производства, переработки зерна, развитие цивилизованных земельных отношений. Приоритетными направлениями здесь должны стать: обеспечение паритета цен на зерновую и промышленную продукцию; развитие государственных зерновых интервенций; создание финансово-кредитной системы для обслуживания зернового рынка; создание специальных фондов долгосрочного кредитования зернового производства; введение системы обязательного страхования посевов зерновых культур.

В-четвёртых, надо улучшать развитие кооперативных и интеграционных связей. Кооперация в сфере зернового производства и его обслуживания могла бы стать важным средством защиты экономических интересов селян. Однако численность зернопроизводящих кооперативов неуклонно сокращается, а потребительских растёт крайне медленно. Для развития кооперации в зерновом производстве необходимо принять государственные программы поддержки зернопроизводящих и потребительских кооперативов, оказания стартовой помощи кредитным и страховым объединениям.

Исходным моментом научного анализа проблем зернового производства является его сущностная характеристика, роль и место в макроэкономике и обществе. Приоритет производства зерна в экономике страны в настоящее время определяется следующими концептуальными моментами: незаменимостью зерна как каждодневного продукта требующегося населению; особой важностью зернопроизводства в финансовой системе государства; большой ролью зернового подкомплекса в увеличении рабочих мест в других отраслях экономики; функциональным значением зерновой отрасли не только как жизненно важной, но и как одной из системообразующих отраслей в экономическом и социальном аспектах. Именно недооценка зернового подкомплекса со стороны государства явилась основной причиной несовершенства аграрной экономической модели в России, отставания от развитых стран в аграрной эволюции и нерешенности продовольственной проблемы.

В 2005 году была разработана и опубликована «Стратегия социально-экономического развития АПК Сибири до 2020 года» Согласно данному документу, целевая направленность развития зернового производства Сибири заключается в обеспечении производства зерна в объёмах достаточных

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

для полноценного питания жителей региона по доступным ценам, улучшать сохранение окружающей среды, воспроизводство и улучшение земли, водных ресурсов растительного и животного мира. Стратегические направления устойчивого развития зернового производства Западной Сибири включает формирование перспективной территориально-зерновой структуры программы «Зерно Сибири». В концепции отмечается, что особенности природных, экономических и социальных условий предопределяют территориальное разделение труда, отраслевую структуру и специализацию сельского хозяйства Западной Сибири. Так, глобальное зерновое производство (твёрдые, мягкие пшеницы, рожь) как отрасль специализации размещено в Алтайском крае, Новосибирской и Омской областях. В утвержденной программе «Стратегии развития АПК Омской области до 2010 года» дан анализ наличия и использования зернового потенциала региона, определены стратегические цели и задачи развития зернового производства. В документе приведены прогноз и сценарий, выделены стратегические приоритеты, а также уделено значительное внимание механизмам и условиям реализации основных программных положений развития зернового производства. Программа – это комплекс мероприятий, согласованных по содержанию, финансовому обеспечению, исполнителям и срокам исполнения, направленных на решение вопросов развития АПК Омской области. Наибольшие расходы аграрного бюджета области связаны с финансированием целевой программы «Сохранение и повышение плодородия в Омской области до 2010 года», целью которой является повышение почвенного плодородия земель сельскохозяйственного назначения в Омской области, как важнейшего условия устойчивого производства зерна и кормов, а также поддержание в рабочем состоянии существующих мелиоративных систем.

При моделировании рискованных ситуаций в зерновом производстве конкуренцию следует рассматривать не в статике, а в динамике, как процесс управления своими конкурентными преимуществами, проявляющимися на любой стадии жизненного цикла любого объекта, а не только продукции. Так, конкуренция между зернопроизводителями по поводу возможности реализации своих конкурентных преимуществ может быть в качестве зерна, его цены, качества подработки и сушки зерна, затрат на его производство, качества управления различными процессами по стадиям производства и реализации, сопутствующих услуг предприятия и другие. Модели предусматривают то, что типичными причинами новаций, дающими конкурентные преимущества, являются новые технологии, новые запросы потребителей, появление нового сегмента, изменение стоимости компонентов зернового производства, изменение государственного регулирования.

Для современных условий производства зерна причинами разработки или покупки новшеств могут быть: ужесточение конкуренции; проявление закона возвышения потребностей человека; химизация производства; ужесточение экологической безопасности; ресурсосбережение. Цепочка ценностей предприятия при производстве зерна включает основную деятельность (производство зерна, обеспечение поставок, и т.д.) и вспомогательную деятельность (планирование, финансы, управление персоналом, снабжение и т.д.).

Первым этапом разработки модели повышения конкурентоспособности предприятия является анализ конкурентной среды в зерновой отрасли. В составе факторов конкурентной среды могут быть следующие: конкурентоспособность страны, отрасли региона; конкурентоспособность смежных отраслей; конкурентная среда зернового рынка; конкурентоспособность предприятия и его конкурентов; конкурентоспособность поставщиков; конкурентоспособность зерна на рынке; форма рынка; размер (объем) рынка; среднеотраслевая или удовлетворительная норма прибыли; стадия жизненного цикла рынка; доступ на рынок («высота барьеров»); качество правового обеспечения; сила конкуренции на рынках продавцов и покупателей; политика ценообразования; качество подготовки специалистов; качество государственного регулирования зернового рынка и другие.

Итоги моделирования позволяют определить детерминанты конкурентного преимущества в зернопроизводстве Западной Сибири. Это прежде всего: параметры спроса на региональном, внутреннем и внешнем рынках; параметры факторов производства и инфраструктуры; стратегия предприятий, их структура и соперничество на региональном рынке; родственные и поддерживающие отрасли и другие.

В целях повышения конкурентоспособности зернового производства в Западной Сибири следует улучшать (наращивать) конкурентные преимущества в следующих сферах: обработанность и эффективность рыночных механизмов (институты, условия и стимулы повышения конкурентоспособности и эффективности производства зерна).

В Западной Сибири в настоящее время действует не более 50% необходимых механизмов: инновационная активность в зернопроизводстве; обеспеченность собственными ресурсами; средняя зарплата работников зернового подкомплекса; природно-климатические условия; качество инфраструктуры; уровень риска в производстве зерна; криминогенность в отрасли и другие.

С позиции комплексного подхода при оценке конкурентных преимуществ в производстве зерна следует учитывать технические (технический уровень производства зерна), правовые (системность и обоснованность законодательных актов), рыночные (потенциал рынка, сила конкуренции, открытость и т.д.) научные (глубина анализа экономических законов закономерностей, широта и глубина применения научных подходов, современных методов), экономические (рентабельность, устойчивость, финансовые инструменты, обеспеченность ресурсами и т.д.), организационные (организация производства, труда и менеджмента, логистика, организация рыночной инфраструктуры и т.д.), психологические и другие аспекты обеспечения конкурентоспособности, а также их взаимодействия.

Библиографический список:

1. Гурнов И.П. Инновационное развитие и конкурентоспособность М.: ТЕИС, 2013.
2. Кошелев П.С. Зерновое производство Западной Сибири. Экономико-технические аспекты: монография/ Б.С. Кошелев, И.Ф. Храмцов – Омск: ИПЦ «Сфера», 2014. – 282 С.
3. Перский Ю.К. Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты М: ТЕИС, 2010.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентностью организации: Учебник. М.: ЭКСМО, 2009 – 544 с.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Шалин В.В.,

аспирант Воронежского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье рассмотрены задачи создания эффективной региональной товаропроводящей инфраструктуры с учетом направлений строительства индустриальных парков. Одним из перспективных направлений строительства индустриальных парков является создание логистических индустриальных парков. Автор предлагает методические подходы к решению актуальной проблемы проектирования и строительства логистических индустриальных парков.

The article deals with the task of creating an effective regional infrastructure commodity based areas of construction of industrial parks. One of the promising areas of the construction of industrial parks is to provide logistics industrial parks. The author suggests methodical approaches to solving the urgent problem of the design and construction of logistics industrial parks.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

За 2014 - 2015 гг. произошли существенные изменения в структуре материальных потоков, протекающих по территории нашей страны. Можно отметить некоторые моменты в изменении структуры выходных (экспортных) и входящих (импортных) материальных потоках, с точки зрения макроэкономических процессов. И отметить некоторые положительные тенденции. Так, наряду с преобладанием углеводородов значительную роль в российском экспорте стали играть металлы и изделия из них. В январе-феврале 2015 г. объем экспорта по данной группе товаров составил 9,7%, при 7,0% в 2014 году. По указанным группам товаров увеличились как стоимостные, так и физические объемы экспорта (стоимостные на 7,1%, физические на 14,1%). В составе экспорта металлов наблюдался рост доли черных металлов на 10,7% (чугун на 9,0%) на фоне сокращения физических объемов экспорта ферросплавов и проката из железа и стали (соответственно на 12,6% и 10,5%). Экспорт химической промышленности в первые месяцы 2015 в стоимостном выражении снизился на 6,2%, в то время как физический объем поставок вырос на 6,5%. Данная тенденция характерна для различных групп экспортируемых товаров из России и связана в первую очередь с ослаблением национальной валюты. При этом доля химической продукции в общем объеме экспорта товаров возросла на 1,0% и составила 5,8%. Наибольший рост экспорта среди товаров химической промышленности отметим по товарам неорганической химии (на 21,9%), удобрений (на 9,7%), пластмасс (на 21,4%), а также каучука и резиновых изделий (на 4,9%). Объемы экспорта лесоматериалов и целлюлозно-бумажной продукции в начале 2015 г. менялись следующим образом: стоимостной объем снижен на 11,2%, физический объем экспорта вырос на 16,7%, физический объем необработанных лесоматериалов снизился на 12,0%. Доля экспорта данной группы товаров в общем объеме исходящего товаропотока составляет 2,4% (при 2,1% в 2014 г.) [10].

В январе 2015 года входящий товаропоток в Россию составил 26 млрд дол. США, что ниже аналогичного показателя 2014 года на 38,2%.

Рассмотрим более подробно структуру товаропотока импорта из стран дальнего зарубежья. Наибольший удельный вес в структуре импорта занимает группа товаров машин и оборудования. При этом стоимостной объем данной группы товаров в январе-феврале 2015 года снизился относительно аналогичного периода 2014 года в стоимостном выражении на 38,6%. В том числе снижение закупки средств наземного транспорта составило 58,1%, электрического оборудования – 37,8%, механического оборудования – 29,1%, оптических инструментов и аппаратов – 25,9%. Физические объемы ввоза легковых автомобилей сократились на 44,9%, грузовых – на 65,0%. Доля машин и оборудования в общей структуре импорта из стран дальнего зарубежья составляет 46,9% (в 2014 году – 48,4%) [10].

Изменение географии и структуры объемов перевозок в 2015 и прогноз их роста на 2016 и последующие годы актуализировало проблему совершенствования схем ритейла, что нашло отражение в стратегических документах развития логистики и транспорта в РФ [4,8].

Исторически сложившиеся в нашей стране схемы размещения логистической инфраструктуры имеют определенную специфику.

Во-первых, эти схемы ориентированы на крупнейший существующий центр дистрибуции - Московский регион.

Во-вторых ориентация на федеральные торговые сети. Опыт дистрибуции, основанной на централизации в г. Москве, ориентируется на продвижение через федеральные торговые сети.

В-третьих удаленность центра продаж от крупных региональных рынков (от 500 до 1500 км) и недостаточная организация работы с региональной сетью.

В-четвертых разница часовых зон. Разница в поясном времени создает ситуацию, когда в течение обычного рабочего дня не всегда может быть обеспечен контакт производителя или дистрибьютора с представителем дилера или оптового покупателя.

В-пятых - высокая стоимость ресурсов (производство, склады, транспорт, персонал) [7,9].

Все это накладывает определенные ограничения на развитие логистического сегмента бизнеса, в связи, с чем актуализировалась проблема развития логистической инфраструктуры в регионах.

Например, состояние складской инфраструктуры Воронежской области характеризуется дефицитом высокомеханизированных складов и терминалов, а также специализированных складов с сопутствующим комплексом сервисных услуг, которые были бы способны работать в режиме таможенных складов и многофункциональных складских комплексов при наличии большого числа складских площадей среднего уровня [3].

Спрос на высококлассные склады определяют представленные на рынке Воронежской области федеральные торговые сетевые компании (X5 Retail Group, Leroy Merlin, Castorama, Media Markt и др.), которые привлекают большие складские площади в качестве региональных распределительных центров и формируют спрос на высококачественные логистические услуги. Кроме того, крупные федеральные торговые сети (например, ООО «Тандер») инвестируют в строительство собственных логистических центров, обеспечивая тем самым развитие современной складской инфраструктуры региона.

В настоящее время в Воронежской области осуществляется ряд инвестиционных проектов по модернизации транспортной и складской инфраструктуры области с привлечением федерального финансирования и средств частных инвесторов. Однако процесс реализации механизма государственно-частного партнерства и интенсивность инвестирования бюджетных и собственных средств инвесторов остается крайне сложным ввиду больших объемов затрат и длительности периода окупаемости финансирования объектов инфраструктуры. При этом особую актуальность приобретает комплексность логистических услуг. Комплексные логистические услуги на сегодня в регионе предоставляют международные логистические компании («DHL», «Shenker»), федеральные («Байкал-Сервис», «Первая Экспедиционная компания», «Грузовозофф»), а также предприятия региона, в числе которых такие операторы, как «ВТК ЛОГИСТИК», «Inter Logistics Group», «Direct Logistic» и пр. [3].

Развитие региональной логистической инфраструктуры неразрывно связано с общей проблемой реиндустриализации экономики и в первую очередь с ее регионального сегмента. Естественным продолжением регионального индустриального строительства и эффективным средством формирования малого и среднего бизнеса являются индустриальные парковые проекты [1,2].

В настоящее время остается актуальной потребность в современных индустриальных парках, где компании могли бы размещать производство, исходя из всего комплекса своих потребностей, включая задел для развития. Речь идет именно о формате классического индустриального парка как специализированного объекта доходной недвижимости с инженерно-подготовленными земельными участками под производственные площади с разветвленной инфраструктурой - логистикой, сервисом и т.д. Эти проекты также позволяют отработать технологию взаимодействия бизнес-сообщества, предприятий малого и среднего бизнеса [6].

Исследования функционирования современных логистических центров, оказывающих услуги по складированию, транспортированию и выполнению ряда складских операций с большой добавленной стоимостью, позволяют сделать вывод о том, что при условии выполнения классификационных требований подобные логистические структуры можно отнести к индустриальным паркам, и тогда, можно говорить о новой их разновидности - логистических индустриальных парках (ЛИП) [5].

Мировой и отечественный опыт подтверждает гипотезу о том, что логистические индустриальные парки имеют хорошие перспективы. При соблюдении сложившейся динамики роста товарооборота между государствами, в первую очередь евроазиатского союза, между субъектами российской федерации, в первую очередь касательно транзитных ее регионов, находящихся на пересечении международных транспортных коридоров, дальнейшее развитие логистики будет происходить на базе логистических индустриальных парков, имеющих неоспоримые преимущества перед другими элементами региональной товаропроводящей системы.

Библиографический список:

1. Макаров Е.И. О некоторых аспектах проблемы создания регионального логистического индустриального парка/ Е.И. Макаров, В.В. Шалин / Логистика, 2015 г., № 11, с. 34-37.

СЕКЦИЯ № 2. ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

2. Макаров Е.И., Принципы оптимизации логистических бизнес-процессов в интегрированных структурах оборонно-промышленного комплекса// А.И. Хорев, Е.И. Макаров, В.В. Дудчак/ Финансы Экономика Стратегия, № 6, 2015 г., с. 28-31.
3. Нестеров С.Ю. Управление и организация грузоперевозок автотранспортным логистическим предприятием. – Режим доступа: http://fictionbook.ru/author/s_yu_nesterov/upravlenie_i_organizaciya_gruzoperevozok/read_online.html?page=2. (28.04.2015).
4. Транспортная Стратегия Российской Федерации на период до 2020 года. – Режим доступа: http://www.mintrans.ru/upload/iblock/f0d/trans_strat_08_12_2004.pdf, с.6 (28.04.2015).
5. Шалин В.В. К вопросу о роли логистического обеспечения инфраструктуры технопарков / Сборник материалов II Международной научно-практической конференции Инновационные технологии в системе высшего образования. Махачкала, 2014, с. 173-175.
6. Электронный ресурс: Стандарт индустриального парка. Режим доступа: <http://www.indparks.ru/> (28.04.2015).
7. Электронный ресурс: Логистические возможности – Режим доступа: <http://inmash.org/logistics> (28.04.2015).
8. Электронный ресурс: Распоряжение Президента РФ 11 января 2012 г. № Пр-83. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/12/14/issledovaniya-site-dok.html> (28.04.2015).
9. Ярославцева Ю. И. Формирование транспортно-логистической системы региона, находящегося на пересечении международных транспортных коридоров: Дис. канд. экон. наук. – Воронеж, 2011.
10. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.customs.ru/index2.php?Itemid=1981&id=20794&option=com_content&view=article (12.01.2016).
11. Авдейчикова Е.В., Метелев С.Е. Формирование логистической инфраструктуры Омского региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2009. – №2 (52). С. 5-10.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

Алимханова Р.К.,

ст. преподаватель Инновационного Евразийского университета г. Павлодар, Казахстан

В статье рассмотрены основные направления оптимизации системы управления природопользованием Республики Казахстан, проведен анализ действующей в Казахстане системы платежей за загрязнение окружающей природной среды. Целью исследования является разработка научно-методического обеспечения экономического механизма управления природопользованием, обусловленного чрезвычайной сложностью процессов его реформирования и модернизации, происходящих в связи с глобальным экологическим кризисом планеты. В результате проведенного научного исследования предлагается модель экономического механизма природопользования с использованием методов позитивного стимулирования.

Ключевые слова: управление природопользованием, экономический механизм, природные ресурсы.

The article describes the main directions of the system optimization of environmental management of the Republic of Kazakhstan, it has been performed the analysis of Kazakhstan operating payments system for environment pollution. The aim of the study is to develop a methodological support of the economic mechanism of environmental management, caused by the baffling complexity of the processes of its reform and modernization occurring due to the global environmental crisis of the planet. As a result of scientific research, it has been proposed a model of economic mechanism of natural management using methods of positive stimulation.

Keywords: environmental management, economic mechanism, natural resources.

Введение. Охрана окружающей среды и рациональное использование ее ресурсов в условиях бурного роста промышленного производства стала одной из актуальнейших проблем современности. Результаты воздействия человека на природу необходимо рассматривать не только в свете развития технического прогресса и роста населения, но и в зависимости от социальных условий, в которых они проявляются. Отношение к природной среде является мерой социальных и технических достижений человеческого общества, характеристикой уровня цивилизации.

В современных условиях основной целью природоохранной деятельности является не только сохранение нормального экологического состояния экосистем, рациональное природопользование, обеспечивающее восстановление потенциала природы, но и природообустройство как активное воздействие человеческого сообщества на природу и предотвращение негативных воздействий.

До настоящего времени экологическая политика заключалась в основном в учете ущерба и ликвидации последствий. В настоящее время происходит замена традиционного подхода на политику предотвращения ущерба окружающей среде. Это обусловило рост роли экономических рычагов управления природоохранной деятельностью. Вместе с тем наблюдается тенденция уменьшения вмешательства государства в экономику природопользования и природообустройства [1].

Оптимизация – это процесс выбора лучшего варианта из возможных и приведения системы в наилучшее состояние. Ключевыми элементами теории оптимизации являются эффективность и оптимальность. На наш взгляд, можно утверждать, что концепция оптимизации управления загрязнением окружающей среды базируется на рациональном выборе хозяйствующими субъектами ресурсов, техники и технологии для производства продукции, исходя из предельных величин с учетом обеспечения экологического равновесия.

Методика. Методологическую основу работы составили общенаучные методы теоретического исследования (анализ, синтез, интерпретация, сравнение, классификация, индукция, дедукция, обобщение, моделирование и др.), эмпирические методы (наблюдение, анкетирование, изучение документации), а также статистические методы (количественный и качественный анализ опытно-экспериментальных данных). Достоверность и обоснованность полученных результатов обеспечивалась применением комплекса методов, соответствующих предмету исследования и поставленным задачам.

Теоретической основой исследования послужили труды ученых в области охраны окружающей среды, экологии и экономики природопользования.

Дискуссия. В условиях рыночной экономики, если не создать механизм экономического стимулирования охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, который отражал бы ущерб от загрязнения окружающей среды в деятельности предприятий, будет продолжаться разрушение окружающей природной среды. Следовательно, налоги и платежи за загрязнение окружающей среды должны постепенно повышаться при одновременном снижении других видов налогов.

Большое значение имеет предоставление предприятиям режима ускоренной амортизации природоохранных объектов и сооружений, очистного оборудования и другой экотехники. Введение ускоренной амортизации в зарубежных странах способствовало накоплению капитала для обновления морально устаревшей техники и переходу на оборудование, не оказывающее на окружающую среду существенного отрицательного воздействия. Так, на очистное оборудование в Канаде предусмотрен двухлетний срок амортизации, во Франции – 50% очистного оборудования амортизируется за один год.

Другим экономическим стимулом природоохранной деятельности является снижение негативного давления на окружающую среду. Данный метод применяется в таких странах, как Германия, Япония, США, переработка отходов отдельной высокотехнологичной отраслью. В этих странах предприятия, деятельность которых сопровождается получением отходов производства, платят другой организации за их переработку. При этом результат переработки является собственностью перерабатывающей организации. В нашей стране этой проблемой только стали заниматься.

Эффективным направлением стабилизации экологической обстановки является развитие и поддержка экологического предпринимательства, основой которого должен стать специальный финансово-экономический механизм, учитывающий особенности экологического бизнеса. В него должны войти банк экологического развития, независимая экологическая экспертиза, компании по страхованию экологического риска, общественные объединения, ориентированные на экономическую проблематику природоохранной деятельности, рынок экономических услуг. Законодательство развитых стран по охране окружающей среды осуществляет фактический контроль предприятий. Предприниматель декларирует экологические параметры своего предприятия. Фактически необходима перестройка экологической политики как на уровне государства, так и на уровне отдельных предприятий.

Наиболее перспективным методом управления природоохранной деятельностью является экологический менеджмент. Роль экологического менеджмента заключается в грамотном выборе и принятии природоохранных решений. Сущность экологического менеджмента состоит в сглаживании противоречий между экономикой и экологией, совмещении природоохранных мероприятий с изменением выпускаемой продукции, процессов производства и управления [2]. Эффективность этого направления полностью проявится лишь в случае знания менеджером-экологом проектно-сметной документации и отчетности организации, фактического состояния природоохранного оборудования, планов экологической безопасности и отчетов по природоохранным мероприятиям. В то же время стандарт ИСО 14001 требует вовлечения не только работников, непосредственно отвечающих за охрану окружающей среды. В работе системы менеджмента окружающей среды должны участвовать сотрудники из всех

подразделений и служб предприятия, также должны быть определены не только характер взаимодействия подразделения охраны окружающей среды, но и функции каждого подразделения предприятия в системе менеджмента окружающей среды.

Реализация такой экологической стратегии неизбежно приведет к реорганизации существующей организационной структуры предприятия. Должна выделиться в самостоятельное подразделение экологическая служба предприятия, которая будет решать весь цикл экологических вопросов управления. С этой целью нами предлагается следующая четырехэтапная схема экологического менеджмента, включающая в себя управление реализацией экологических проектов, управление использованием природоохранного оборудованием, управление совершенствованием использования природоохранного оборудованием, управление планированием экологических мероприятий.

Отличие этой схемы от традиционной состоит в том, что большинством отечественных предприятий фактически учитывается только второй этап, а на отдельных крупных предприятиях – второй и третий этапы экологического менеджмента.

Первоочередными мерами для совершенствования экономических методов управления природоохранной деятельностью являются:

1. Развитие и поддержка экологического предпринимательства, прежде всего сочетающего экологические затраты предпринимателя с государственными субсидиями и инвестициями, использование программы «бизнес-парков».

2. Совершенствование экологического менеджмента. По нашему мнению, целесообразно разработать рекомендации по правовому обеспечению деятельности менеджеров-экологов, поскольку внедрение экологического менеджмента в природоохранную деятельность на уровне предприятий невозможно без включения в штат предприятия менеджера-эколога.

3. Разработка механизма экономического стимулирования рационального использования природных ресурсов с учетом особенностей экологического бизнеса. В настоящее время финансовый механизм в экономике малых предприятий практически исключает учет возможностей экологического бизнеса в увеличении экономического потенциала этих предприятий. Требуется разработка эколого-экономических составляющих этого механизма.

4. Увеличение размеров штрафных санкций за экологические правонарушения до существенных размеров, влияющих на экономические результаты деятельности предпринимателей.

5. Законодательное введение штрафов за экологические правонарушения в виде процентов от чистой прибыли предприятий или увеличения до 10 раз от величины существующих штрафов. В связи с этим большое значение имеет декларация экологических параметров предприятия [3].

В настоящее время экономический механизм в Казахстане реализуется посредством системы экологических платежей, включающих в себя природо-ресурсные платежи, плату за пользование природными ресурсами, а также плату за негативное воздействие на окружающую природную среду.

При всей значимости каждого из элементов экономического механизма в настоящее время его существование и действенность во многом связаны с системой платы за негативное воздействие на окружающую среду.

В процессе взимания платежей должны реализовываться функции: стимулирования рационального природопользования, аккумулирования денежных средств, а также контроля за соответствием содержания выбросов уровням предельно-допустимых выбросов/сбросов (ПДВ/ПДС) и предельно-допустимых концентраций (ПДК).

Результаты. Анализ действующей в Казахстане системы платежей за загрязнение окружающей природной среды позволяет сделать следующие выводы.

– заложенные вначале эффективные природоохранные принципы к настоящему моменту выхолащены и сведены практически к нулю;

– из-за низкого уровня базовых нормативов стимулирующая функция платежей не реализуется полностью. По этой же причине, а также в результате консолидации средств от платежей в бюджеты различных уровней в качестве нецелевых поступлений не реализуется и аккумулирующая функция платежей.

Совершенствование технологических процессов часто сопровождается дополнительными капитальными вложениями, что повышает сумму амортизационных отчислений, затрат на обслуживание и ремонт, увеличивает себестоимость продукции в целом. Это вызывает необходимость обоснования эффективности затрат. Возможны различные подходы к сбору, представлению и анализу экономических показателей, характеризующих эффективность функционирования системы управления затратами на природопользование.

1. Подход, определяемый прямыми затратами на обеспечение качества окружающей природной среды. К прямым относятся затраты, связанные с обеспечением функционирования технологий «конца трубы». В современных условиях у руководителей предприятий закрепилось мнение, что уровень природоохранных затрат прямо пропорционален эффективности природопользования и охраны окружающей среды. Поэтому в отчетах предприятий по охране окружающей среды часто фигурируют указанные затраты.

2. Подход, определяемый затратами на процесс управления качеством окружающей природной среды, т.е. на обеспечение соответствия системы экологического менеджмента соответствующим украинским, европейским и международным стандартам. Данным подходом пользуются предприятия, которые имеют либо стремятся получить сертификат соответствия систем экологического управления, стандартизированным в странах ЕЭС. К ним, в основном, относятся крупные производители, поставляющие свою продукцию на международные рынки.

Оба подхода являются затратными. Они не прослеживают связь с эффективностью природоохранной деятельности и не отражают экономических результатов, которые эта деятельность приносит. Поэтому предлагается третий подход, определяемый относительными показателями эффективности использования природных ресурсов. Критерием оптимизации эколого-экономической деятельности предприятий являются ущербо- и отходоёмкость.

Оптимальным уровнем качества природопользования представляется такой, при котором коэффициенты экологичности будут соответствовать предельно необходимым экологическим затратам.

Совершенствование управления природопользованием включает:

- стимулирование проведения организационно-технических мероприятий;
- усиление ответственности за снижение качества охраны окружающей среды и природопользования;
- совершенствование системы стимулирования персонала.

Для совершенствования экономического механизма управления природопользованием с целью стимулирования проведения организационно-технических мероприятий необходимо выделить три основные задачи:

1. Увязать критерии взимания платы за загрязнение с технологическими и экономическими параметрами производства;
2. Снижать платежи за причиненный ущерб в пользу издержек на его предотвращение;
3. Активизировать инновационную деятельность на предприятии в целях повышения его технологического потенциала, снижения ресурсо-ущербоемкости производства.

Установив нормативные удельные загрязнения для разных отраслей народного хозяйства, можно стимулировать предприятия к внедрению безотходных технологий через систему экономических инструментов природоохранной деятельности [4].

При сверхнормативных удельных загрязнениях источником платежа за всю абсолютную величину нанесенного ущерба должна стать прибыль предприятия, остающаяся в распоряжении последнего после расчетов с бюджетом, банками и т.д. (реализуется принцип «загряз-

нитель – платит»). Если фактические удельные загрязнения предприятия оказываются ниже нормативных, сумма платежей за загрязнение должна относиться на издержки производства (себестоимость). Здесь принцип «загрязнитель – платит» фактически будет трансформироваться в принцип «платит жертва».

Однако в первом случае предприятию может не хватить средств для расчета по платежам. Тогда, чтобы не доводить дело до ликвидации предприятия, его можно освободить полностью или частично от уплаты «зеленых» платежей. Введение такой льготы для природопользователя должно носить временный характер и зависеть от уровня рентабельности и направления экологической политики предприятия (уровня затрат на природоохранные цели). Последние факторы могут быть определенным образом нормированы органами экологического контроля.

Применение подобного механизма снизит для многих природопользователей размер уплачиваемых штрафов за загрязнение. Если предприятие и дальше не желает платить экологические штрафы из прибыли, то его дальнейшее развитие будет неприемлемо без совершенствования технологического потенциала. Превентивное совершенствование производственных процессов и снижение наносимых экологических ущербов позволит начать процесс увеличения ставок экологических платежей до уровня развитых стран.

Основными недостатками предлагаемой системы взимания платежей являются, на наш взгляд, следующие:

- в настоящее время нет адекватной стоимостной оценки ущерба, причиняемого окружающей природной среде в процессе производства, поэтому показатели удельных загрязнений оказываются заведомо заниженными;

- существует сложность в определении точного значения нормативных удельных загрязнений и необходимость их постоянной корректировки в соответствии с уровнями НТП и инфляции.

Недостатки, как видим, существенные, но данный метод имеет и свои значительные преимущества:

- усиление стимулирования природоохранных инноваций и снижения техногенной нагрузки на окружающую среду;

- усиление гибкости механизма экологического управления в целом, обеспечение условий для самостоятельного определения предприятиями стратегии природоохранной деятельности;

- высокая эффективность с точки зрения экономии экологических затрат;

- сохранение дефицитных экологических ресурсов для будущих поколений;

- обеспечение природоохранной деятельности необходимыми источниками финансирования.

Достоинства предложенного метода гораздо внушительнее указанных недостатков, что позволяет говорить о целесообразности его применения. Новая система взимания платежей будет щадящей для предприятий, которые, используя новейшие технику и технологии, планомерно и постоянно снижают показатель удельных загрязнений. Наоборот, жесткие меры для предприятий с природо-эксплуатирующими и эколого-опасными видами деятельности подтолкнут их руководство к проведению соответствующих превентивных природоохранных мероприятий [5].

В этом смысле значение предлагаемого экономического механизма государственного регулирования природоохранными затратами на предприятиях трудно переоценить. Как можно видеть из представленной модели, для осуществления негативного стимулирования посредством реализации административного ресурса государству необходимо выделять дополнительные финансовые средства.

Учитывая то, что в настоящее время платежи имеют преимущественно нецелевой характер, то точно определить направления их использования весьма затруднительно. В этой связи предлагается модель экономического механизма природопользования с использованием методов позитивного стимулирования.

В данной модели определяющим условием является целевой характер использования экологических платежей, которые будут аккумулироваться во внебюджетные экологические фонды, из которых в последующем должно осуществляться дополнительное финансирование природоохранной деятельности и стимулирование рационального природопользования. Преимущество данной схемы заключается в том, что здесь реализуется толкающий механизм, когда как в первом случае с применением административных рычагов – тянущий.

Заключение. Действенным инструментом для стимулирования внедрения наилучших существующих технологий в производстве может быть применение методов ускоренной амортизации при одновременном предоставлении льгот по налогу на имущество. Дополнительным стимулом может стать доленое с бюджетным инвестирование, а также льготное кредитование и субсидирование предприятий и организаций, осуществляющих природоохранную деятельность. Для выполнения стимулирования финансовыми источниками могут служить разного рода экологические фонды, которые будут аккумулировать поступление экологических платежей.

Одним из принципов природоохранной политики является разработка и внедрение экономического механизма, способствующего процессам оптимизации использования природных ресурсов и минимизации отрицательного воздействия на окружающую среду, с тем чтобы обеспечить необходимый оптимальный баланс между процессами удовлетворения потребностей общества и сохранения природно-ресурсного потенциала как важнейшего условия устойчивого экономического развития общества.

Экономический механизм достижения экологической стабильности выражается через экологизацию производства, государственное регулирование и управление природопользованием, целенаправленное планирование природопользования. Традиционная ориентация производства на потребление привела к вовлечению в оборот большого объема природных ресурсов без учета требований, диктуемых законами развития природы. Производственные процессы, вовлекая в свой оборот природные ресурсы, не утилизируют их полностью и возвращают в окружающую среду в виде отходов, вызывая неблагоприятные экологические последствия.

Концепция оптимизации использования природных ресурсов должна основываться на рациональном выборе хозяйствующими субъектами ресурсов для производства продукции, исходя из предельных величин с учетом обеспечения экологического равновесия. Решение экологических проблем должно стать прерогативой государства, создающего правовую и нормативную базу природопользования [6].

Библиографический список:

1. Ашхотов А.М. Основные направления государственного регулирования развития территориальных рекреационных комплексов. Сборник материалов Международной научно-технической конференции – Волгоград, 2005. – С. 11-12.
2. Диксон Д, Скура Л. Экономический анализ воздействий на окружающую среду. – М., 2000. – 270 с.
3. Панин М. С. Экология Казахстана : учеб. для вузов / Михаил Семенович Панин; МОН РК, СГПИ. – Семей : СГПИ (Семип. Гос. Пед. ин-т), 2005. – 548 с.
4. Тонкопий М.С. Практикум по экономике природопользования. Алматы: Экономика, 2001. – 209 с.
5. Тонкопий М.С. Экология и экономика природопользования. – Алматы, Экономик'с, 2004. – 583 с.
6. Хусанов Т., Бездородов А., Безбородов Ю. Основы экологического менеджмента // Международный журнал «Проблемы Теории и Практики Управления». – № 5. – 1998. – С. 5-7.
7. Метелев С.Е., Зинченко А.Г. Экологическая безопасность региона как основа его устойчивого развития. На примере юга Западной Сибири . Закон и право. – 2006. – № 2. С.15-19.

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ СВЯЗИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ИХ ИЗМЕНЕНИЯ В СВЯЗИ СО ВСТУПЛЕНИЕМ РЕСПУБЛИКИ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Алымсеитова Б.К.,

преподаватель, Кыргызский Экономический Университет им. М. Рыскулбекова

В статье рассмотрены особенности развития внешнеторговых связей Кыргызской Республики до и после вступления страны в ВТО.

The article describes the features of the development of foreign trade relations of the Kyrgyz Republic before and after the country's accession to the WTO.

После провозглашения независимости Кыргызская Республика, как и все пятнадцать новых независимых государств на экономическом пространстве бывшего Советского Союза, пережила резкий спад производства и торговли, первопричиной которого стал разрыв экономических связей стран бывшего Союза, реформы, проводимые вновь образованными независимыми государствами, неэффективная платежная политика. Обострению проблемы послужила глубокая экономическая взаимозависимость новых государств, корни которой уходят в централизованную государственную систему планирования. Спад производства изменил и структуру экономики, повысилась значимость внешней торговли. В период 1992–1994 годы Кыргызстаном были заключены двусторонние соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве с государствами вновь образованного Содружества Независимых Государств (СНГ), в которых оговаривались условия поставки товаров, включая номенклатуру и количество. Данные соглашения, в основном, выполнялись посредством национальных государственных заказов. Официальному вступлению Кыргызской Республики в ВТО предшествовало присоединение к Таможенному союзу (с 2001 года ЕврАзЭС) между Россией, Казахстаном и Беларусью.¹ В соответствии со статьей XXIV ГАТТ, Таможенный союз (ТС) предполагает замену нескольких таможенных территорий одной, при полной отмене таможенных пошлин внутри ТС и создание единого внешнего таможенного тарифа. Очень медленно двигалась работа по гармонизации тарифов и законодательства, влияющего на внешнюю торговлю. Тарифы, применявшиеся странами Таможенного союза, различались. В частности, Республика Казахстан 1 августа 1998 года приняла новые тарифные ставки, снизив свой действовавший средневзвешенный тариф на импорт с 12 до 9 %. В это время средневзвешенный тариф на импорт Кыргызской Республики составлял примерно 8,5 %, значительно отличаясь от тарифа, применявшегося в России (примерно 14%). Сложности процесса гармонизации тарифов были связаны, скорее всего, с неэффективной работой регулирующих институтов, которые занимались разработкой, координированием, контролем деятельности сфер внешней торговли и производства. Все принятые соглашения не могли поддержать уровень межгосударственной торговли, поскольку принципиальный недостаток государственных торговых соглашений состоял в том, что они узаконивали регулируемую торговлю и сдерживали развитие рыночных сил. Не оправдались надежды на то, что, вступив в многочисленные экономические союзы, удастся создать более льготные торговые отношения для стран-участниц союзов. Во многом, на наш взгляд, это объяснялось тем, что в обозначенный период все бывшие союзные го-

¹ Экономика Кыргызской Республики: Учеб. пособие. – Бишкек: Изд-во КТУ, 2003. – 487 с.

сударства переживали период экономического спада, в условиях которого любые интеграционные действия объективно не могут иметь ни политического, ни экономического результата.

Удельный вес внешнеторгового оборота Кыргызстана со странами Содружества в стоимостном выражении рос, однако показатель удельного веса этого оборота, не имея устойчивой тенденции, с 2007 года стал сокращаться. Переломным в отношении со странами Содружества стал 2007 год: переориентация внешней торговли республики на дальнее зарубежье стало очевидной, удельный вес оборота с которыми в 2008 году превысил 50%. Однако импорт из стран Содружества по-прежнему превалировал над импортом из других государств.² Поиск внешних факторов, способных позитивно воздействовать на внутренний производственный процесс, а также стремление заявить о себе как о новом независимом государстве содействовали принятию решения о вступлении Кыргызской Республики во Всемирную торговую организацию (ВТО). Несмотря на все позитивные последствия членства в этой организации, на наш взгляд, при развитии внешнеэкономических связей в рамках ВТО, Кыргызстан, равно как и другие государства, стремящиеся занять достойное место в мировом хозяйстве, должны учитывать следующие аспекты. Теоретически Всемирная торговая организация является правопреемницей Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГААТ) и призвана способствовать активизации международной торговли посредством ослабления препятствий, возникающих при перемещении товаров и услуг, а также факторов производства через государственные границы. Таким образом, нормы этой международной организации предполагают максимальное сокращение государственного вмешательства в развитие национальной экономики, способствующее практически беспрепятственному проникновению на внутренние рынки иностранных товаров. Очевидным представляется тот факт, что все преимущества от деятельности ВТО приходятся на долю наиболее развитых стран, которые посредством использования норм и принципов этой торговой организации укрепляют собственные позиции на мировом рынке и усиливают зависимость остальных стран. В этом плане практическая деятельность ВТО принципиально отличается от теоретической: вся нормативная база международной организации поставлена на службу ограниченному кругу участников мировой торговли – транснациональных корпораций. В связи с этим, несмотря на то, что ВТО включает порядка 150 стран мира, воздействовать на решения этой 127 организации могут только крупнейшие ее участники: США, Япония, Канада и страны – члены ЕС. Весь современный механизм функционирования ВТО способствует закреплению сложившейся тенденции международного разделения труда, при которой, как уже отмечалось, развитые страны не имеют конкурентов в производстве высокотехнологической наукоемкой продукции, обеспечивающей прогрессивное развитие экономик. Одновременно за другими странами сохраняется роль поставщиков сырья. В таких условиях практически невыполнимой становится задача формирования и развития прогрессивных внешнеэкономических связей в странах с переходной экономикой, имеющих для этого все условия. В этих странах, как и в развивающихся, закрепляется монопродуктовая структура национальных экономик, что вынуждает их концентрировать все наличные инвестиционные ресурсы для поддержания сырьевого экспорта. Таким образом, внешний контроль над соответствующими экспортными поставками товаров дополняется опять таки внешним финансовым контролем, управлением извне долгами, как отдельных хозяйствующих субъектов, так и всего государства. В этих условиях достаточно очевидно выстраивается система, обеспечивающая прочную зависимость экономической «периферии» от «центра». В современных условиях страны, принимающие решение о вступлении в ВТО, ясно представляют, что тезис о равноправии стран-членов этой организации на практике вообще не осуществим. В данном случае имеет место очередное расхождение между теоретическими основами ВТО и ее практическим функционированием. Во многом это объясняется тем, что членство в ВТО объективно приносит дополнительные преимущества только странам, экспортирующим готовую продукцию с глубокой степенью обработки и импортирующим сырье. Действие режима наибольшего благоприятствования этим страны обеспечивает новые рын-

² Идинов В. Современная экономическая система в СНГ // Вопросы экономики, 2002. – № 12. – С. 80–91.

ки сбыта и доступ к дешевым природным ресурсам. Как известно, согласно одного из фундаментальных принципов ВТО всем участникам внешнеэкономических связей должны быть предоставлены национальный режим и режим наибольшего благоприятствования.

На практике механизм принятия решений, сложившийся в последние годы в ВТО, позволяет экономическим державам уклоняться от выполнения этого принципа. Так, национальное законодательство США, наиболее ярких приверженцев либерализации внешней торговли, до настоящего времени не приведены в соответствие с нормами этой международной организации.

Таким образом, можно отметить, что принцип свободной торговли, провозглашенный ВТО, означает экспансию и протекционизм ведущих экономически развитых стран, а также обеспечение беспрепятственного доступа на внутренние рынки других национальных экономик. Несмотря на имеющиеся явные расхождения теоретических положений ВТО и их практической реализацией ведущими странами мира, членство в этой организации обеспечивает странам-участницам дополнительные возможности для развития национальных экономик. Вступление Кыргызстана в ВТО предполагало установление стабильного предсказуемого тарифного режима, что дало бы Кыргызстану конкурентное преимущество над другими членами Таможенного союза [2]. Кроме этого, существовало множество политических и экономических аспектов вступления Кыргызстана в состав ВТО. В качестве основных политических аспектов вступления республики в ВТО могут быть отнесены такие, как защита и поддержка со стороны экономически более развитых стран в области торговли. Двусторонняя торговля обычно ведется при условии, если это выгодно зарубежному партнеру. Во всех других случаях существует риск дискриминации при продвижении отечественных товаров на мировой рынок. Для того чтобы между кыргызскими предприятиями и партнерами из дальнего зарубежья существовали равные партнерские отношения, необходимо было быть под защитой международного права. Такая возможность у Кыргызстана появилась только после вступления во Всемирную торговую организацию, так как одним из основных принципов, заложенных в соглашениях ВТО, является торговля без дискриминации. Не менее значимым политическим фактором является то, что республика привела свой правовой и политический режим, регулирующий внешнюю торговлю, в соответствие с соглашениями ВТО.

В республике в соответствие с международными стандартами были приведены торговые, инвестиционные и таможенные правила. Все это обеспечило доверие экономически более развитых стран, невозможное без предсказуемости внешнеторговых отношений. Одним из основных экономических аспектов присоединения Кыргызстана к ВТО является обеспечение преимуществ для экспорта товаров и услуг на рынках стран-членов ВТО. Также, вступив в ВТО, Кыргызстан предполагал получить более привлекательные, стабильные и предсказуемые условия для инвестиций, что в свою очередь привело бы к увеличению количества и улучшению качества инвестиций во всех секторах экономики Кыргызской Республики. Членство в ВТО может стать основным фактором, принимаемым во внимание инвесторами до инвестирования своего капитала в определенную страну. Став членом ВТО, Кыргызстан получил возможность выдвигать собственные условия вступления других стран в эту организацию. Поскольку республика нацелена на развитие своих внешнеторговых связей, присоединение к этой авторитетной организации было неизбежно. Процесс вступления Кыргызстана в ВТО занял немногим менее трех лет. 13 февраля 1996 года Кыргызская Республика представила официальную заявку в ВТО, в которой выражала свою заинтересованность в присоединении к этой организации. 16 апреля 1996 года, на очередном заседании Генерального совета ВТО данная заявка была рассмотрена. Согласно установленной процедуре была создана Рабочая группа по вступлению Кыргызской Республики в ВТО. Кроме того, на этом заседании Кыргызская Республика получила статус наблюдателя в ВТО. Протокол о присоединении Кыргызской Республики к Марракешскому Соглашению об учреждении ВТО был ратифицирован 17 ноября 1998 года и вступил в силу 20 декабря 1998 года Кыргызская Республика стала 133-м членом ВТО. Данный период вступления считается не долгим, по сравнению с другими странами. Например, Латвия, явля-

ясь наблюдателем с 1993 года, одновременно с Кыргызстаном присоединилась к Марракешскому Соглашению об учреждении ВТО 14 октября 1998 года. Однако, ратифицировав свой 131 протокол позднее, чем Кыргызстан, Латвия стала членом ВТО 10 февраля 1999 года. Быстрому вступлению республики в ВТО способствовало то, что Кыргызстан был готов влиться в международную торговую систему, где используются принципы недискриминации и честной конкуренции, которые обеспечивают Соглашения ВТО, что наиболее важно для такой небольшой страны, как Кыргызстан. Кроме того, отсутствовали какие-либо препятствия на национальном уровне, которые могли бы помешать либо отложить присоединение к ВТО. Вступление в ВТО являлось приоритетной задачей во внешнеэкономической политике страны, поэтому вопросы на государственном уровне на каждом этапе вступления решались своевременно.

О преимуществах раннего вступления Кыргызстана в ВТО относительно других стран СНГ свидетельствует следующее: Во-первых, у Кыргызстана появилась возможность влиять на сроки и условия вступления для стран, вступающих в ВТО. Став членом ВТО, Кыргызская Республика имеет право участвовать в переговорах со вступающими странами и требовать уступок, которые дадут товарам и отраслям промышленности Кыргызской Республики значительные преимущества перед вновь вступающими странами. Для Кыргызстана, страны с ограниченными ресурсами, такое преимущество особенно важно. ВТО является организацией, которая принимает решения путем консенсуса. Такая маленькая страна, как Кыргызская Республика, в принципе, сможет придержать вступление другой страны, пока Кыргызскую Республику не удовлетворят сроки и условия вступления данной страны. Кроме этого, вторым важным преимуществом является влияние на будущие правила ВТО. Всемирная торговая организация – это развивающаяся организация. В настоящее время разрабатываются новые соглашения и интерпретации по таким вопросам, как инвестиции, конкуренция, труд, телекоммуникации, финансовые услуги и окружающая среда. Как член ВТО, Кыргызская Республика имеет возможность участвовать в работе различных рабочих групп в рамках ВТО для разработки новых соглашений и интерпретаций. Третьим, не менее важным преимуществом можно назвать международную рекламу. Будучи первой страной СНГ, вступившей в ВТО, Кыргызская Республика получила существенную международную рекламу как страна, осуществляющая режим торговли и инвестиции в соответствии с международными правилами и практикой. За все годы членства в ВТО в республике динамично развивается внешняя торговля: и экспорт и импорт растут устойчивыми темпами. Наличие достаточно значимого отрицательного сальдо торгового баланса объясняет тем, что в республику завозится большое количество технологического оборудования для строительства новых и модернизации действующих предприятий, сырья и комплектующих материалов, техники для горнодобывающей промышленности, дорожной техники [3]. Значительному увеличению объемов импорта в определенной мере способствовало принятые правительством меры по совершенствованию нормативных актов, касающихся уплаты налога на добавленную стоимость (НДС). Так, законами Кыргызской Республики от 01.02.2006 года и от 03.06.2006 года № 89 от уплаты НДС освобождены хозяйствующие субъекты, которые ввозили основные средства и комплектующие части непосредственно для производственных целей, а также предусмотрены другие налоговые льготы.

Таким образом, традиционно наибольший удельный вес в импорте продукция топливной промышленности, продукция машиностроения и электротехнической промышленности, химической и медицинской промышленности, продовольственные товары, транспортные средства, черные и цветные металлы и изделия из них, древесина и продукция легкой промышленности. Не вызывает сомнения негативность того факта, что рынок потребительских товаров в основном формируется за счет импортных поступлений в то время, как в республике, о чем было отмечено в ранее имеются потенциальные возможности наращивания конкурентоспособного производства продукции легкой и пищевой промышленности. К числу основных причин роста импортных поступлений потребительских товаров, по мнению Министерства экономического

развития и торговли КР, является ввоз товаров, цена которых значительно ниже цены аналогичных товаров отечественного производства.

Библиографический список:

1. Абдымаликов К. Экономика Кыргызстана (на переходном этапе): Учебник. – Бишкек: 2007. – 560 с.
2. Аттокурова Н.С. Особенности развития внешнеэкономических связей страны в условиях глобализации мировой экономики // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета, Бишкек, 2003. – Т.3. – № 4. – С. 32 – 37.
3. Внешняя торговля Кыргызской Республики 2004 – 2008гг. Годовая публикация Национально-го статистического комитета Кыргызской Республики, Б.: 2009. – 154 с.
4. Идинов В. Современная экономическая система в СНГ // Вопросы экономики, 2002. – № 12. – С. 80–91.
5. Кумсков В.И. Отраженная экономика, или экономика в денежно– финансовом свете / Кыргызско-Российский Славянский университет. – Бишкек: Илим, 2005. – 116 с.
6. Кыргызстан в цифрах. Статистический сборник, Бишкек: 2009. – 332 с.
7. Экономика Кыргызской Республики: Учеб. пособие. – Бишкек: Изд-во КТУ, 2003. – 487 с
8. www.ebrd.com.
9. <http://www.finansy.ru/>
10. Метелев С.Е.Россия в ВТО: условия вступления и первые итоги // Электронный журнал. Власть. – 2013. – №5. С.8-13. http://www.isras.ru/vlast_2013_05.html
11. Сергиенко О.В. Экономика России: вызовы и угрозы, государственная политика в условиях реиндустриализации //Вестник Омского университета. серия: экономика. 2015. № 2. с. 48-54.

КАЧЕСТВО ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ КАК ИНДИКАТОР БЮДЖЕТНЫХ РИСКОВ

Баева Д. Р.,

к.п.н., доцент, ФГБОУ ВО Омский ГАУ им П.А.Столыпина

Дмитренко Е.А.,

к.э.н., доцент, ФГБОУ ВО Омский ГАУ им П.А.Столыпина

Статья посвящена консолидированной экспресс-оценке бюджетных рисков региона. Цель статьи – показать качество исполнения бюджетов муниципальных образований региона с целью принятия своевременных управленческих решений по их минимизации.

The article is devoted consolidated rapid assessment of fiscal risks in the region. The purpose of the article – to show the quality of execution of budgets of municipal formations of the region to make timely management decisions to minimize them.

Учет факторов неопределенности распространяется во все сферы человеческого жизнеобеспечения. Риски рассматриваются в образовании, здоровьесохранении, экономике и т.д. Таким образом, понятие «риска» является метанаучным.

Риски в экономике предприятия (предпринимательские риски) являются одними из самых работанных. Большое множество публикаций, исследований встречается по банковским рискам, роль которых в банковской деятельности трудно переоценить. Для обеих групп рисков (банковских и рисков предприятий) существует множество методик их количественной оценки. [1]

Теоретической основой исследований бюджетного риска являются исследования в области рисков экономических процессов Альгина А.П., Бадюкова В.Ф., Балабанова И.Г., Ковалёвой А.М., Кошечкина С.А., Лапусты М.Г., Рожкова Ю.В., Скамай Л., Терского М.В., Уткина Э.А., Фёдоровой Т.А., Филин С, Шаршуковой Л.Г., а также исследования в области государственных финансов Барулина С.В., Грязновой А.Г., Дробозиной Л.А., Игониной Л.Л., Игутина А.Г., Куликова А.Г., Любимцева Ю.И., Мацкуляк И.Д., Пенкина А.Ф., Пенькова Б.Е. Перекрестовой Л.В., Подпориной И.В., Пономаренко Е.В., Прониной Л.И., Родионовой В.М., Романовского М.В., Селезнева А.З., Сычева Н.Г., Таксир К.И., Чванова Р.А., Якобсон Л.И. и др.

Актуальность исследования бюджетного риска определяется тем, что, с одной стороны, реальная экономическая ситуация (особенно кризисного периода) показала обилие рисков, приводящих к ненадлежащему исполнению бюджета в плане отклонения фактических и плановых данных по доходам бюджета и, соответственно, отклонение расходной части бюджета; с другой стороны, исследований и публикаций в области бюджетного риска недостаточно.

Исследователями признается, что на сегодняшний день нет единого и полного определения бюджетного риска. Существует несколько подходов к пониманию данного понятия. С позиции сторонников экономики предприятия бюджетный риск понимают как риск неполучения предприятием из бюджета запланированной суммы. Другие подходы рассматривают бюджетный риск как вероятность неисполнения запланированного бюджета. Кроме того, у исследователей разные позиции на первоочередной предмет при неисполнении бюджета. Так А.А. Улюкаев говорит о вероятности неосуществления запланированных расходов бюджета. А.Л. Кудрин видит причину в неопределенности бюджетных доходов. [2]

Мы придерживаемся определения, данного О.И. Лебедевой: это вероятность отклонения фактически исполненных бюджетных доходов и расходов от первоначально запланированных. Данное определение менее конкретизировано, но охватывает все возможные ситуации реализации риска: превышение и снижение доходной части, неисполнение расходной части не только в связи с нехваткой бюджетных доходов, но и по организационным причинам. Таким образом, бюджетные риски возникают и реализуются в бюджетном процессе: на этапе проектирования бюджета и на этапе исполнения бюджета.

К организационным бюджетным рискам относят вероятность сбоев в проведении процедур по исполнению бюджета.[3] На наш взгляд, в качестве синонимичного понятия можно рассмотреть операционный риск, но применительно к бюджетной сфере. Операционный риск бюджета можно определить как риск недоисполнения бюджета в результате несоответствия характеру и масштабам деятельности и (или) требованиям действующего законодательства внутренних порядков и процедур проведения отдельных действия и операций, их нарушения служащими и (или) иными лицами (вследствие некомпетентности, непреднамеренных или умышленных действий или бездействия), несоразмерности (недостаточности) функциональных возможностей (характеристик) применяемых организацией информационных, технологических и других систем и (или) их отказов (нарушений функционирования), а также в результате воздействия внешних событий.

Исходя из определения, можно выделить два аспекта операционного риска бюджета:

• риск персонала – это риск недоисполнения бюджета (доходной и (или) расходной части бюджета), связанный с возможными ошибками сотрудников, мошенничеством, недостаточной квалификацией, неустойчивостью штата, возможностью неблагоприятных изменений в трудовом законодательстве и т.д.

• риск процесса – риск недоисполнения бюджета (доходной и (или) расходной части бюджета), связанный с ошибками в процессах проведения операций и расчетов по ним, их учета, отчетности и т.д.

В соответствии с Концепцией межбюджетных отношений и организации бюджетного процесса была установлена процедура ежегодной оценки качества управления региональными финансами. Процедура включает в себя оценку бюджетного планирования, исполнения бюджета, управления государственным долгом, финансовых взаимоотношений с муниципальными образованиями, управления государственной собственностью и оказания государственных услуг, а также прозрачность бюджетного процесса. [4]

В рамках той же Концепции государственные органы власти субъектов утверждали аналогичные документы, регулирующие особенности межбюджетных отношений с местными бюджетами и разъясняющие порядок оценки качества управления финансами муниципальных образований. В Омской области таким документом является Постановление Правительства Омской области от 19 апреля 2010 г. N 72-п «О проведении оценки качества организации и осуществления бюджетного процесса в муниципальных районах (городском округе) Омской области» [5].

Данное постановление предполагает проведение мониторинга качества бюджетного процесса ежеквартально. По результатам мониторинга производится оценка качества бюджетного процесса и составляется рейтинг муниципальных образований. В зависимости от значения оценки качества бюджетного процесса каждому муниципальному образованию присваивается одна из трех степеней качества бюджетного процесса. Также в данном постановлении прописывается перечень показателей, по которым производится оценка качества бюджетного процесса: всего более сорока показателей по пяти направлениям оценки качества. В результате анализа представленных показателей, нами выделены ряд показателей с позиции информативности их об операционном риске бюджета:

– P23 Наличие фактов нарушения сроков представления в Министерство финансов Омской области информации по вопросам планирования и исполнения местного бюджета;

– P24 Количество ошибок в информации, представляемой по запросу Министерства финансов Российской Федерации;

– P25 Количество ошибок заполнения документов в части ведения сводной бюджетной росписи и кассового плана исполнения бюджета муниципального образования Омской области;

– P26 Доля ошибок заполнения документов при осуществлении кассовых выплат из местного бюджета в общем количестве документов в части проведения кассовых операций по исполнению местного бюджета;

– P27 Количество платежных поручений, зачисленных в качестве невыясненных поступлений на единый счет бюджета муниципального образования Омской области в части межбюджетных трансфертов;

– P28 Количество ошибок в применении кодов бюджетной классификации Российской Федерации при исполнении местного бюджета;

– P30 Показатель полноты информации о расходных обязательствах муниципального образования Омской области.

Проанализируем результаты оценки качества бюджетного процесса по данным, представленным Аналитическим центром руководителя Министерства финансов Омской области (таблица 1).

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Таблица 1. Отклонение результатов оценки качества организации и осуществления бюджетного процесса в муниципальных районах Омской области по итогам 2014 года (в сравнении с 2013 г).

Наименование	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P30
1	2	3	4	5	6	7	8
Крутинский МР	0,0	0,2	0,0	-0,2	0,0	0,3	1,0
г.Омск	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0
Полтавский МР	-0,5	-0,3	0,0	0,0	0,0	-0,5	0,0
Нововаршавский МР	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,2	0,5	0,0
Любинский МР	0,0	0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,5
Тюкалинский МР	0,0	0,0	0,3	0,0	-0,2	0,1	0,0
Колосовский МР	0,0	-0,4	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0
Марьяновский МР	0,0	-0,2	0,1	0,0	0,0	0,4	0,5
Исилькульский МР	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,5	0,1	0,0
Азовский МР	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,2	0,2	-0,5
Павлоградский МР	0,0	0,0	-0,2	0,0	0,0	-0,2	0,0
Оконешниковский МР	-1,0	0,1	0,1	0,0	0,0	-0,1	0,5
Кормиловский МР	0,0	-0,1	0,0	-0,3	-0,3	0,0	0,5
Калачинский МР	0,0	-0,2	0,0	0,0	-0,3	-0,2	0,0
Таврический МР	0,0	0,0	-0,9	-0,1	-0,2	0,2	0,5
Нижнеомский МР	0,0	-0,4	0,1	0,0	0,3	-0,2	-0,5
Называевский МР	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0
Русско-Полянский МР	-1,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,5
Седельниковский МР	-0,5	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	0,5
Тарский МР	0,0	-0,3	-0,4	0,0	0,3	-0,1	0,0
Усть-Ишимский МР	0,0	-0,3	1,0	0,0	-0,2	0,3	0,0
Знаменский МР	-0,5	0,1	0,2	-0,1	0,0	0,0	0,0
Саргатский МР	-0,5	0,1	0,1	-0,9	0,2	0,0	0,5
Москаленский МР	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,3	0,5
Омский МР	-0,5	-0,2	0,1	0,0	0,0	-0,4	0,0
Черлакский МР	0,0	-0,3	0,2	0,0	0,8	0,2	0,0
Муромцевский МР	0,5	0,0	0,1	-0,1	-0,2	0,2	-1,0
Горьковский МР	-0,5	-0,1	0,0	1,0	0,0	0,0	0,5
Тевризский МР	-0,5	-0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Шербакульский МР	-1,0	-0,2	0,2	0,0	0,0	0,4	0,5
Большеуковский МР	0,0	-0,1	0,1	0,1	0,0	-0,1	0,0
Большереченский МР	-0,5	-0,3	0,2	-0,2	-0,2	0,0	0,0
Одесский МР	-1,0	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1	1,0
Доля МР с отрицательной динамикой по показателю	36,36	66,67	9,09	24,24	33,33	42,42	9,09

Согласно представленной информации ни в одном из муниципальных районов (МР) Омской области нет положительной динамики по всем анализируемым показателям. При этом у 21% МР отрицательная динамика наблюдается по одному показателю (Крутинский МР, Тюкалинский МР, Колосовский МР и др.). У 42% МР ухудшается два показателя (четырнадцать МР, среди которых Любинский МР, Павлоградский МР, Щербакульский МР и др.). У десяти МР (30%) по три показателя из анализируемых семи испытывают отрицательную динамику. Только в Большереченском МР и Одесском МР в «красную» зону попали по четыре показателя.

Самым сложным для МР оказалось безошибочное составление информации, представляемой по запросу Министерства финансов Российской Федерации: 66,67% отрицательной динамики отмечается по показателю «P24 Количество ошибок в информации, представляемой по запросу Ми-

нистерства финансов Российской Федерации». При этом среднее значение ухудшения показателя составило -0,19. Также велика доля МР с отрицательной динамикой по показателю «Р28 Количество ошибок в применении кодов бюджетной классификации Российской Федерации при исполнении местного бюджета» – 42,42%. Среднее значение также составило -0,19. Если данные факты рассматривать как индикатор операционного риска, то необходимо провести анализ допускаемых ошибок в предоставляемой информации и применении кодов бюджетной классификации и по результатам провести разъяснительные мероприятия с администрациями МР.

По показателю «Р23 Наличие фактов нарушения сроков представления в Министерство финансов Омской области информации по вопросам планирования и исполнения местного бюджета» отрицательная динамика в 36,36% случаях. Однако средняя величина значительно отличается от предыдущих показателей: -0,67. Причиной данной ситуации может быть не только и не столько не дисциплинированность, а скорее затруднения в формировании информации, предоставляемой Министерству финансов Омской области. Поэтому необходим анализ вызываемых затруднений, и для снижения операционного риска проведение соответствующих мероприятий.

По показателю «Р27 Количество платежных поручений, зачисленных в качестве невыясненных поступлений на единый счет бюджета муниципального образования Омской области в части межбюджетных трансфертов» треть МР (33,33%) показывают отрицательную динамику. Среднее значение -0,23. 24,24% МР демонстрируют отрицательную динамику по «Р26 Доля ошибок заполнения документов при осуществлении кассовых выплат из местного бюджета в общем количестве документов в части проведения кассовых операций по исполнению местного бюджета». Снижение показателя в среднем составило -0,27. И в том, и в другом случаях ситуации обусловлены ошибками в заполнении документов, что может привести к задержкам в исполнении как доходной, так и расходной частей бюджета. В связи с этим работа с персоналом по сокращению аналогичных ошибок приведет к снижению операционного риска в бюджете.

По двум оставшимся показателям (Р30 и Р25) по три МР показали ухудшение значений.

Таким образом, результаты мониторинга качества исполнения бюджетов муниципальных районов Омской области позволяют выделить и рассмотреть факторы операционного бюджетного риска. Такой подход дает возможность разработать систему мероприятий, которые будут способствовать снижению операционных бюджетных рисков.

Библиографический список

1. Баетова, Д. Р. Межбюджетные отношения как стимул развития местных бюджетов / Д. Р. Баетова // Экономика и финансы: теоретические и практические аспекты управления: сб. трудов межд. науч.-практ. конф. (Омск, 9 декабря 2012г) / [редкол.: Н. А. Бурмистрова, Б. И. Нефедов, М. Г. Родионов] – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013 – 212 с. – с. 57-64.
2. Баетова, Д. Р. Теоретические аспекты бюджетного риска / Д. Р. Баетова // Вестник Омского государственного аграрного университета. – 2012. – №1. – С. 85-89.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации. // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/
4. Концепция межбюджетных отношений и организации бюджетного процесса в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях до 2013 года : [одобрена распоряжением Правительства Рос. Федерации от 8 авг. 2009 г. №1123 – р].
5. Постановление Правительства Омской области от 19 апреля 2010 г. N 72-п «О проведении оценки качества организации и осуществления бюджетного процесса в муниципальных районах (городском округе) Омской области» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/omsk/243503/>
6. Метелев И. С. Анализ расходной составляющей экономической деятельности организаций (юридических лиц) российской федерации на основе финансового подхода // Проблемы современной экономики. 2014. № 4 (52). с. 245-248.

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

Безбородова Т.М.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье приводится анализ состояния миграционной ситуации в Омской области в контексте общих демографических процессов. На основе изменения численности населения региона представлен взгляд автора на перспективы социально-экономического развития Омской области и Западной Сибири. На основе анализа статистических данных дана ретроспектива развития миграционной ситуации в регионе в период с 1992 года до 2014 года.

Ключевые слова: демография, миграция, трудовая миграция, трудовые ресурсы, экономический рост.

Одной из форм внешнеэкономических связей между государствами является миграция рабочей силы. Под трудовой миграцией понимают добровольное переселение граждан РФ за пределы страны, а также иностранных граждан и лиц без гражданства на ее территорию с целью осуществления ими трудовой деятельности.

Процесс миграции может существовать в двух формах: легальной и нелегальной. Нелегальные мигранты – иностранные лица, не имеющие рабочей визы и подписанного сторонами трудового договора.

В последнее время количество как легальных, так и нелегальных трудовых мигрантов, приезжающих в Омскую область, значительно увеличилось, что свидетельствует о необходимости изучения влияния миграционных процессов на экономическую и социальную ситуацию в регионе. Рассмотрение данного вопроса становится еще более актуальным в связи с тем, что ученые уже на протяжении нескольких лет пытаются дать оценку миграции, но так и не пришли к единому мнению по данному вопросу. Поэтому мы можем говорить об актуальности выбранной темы исследования.

Исторически внешняя миграция для Омской области, как и любого другого региона за Уралом, являлась определяющим фактором для формирования постоянного населения и трудовых ресурсов.

Омская область расположена в южной части Западно-Сибирской равнины, в пределах лесостепной и степной природных зон. На юге и юго-западе она граничит с Казахстаном. Население области на начало 2011 года составило 1976,3тысяч человек (1,38% населения России). Наша область по численности населения занимает 25 место по России и 6 место среди регионов Сибирского Федерального округа. Плотность населения – 14 человек на 1 кв. км.[4,с.4].Экономические реформы постсоветского периода не могли не отразиться на миграционной привлекательности региона. В этот период населения Омской области увеличивалось лишь трижды – в 1992, 1994 и 2014 годах, причем, первые два раза за счет превышения миграционного прироста над естественным (Таблица 1).

Таблица 1. Естественный, миграционный и общий прирост населения Омской области, 1992-2014 гг., тыс. чел.[9], [10], [11]

Прирост	1992	1993	1994	1995	...	2000	...	2013	2014
Естественный	4525	-2473	-5191	-4273	...	-10409		-3182	3605
Миграционный	1275	-423	12091	1139	...	-6091		-3073	702
Общий	5800	-2896	6900	-3134	...	-16500		-109	4307

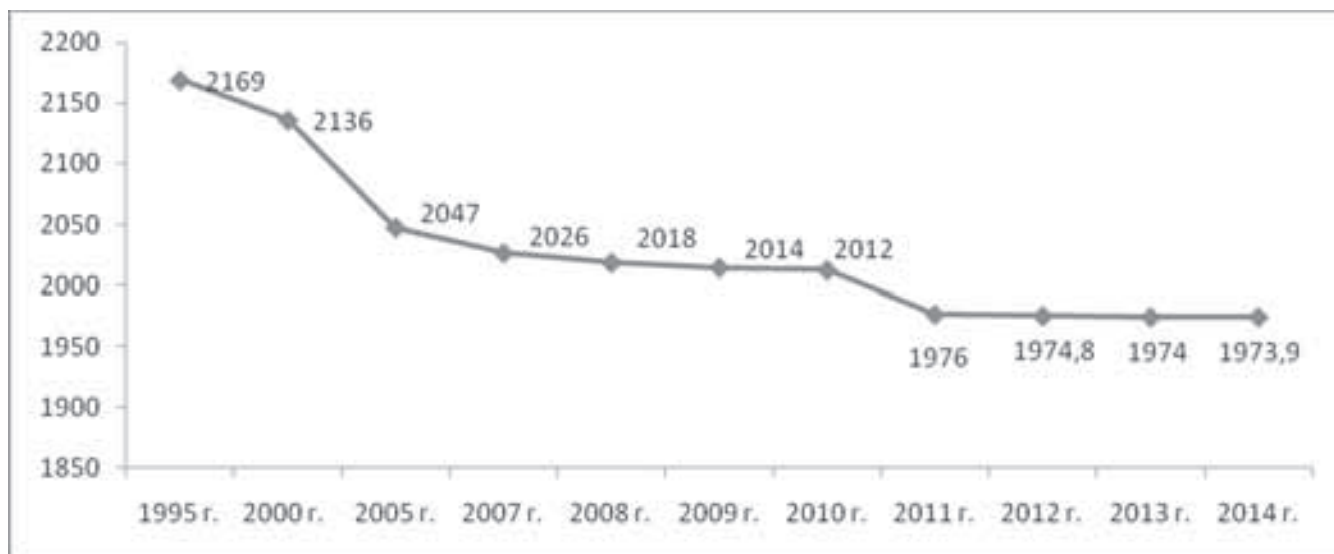


Рисунок 1. Изменение численности населения области, 1995-2014 гг., тыс. чел. [4, стр. 10]

В последние 15 лет (с 1995 по 2011 гг.) численность населения области сокращалась (рис.1). За эти годы область потеряла 192,7 тыс. человек [9, с.31]. В 2011 году население области уменьшилось еще на 1786 человек. Причем, естественная убыль населения сопровождалась его миграционным оттоком в другие регионы: от 4,9% и 2,8 % в 2000 году (соответственно, естественная и миграционная убыль) до 0,7 % и 1,3 % в 2010 году.

После распада СССР в Омскую область поехали мигранты из Казахстана, пик миграций пришелся на вторую половину 1990-х годов. После завершения периода стрессовых миграций миграционный прирост сменился оттоком, в 2000-х годах коэффициент миграционного прироста был отрицательным или близким к нулю (-0,2% в 2009 г.), в то время как Новосибирская, Томская области и Красноярский край до 2013 года сохранили миграционный приток [3].

С начала 90-х годов XX в. крупные регионы становятся мощными миграционными центрами. Причем, если в начале периода среди мигрантов преобладали вынужденные переселенцы и беженцы, то с середины 90-х годов – экономические, или трудовые мигранты. Этот процесс объясняется несколькими причинами, среди которых – наличие разнообразного рынка труда; наличие спроса платежеспособного населения, т.е. возможностей получения более высоких по сравнению с малыми и средними городами доходов за одинаковый вид работ; знакомых, которые могут оказать помощь при первичном обустройстве. Кроме того, к этим факторам можно причислить и возможность жить и работать в России, не имея регистрации/гражданства.

В свою очередь, крупные регионы также заинтересованы в миграционных потоках, ведь развивающаяся экономика подразумевает высокую занятость, а региональной экономике не хватает собственного экономически активного населения на имеющиеся рабочие места. Данное положение в полной мере относится к ситуации, складывающейся вокруг демографии и отношения к мигрантам в Омской области. Как отмечалось выше, Омская область не относится к регионам, где спешат поселиться люди.

Чтобы более очевидными стали масштабы демографической проблемы в контексте регионального рынка труда, приведем некоторые цифры. К 2010 году численность населения в трудоспособном возрасте в Омской области составила 1 237,0 тыс. человек (т.е. 62,7% от общей численности населения), а к 2014 году – 1178 тыс. чел. (т. е. 59,7 % от общей численности населения). По сравнению с 2002 годом численность трудоспособного населения уменьшилась на 129,9 тыс. человек [4, с. 10].

В какой-то степени компенсировать неблагоприятные ожидаемые изменения половозрастного состава населения могла бы миграция. Но для этого, во-первых, миграционный прирост должен быть весьма значителен, а во-вторых, он должен в большей степени иметь место в активном ре-

продуктивным и в трудоспособном возрасте. Возрастная структура населения при этом может быть скорректирована в более благоприятную сторону, но при этом нужно быть готовыми к тому, что будет иметь место очень большой миграционный прирост.

Ситуация усугубляется тем, что региональное и отраслевое распределение человеческого потенциала, обусловленное сложившейся привлекательностью территорий, отраслей и профессий формирует перекосы в концентрации рабочей силы в рамках отдельных территориально-хозяйственных образований и технико-экономических укладов, усиливает дисбаланс в распределении трудовых ресурсов и блокирует осуществление прогрессивных экономико-технологических трансформаций в рамках территориального пространства России.

Согласно прогнозу Росстата, в период до 2025 г. будет сохраняться тенденция сосредоточения населения в Центральном и Приволжском Федеральных округах, их доля в населении страны сохранится на уровне 46,6% [5, с. 9-17]. Вместе с тем продолжится сокращение численности населения в Северо-Западном, Сибирском и Дальневосточном Федеральных округах. По прогнозам Росстата, Омская область к 2031 г. окажется в группе 10 субъектов РФ восточных и северных регионов с максимальным сокращением численности населения в трудоспособном возрасте, которые являются территориями с устойчивым и значительным по масштабам оттоком населения. За 2010-2031 гг. население Омской области в трудоспособном возрасте может сократиться с 1263,2 тыс. чел. до 1049,4 тыс. чел., т.е. на 213,8 тыс. чел., или на 17%. Миграционный прирост, оцениваемый на уровне 1701 человек лишь на 18% компенсирует ее естественную убыль (оцениваемую на уровне 9437 чел.) [5, с.69-71]. Такое развитие событий из-за значительного сокращения трудового потенциала способно основательно усложнить трудности экономического развития и обострить социальные проблемы.

В тоже время, на настоящий момент абсолютное большинство экспертов-экономистов убеждены, что запланированный на ближайшую перспективу экономический рост, даже при реальном повышении производительности труда, невозможен без масштабного пополнения трудовых ресурсов, которое возможно либо за счет вовлечения в трудовую деятельность безработных, либо за счет мер демографической политики, либо за счет миграции [6, с. 155]. Из приведенных выше мер преодоления кадрового голода, наиболее приемлемым нам видится последний. Почему?

Во-первых, даже если существующие в России программы стимулирования рождаемости будут результативны, эффект от их реализации проявится через 20–30 лет, когда рожденные сегодня дети вступят в трудоспособный возраст. Значит, этот механизм не позволяет «перепрыгнуть через кадровую яму», хотя является необходимым заделом на будущее.

Что касается рождаемости, то по статистике в России ежегодно умирает около 2,1-2,3 млн человек, при этом коэффициент смертности в 1,5 раза превышает коэффициент рождаемости. Между тем, основной акцент в демографической политике направлен не на снижение смертности, а на повышение рождаемости. Приоритет повышения продолжительности жизни до 75 лет заявлен в государственной политике, однако эффекты от деятельности в этом направлении также проявятся в долгосрочной перспективе.

Вовлечение безработных может лишь отчасти уменьшить остроту проблемы дефицита рабочих кадров; за счет незанятых россиян возможно будет «закрыть» в лучшем случае 5-15% новых рабочих мест. На практике этот процент будет еще ниже в силу невозможности стопроцентного вовлечения безработных в трудовой процесс.

Привлечение мигрантов – основной механизм, используемый сейчас в растущих экономиках мира (в планах ЕС – привлечение до 2050 года 40 млн мигрантов, США – до 100 млн). В России этот процесс до сих пор не развернут, несмотря на его очевидную необходимость. Миграционные потоки последних лет могут быть использованы в качестве индикатора современной привлекательности российских регионов для приезжих. По итогам 2010 года, наиболее притягательными были город Москва (миграционный прирост составил 1819,2% или 1819 чел. на 10 000 жителей), Московская область (96,9), г. Санкт-Петербург (67,9) и Краснодарский край (50,9) [7, с. 305-308].

Несмотря на наметившиеся в 2006 г. положительные тенденции роста числа прибывшего населения, в 2007 г. миграционная убыль населения в Омской области опять увеличилась и составила 1 735 человек. Однако, если проанализировать миграцию населения области в динамике, можно сказать, что в целом ситуация до 2007 года была хорошей благодаря росту благосостояния населения и стабильного развития экономики региона. Для сравнения, значение миграционной убыли населения в Омской области в 2003 г. составляло 9 631 человек, в 2004 г. – 5 900 человек, в 2005 г. – 2 153 человека, в 2006 г. – 651 человек, т.е. налицо была положительная динамика. Ситуация изменилась в худшую сторону начиная с 2008 года, когда население области и приезжающие на работу мигранты ощутили на себе последствия экономического кризиса. Отток населения и низкая миграционная привлекательность наблюдались до 2014 года, когда и миграционный и естественный прирост впервые за долгие года приобрели положительное значение + 702 чел. и +3605 чел., соответственно [11].

Миграционная убыль коренного населения области, особенно в трудоспособном возрасте, в настоящее время компенсируется трудовой миграцией. Так, в 2014 году в экономике Омской области было задействовано 3284 официальных трудовых мигрантов [1]. Основная доля иностранных работников приходится на граждан Узбекистана (более 20%), Киргизии (около 15%), Таджикистана (11%), Китая (более 30%), Турции (5%).

Среди основных причин трудовой миграции в Омскую область можно выделить как общие для страны факторы, так и региональные. Причинами трудовой миграции, общими для страны, можно назвать постоянный спрос в России на иностранную рабочую силу, возможности занятости для трудовых мигрантов в формальном и неформальном секторах экономики. За последние десятилетия за иностранными трудовыми мигрантами закрепились определенные ниши на рынке труда, связанные с выполнением неквалифицированных и непрестижных работ в отраслях строительства, сельском хозяйстве, ЖКХ, торговле и сфере услуг.

Среди региональных причин трудовой миграции можно выделить следующие:

1. Геополитическое положение Омской области, которая в южной части граничит с Казахстаном, вследствие чего регион принимает или пропускает через свою территорию различные категории трудовых мигрантов из таких стран СНГ, как Казахстан, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан и т.д. При этом в Омском регионе «оседает» значительная часть мигрантов.

2. Природно-географический фактор, связанный с наличием благоприятных климатических условий, которые при выборе мигрантами места жительства достаточно часто являются определяющими.

3. Стабилизация социально-экономической ситуации в регионе, что позволяет развиваться таким отраслям экономики, как строительство, сельское хозяйство, коммерция, где есть для мигрантов постоянного заработка.

4. Инвестиционная привлекательность региона, зависящая от таких факторов, как квалификация трудовых ресурсов, развитость производственной и социальной инфраструктуры, наличие научно-исследовательских центров, емкость рынка сбыта, экологическая и криминальная ситуации, уровень социальной напряженности.

Согласно официальным данным, около 90% легальных иностранных работников в 2014 году были заняты в четырех основных видах экономической деятельности: строительстве (36,12%); сельском хозяйстве (21,24%); обрабатывающем производстве (20,1%) оптовой и розничной торговле (7,2%). Многолетний миграционный опыт сформировал определенную специализацию миграционных рабочих из отдельных стран на определенных отраслях занятости. Так, среди украинских мигрантов преобладают строители и сельхозработники. Трудовые мигранты из Азербайджана, Армении, Китая, Вьетнама привлекаются преимущественно в сферу торговли. Узбеки находят применение своему труду в сельском хозяйстве и строительстве. Среди работников из Молдовы преобладают строители, как и турецкие рабочие. Бизнесмены из Турции открывают кафе и рестораны.

На сегодняшний день Омской области экономически выгодно присутствие иностранной рабочей силы. Мигранты, получившие вид на жительство или гражданство, пополняют трудовой и демографический потенциал региона. Кроме того, многие трудовые мигранты занимают низкооплачиваемые и не престижные для местного населения рабочие места.

Присутствие на рынке региона иностранных компаний не только привлекает иностранных инвесторов, но и обеспечивает дополнительными рабочими местами безработных граждан, дает возможность освоения новых технологий и материалов российскими работниками, а также создает условия для существования конкуренции.

В заключение попытаемся определить роль миграции как ключевого фактора социально-экономического развития Западной Сибири и Омской области. Регионы к востоку от Урала – Сибири и Дальнего Востока – являются стратегическим резервом выживаемости России и развития сравнительных преимуществ ее экономики. Так, территория Сибирского федерального округа составляет 30% территории России, здесь проживают 19,3 млн чел. (13,5% населения России). На территории Сибири сосредоточено: 85% общероссийских запасов свинца и платины, 80% угля и молибдена, 71% никеля, 69% меди, 44% серебра, 40% золота, ВРП составляет 10,6% ВВП России. Зарубежные страны, как на Западе, так и на Востоке заинтересованы в совместном освоении этих ресурсов, причем они не исключают возможностей воспользоваться ими в своих интересах в случае усиления дезинтегрированных процессов в России, появления сценария ее нового «полураспада».

В стратегической перспективе складывается качественно новый формат для социально-экономического развития России. Реализация ключевых сравнительных преимуществ национальной экономики: топливно-энергетического, научно-технического, сельскохозяйственного и транзитного – во многом будет зависеть от того, как будут использоваться преимущества, определяемые иммиграционной ее привлекательностью. Выработка адекватного стратегического ответа России на вызовы XXI в. должна обеспечивать укрепление ее позиций в мировой экономике на основе формирования научно-технической, природной и транзитной ренты. Существенный вклад в получение данной ренты способен внести иммиграционный ресурс. Для России ситуация во многом осложняется тем, что многие ее потенциальные конкурентные преимущества не могут быть реализованы при дефиците человеческих ресурсов. К их числу относятся огромные слабозаселенные территории, богатые природными ресурсами, в том числе такими важными для XXI в., как пригодные для сельского хозяйства земли, пресная вода, энергоносители.

Вместе с тем имеются реальные и значительно более предпочтительные возможности изменения демографической и социально-экономической ситуации в будущем за счет проведения более активной миграционной и инновационной экономической политики.

Реализация такого сценария предусматривает существенное улучшение социально-экономической ситуации в данных регионах и повышение их миграционной привлекательности с тем, чтобы значительно уменьшить отток населения из восточных и северных территорий с одновременным наращиванием его притока, что требует изменения отношения к ним Центра и мобилизации значительных финансовых ресурсов за счет повышения доли природно-территориальной ренты, оставляемой на развитие регионов. В рамках данного сценария потребуются также реализация дифференцированного подхода к освоению территорий и развитию территориально-институциональных структур. В южной части Сибири и Дальнего Востока, где имеются условия, благоприятные для постоянного проживания людей, потребуются направление ресурсов на модернизацию всего комплекса объектов производственного и социального назначения. Для районов Крайнего Севера возникает необходимость их обустройства с учетом проживания работников на основе их периодической смены.

Под влиянием геополитических перспектив и угроз, описываемых в разных сценариях мирового развития, значение опорных зон для страны в целом со временем может только усиливаться. В Сибирском федеральном округе к роли опорной территории в наибольшей степени готовы регионы юга Западной Сибири, в том числе Омская область.

Однако, существующая структура и качественный состав миграционных потоков пока еще не отвечают насущным стратегическим государственным потребностям. Сохраняющаяся спонтанная, во многом неуправляемая миграция оказывает негативное влияние на экономические, социальные, демографические, этнокультурные и другие процессы как в Российской Федерации в целом, так и в отдельных ее регионах. Результатами такой нерегулируемой миграции являются: диспропорции в экономическом и социальном развитии государства и его регионов, в том числе неравномерности развития регионального рынка труда; рост криминогенных очагов; угрозы безопасности приграничным субъектам Федерации, прежде всего на Дальнем Востоке РФ (демографическая экспансия); усиление среди населения антииммигрантских настроений и др. Все это не способствует обеспечению национальной безопасности государства.

Включение России в глобальную сеть потоков международной миграции и ее превращение в мировой центр массового перемещения нелегальных мигрантов резко усиливает значимость разработки и реализации мер, направленных на пресечение данного вида незаконной деятельности. Для выработки новой стратегии и механизмов реализации борьбы с нелегальной миграцией необходимо принимать во внимание, что имеющаяся законодательная основа регулирования миграционных отношений не отвечает назревшим потребностям практики: она отстает от имеющегося опыта зарубежных стран, не в полной мере соответствует международным стандартам, сохраняет фрагментарный характер в регулировании отдельных направлений и видов миграции.

Учитывая резкое повышение значимости миграционных процессов как стратегических источников экономического роста Западной Сибири и Омского региона, условий успешного решения геополитических проблем, важно кардинально изменить весь комплекс механизмов пространственного осуществления данных процессов и активизации регулирующего влияния государства на движение миграционных потоков, формирование их динамических и структурных параметров.

Библиографический список:

1. Аналитический обзор миграционной ситуации и деятельности УФМС России по Омской области по реализации государственной политики в сфере миграции в Омской области за 2014 год [Электронный ресурс]. URL: <http://www.55.fms.gov.ru/document/24423>.
2. Лендел Р. Хорошо живую омичи или плохо? // Комсомольская правда. Омск. – 21.03.2012, С. 4.
3. Омский областной статистический ежегодник «2011»: Крат. стат. сб./Омкстат. – Омск, 2011. – 42 с.
4. Омский областной статистический ежегодник «2014»: Крат. стат. сб./Омкстат. – Омск, 2014. – 43 с.
5. Предположительная численность населения Российской Федерации до 2025 г. Бюллетень. Росстат, 2007. – 224 с.
6. Российское экономическое чудо: сделаем сами. Прогноз развития экономики России до 2020 г. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. Деловая литература. Москва, 2007. – 195 с.
7. Россия в цифрах. 2011: Крат.стат.сб./Росстат – М., 2011. – 581 с.
8. Труд и занятость в России. 2011: Стат.сб./Росстат –М., 2011. – 637 с.
9. Флоринская Ю.Ф., Кириллова Е.К. Приграничное население и мигранты: портрет на фоне современных социально-демографических процессов (на примере Омской области). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.demoscope.ru/center/fmcenter/florin.html>.
10. Численность и миграция населения Российской федерации в 2013 году (статистический бюллетень). [Электронный ресурс]// URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_107/Main.htm.
11. Численность и миграция населения Российской федерации в 2014 году (статистический бюллетень). [Электронный ресурс]// URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat_ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096034906.

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Бекниязова Г.И.,

учитель английского языка, ГУ «Средняя общеобразовательная
школа-гимназия №9 г. Павлодара», Казахстан

Интеграция Казахстана в мировое сообщество, повышение конкурентоспособности национальной экономики требуют усиления инновационной составляющей. В статье автор рассматривает внешние и внутренние факторы инновационной активности в Республике Казахстан.

Kazakhstan's integration into the global community, increasing the competitiveness of the national economy require strengthening the innovation component. The author considers the external and internal factors of innovation activity in the republic of kazakhstan.

Инновационная активность предприятий является стимулирующим фактором развития экономического роста в стране. В свою очередь важно изучение как внешних, так и внутренних факторов, влияющих на процесс разработки, принятия и реализации инновационных решений. Внутренние факторы направлены на налаживание и управление инновационной деятельностью на предприятии, внешние факторы способствуют расширению границ инновационной деятельности.

При этом в условиях среды, благоприятной для реализации нововведений, центр тяжести в инновационных отношениях смещается в сторону инновационного потенциала фирм-инноваторов – внутренних факторов, влияющих на инновационную стратегию. Когда внешняя среда экономической системы благоприятна для нововведений, они целиком зависят от внутренних факторов инновационной активности. Между тем, инновационный потенциал предприятия представляется как совокупность материальных, финансовых, трудовых, инфраструктурных, интеллектуальных информационно-коммуникационных ресурсов [2].

К внешним факторам относятся факторы, обуславливающие взаимодействие предприятия с экономической и социальной средами:

- использование внешних источников для поддержки всех фаз инновационного процесса: от открытия и разработки до коммерциализации;
- коммуникации с заказчиками, деловыми партнерами, инвесторами, конкурентами, исследовательскими организациями и ВУЗами;
- лоббирование интересов в государственных институциональных структурах.

Для малых и средних предприятий, особое значение в качестве внешнего фактора развития инновационной деятельности приобретает использование образовательного трансфера, а также консультаций [4].

Это дает малым и средним предприятиям особые шансы более широко применять свои весьма ограниченные по объему исследования и разработки и дефицитные кадровые ресурсы. Существует несколько форм трансферных услуг:

- выдача и получение заказов по линии самостоятельных и независимых научно-исследовательских организаций, институтов при университетах и т.п.;
- коллективные исследования и научно-исследовательская кооперация;
- использование технологических банков данных и услуг государственных консультационных учреждений;
- специальная литература.

Богатый выбор вариантов поддержки инновационных проектов специально для малых и средних предприятий предлагается в рамках государственных программ развития, например:

- программы поддержки малых и средних предприятий в области технологического трансфера;
- предоставление помощи при внешних инновационных консультациях (материального и нематериального характера);
- косвенные мероприятия по стимулированию исследований и разработок (например, снижение налогов);
- прямая помощь по определенным технологическим направлениям;
- помощь при создании инновационных предприятий.

В рамках целенаправленного инновационного менеджмента необходимо оценивать различные программы помощи и отбирать те, которые заслуживают внимания и могут подойти для условий конкретного предприятия.

Большой вопрос для малых и средних предприятий в рамках реализации инновационных проектов – слабость финансовой базы – может быть разрешен благодаря целевому планированию, которое находит отражение в соответствующей концепции финансирования. Такие предприятия могут воспользоваться государственной помощью или прибегнуть к формам финансирования долевого участия.

Решающее значение имеет заблаговременное финансовое планирование с определением потребностей в финансовых средствах по всем фазам инновационного процесса, чтобы гарантировать их обеспечение в нужные сроки.

Внутренние факторы – это существенные особенности предприятия, отличающие его от конкурентов и определяющие его инновационную состоятельность. К ним относятся:

- мотивированное руководство;
- интеграция технологических и организационно-управленческих инноваций;
- высокая производительность;
- эффективные отношения с персоналом, широкое вовлечение его в инновационный процесс;
- непрерывное организационное обучение;
- эффективная система маркетинга, осуществляющая коммуникации с конечными потребителями;
- управление качеством, инфраструктурой, организационным развитием [4].

Внутренние факторы в свою очередь также можно подразделить на две группы.

В первую группу входят факторы, формирующие систему внутренних экономических отношений и способы взаимодействия с факторами внешней среды. Вторую группу образуют факторы, характеризующие «внутренние ресурсы» организации.

Первая группа факторов – это:

- форма собственности на средства производства, определяющая характер экономических интересов хозяйствующих субъектов, в целом внутрифирменных экономических отношений, в том числе отношения управления;
- организационная структура, обуславливающая мобильность экономической системы в процессе принятия управленческих решений и степень соответствия этих решений воздействию внешней среды;
- «размер организаций», определяющий ее принадлежность к категории: «малые», «средние», «крупные» компании;
- отраслевая принадлежность, характеризующая специализацию компании, основную цель ее деятельности, долю на рынке и конкурентоспособность на рынке.

Размер фирмы влияет на ее способность концентрировать не только финансовые, но и человеческие ресурсы для осуществления инноваций.

При прочих равных условиях, чем более крупный размер имеет фирма, тем у нее больше возможностей для отвлечения части производственных ресурсов в инновационную сферу.

Вторая группа факторов включает:

- финансовое положение компании, дающее представление о ее финансовой устойчивости, степени ее зависимости от внешних источников финансирования инноваций, ее платежеспособность и, как следствие, возможность получения кредита для реализации инновационных проектов;
- научно-технический потенциал, характеризующий возможности организации в области НИ-ОКР;
- производственный потенциал, характеризующий производственную базу компании, возможность производить ту или иную продукцию, производственную мощность;
- кадровый потенциал, определяющий уровень профессиональной квалификации персонала организации, необходимый для осуществления инноваций.

В качестве средства, формирующего систему внутренних экономических отношений и способы взаимодействия с факторами внешней среды, выступает реструктуризация предприятий.

Процессы реструктуризации могут носить пассивный характер, выражающийся в закрытии убыточных подразделений, сокращении персонала, уменьшении расходов на объекты социальной сферы, реструктуризации задолженности и др., а также активный характер, заключающийся во внедрении новых производственных и управленческих технологий, инвестициях в обучение, продвижении на новые территориальные рынки традиционной продукции, разработке новой продукции и ее продвижение на рынок и др. В научной литературе к числу направлений реструктуризации относят продуктовые (горизонтальные и вертикальные), технико-технологические и организационно-управленческие инновации [1].

Продуктовые инновации являются самым распространенным типом активности предприятий в Республике Казахстан в ходе их реструктуризации. Существенное различие между инновациями вообще и продуктовыми инновациями в частности касается источника инновационной активности: осуществляются ли они посредством имитации, заимствования существующих технологий или продуктов от других компаний, либо с помощью собственных исследований и разработок. В одном случае речь идет об имитации, во втором – непосредственно об инновации.

Конкурентный фактор обеспечивает отбор инноваций на рынке товаров. Вместе с тем, конкуренция – это и экономическая среда конкретного рынка, на котором взаимодействуют и другие экономические факторы.

Между конкуренцией и инновационными отношениями существует самая тесная связь. В определенном смысле инновационные отношения являются порождением конкуренции, а результаты таких отношений являются орудием в конкурентной борьбе.

Конкуренция со стороны других компаний выступает в качестве существенного фактора стимулирования инновационной активности на предприятии.

Так, Ю. Симачев отмечает перевернутую зависимость инновационной активности предприятий от уровня конкуренции на рынке [3].

В начале, с ростом числа конкурентов на рынке инновационная активность возрастает, а затем стабилизируется или даже падает. Умеренная конкуренция способствует ускорению процесса внедрения новшеств. Но с усилением конкурентной борьбы денежные ресурсы истощаются, инновационный процесс или замедляется или прекращается совсем.

Факторы, стимулирующие инновационную активность предприятия, связаны с возникновением новых потребностей и предпочтений у потребителей, сокращением жизненного цикла товаров, повышением наукоемкости продукции.

К горизонтальным продуктовым инновациям относятся такие формы инновационной активности как расширение ассортимента товаров, ранее производимых предприятием; создание нового внешнего вида и упаковки товаров.

К вертикальным продуктовым инновациям следует отнести такие формы инновационной активности, как: создание качественно нового товара; замена снятой с производства устаревшей продукции; улучшение качества производимой продукции; внедрение новой системы послепродажного сервиса.

При горизонтальной конкуренции рост инновационной активности является способом занятия новых рыночных ниш или закрепления на уже имеющихся нишах. При вертикальных связях инновации являются ответом на повышение требований к поставщикам со стороны покупателей сырья и полуфабрикатов, либо желанием поставщиков обеспечить соответствующий уровень продвижения товара на рынке.

Под процессными инновациями следует понимать усовершенствование используемой или внедрение совершенно новой технологии, модернизацию оборудования.

Управленческие инновации ставят своей целью преобразование управленческой структуры компании, совершенствование системы корпоративных финансов, а также управление персоналом.

Если конкуренция является стимулом для инновационной активности, то трансферт технологий становится средством проникновения в компанию новых идей в ситуации, когда процесс инноваций происходит посредством копирования и имитации. Трансферт более современных технологий чаще всего реализуется посредством горизонтальных связей между предприятиями. Речь идет о простом копировании нового продукта, нового технологического процесса, а также новых управленческих решений у компаний, действующих на одном и том же рынке, т. е. у компаний-конкурентов.

Для характеристики инновационной активности применяется такой показатель, как доля инновационных предприятий, т.е. тех, кто осваивает новую продукцию или новые технологии. В странах OECD показатель доли инновационных предприятий в промышленности составляет 53%. В Казахстане этот показатель значительно меньше.

Следует отметить, что инновационно активное предприятие в Казахстане существенно отличается от западного, т.к. западное предприятие работает в условиях высококонкурентного рынка, насыщенного качественной продукцией. Казахстан же заметно отстает от стандартов качества международного рынка. Значительная часть новой продукции является новой лишь на казахстанском рынке и не является конкурентоспособной, а ее доведение до мировых стандартов требует таких затрат и усилий, которые многие предприятия позволить себе не могут. В связи с этим можно выделить три типа казахстанских предприятий в зависимости от характера и масштаба инноваций [3].

Тип 1 – инновационные предприятия, работающие на международном уровне. Это преимущественно крупные предприятия, работающие на госзаказ, имеющие достаточно развитую материально-техническую базу и продающие свою продукцию на международном рынке.

Тип 2 – инновационные предприятия, работающие на уровне требований казахстанского рынка. Это предприятия, продукция которых предназначена в основном для казахстанского рынка и лишь частично продающих продукцию за рубежом. Производственная база таких предприятий, как правило, не достигает мировых стандартов, а внедряемые инновации влияют в основном не на обновление производства, а на улучшение финансового положения и других сторон работы предприятий.

Тип 3 – предприятия, которые не занимаются нововведениями. К сожалению, в настоящее время к этому типу относится большинство казахстанских предприятий. Это, в основном, мелкие и средние предприятия с устаревшей материальной базой, незагруженными производственными мощностями, не выходящие на внешний рынок.

Важным фактором развития инновационной активности является качество рабочей силы. Более высокое качество рабочей силы, характеризующееся более высоким уровнем образования, квалификации работников, приводит к более эффективному использованию производственных ресурсов. Именно образовательный уровень отражает креативную способность работников воспринимать новые идеи, появившиеся на рынке. Качество рабочей силы определяет способность фирмы осуществлять собственные НИОКР или копировать новые продукты у других фирм.

Компания, использующая принципы обучающейся организации, становится привлекательным местом работы для высококвалифицированных творческих работников, улучшает отношения с заказчиками и партнерами. Особая роль в этом принадлежит науке. Поэтому она должна быть тесно интегрирована в производство, стать участником инновационного цикла разработки, распространения и использования инноваций.

О конкурентных возможностях можно судить по показателям относительной доли рынка, контролируемой компанией, скорости реакции на изменение рыночной ситуации и т.п. Технические возможности обусловлены параметрами оборудования, технологической схемой производства и т.п. Особо следует отметить возможности организационной культуры в продвижении инноваций и роль сильного руководства в создании такой культуры.

Библиографический список:

1. Краснова Л.В. Внутренние проблемы управления инновационной деятельностью / Краснова Л.В. // Проблемы экономики. Выпуск 5(18) – Москва: Изд-во ООО «Спутник +», 2007. – С.79.
2. Посталюк М.П. Влияние разных факторов экономической системы на инновационные отношения в конкурентной среде// Проблемы современной экономики. – Спб., 2005. – № 3(15). – С. 34.
3. Симачев Ю.В. Направления и факторы реформирования промышленных предприятий //Экономический журнал ВШЭ. – 2001. – №3. – С. 328.
4. Степанова Е.А. Инновационная стратегия: потенциал, ограничения, предпосылки успешности //http://tisbi. Ru
5. Метелев С.Е. Корпоративный менеджмент и управление процессом изменений. Человек и труд. –2010. – № 2. С. 62-63.
6. Метелев С.Е., Завгородняя Т.В. Современный инновационный менеджмент. Учебное пособие. / Омск: изд-во «Компаньон», 2014 – 176 с.

НЕОБХОДИМОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ ВИРТУАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ

Варавва М.Ю.,

к.э.н., Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Современный этап для экономик ведущих стран мира может быть охарактеризован как период приоритетности и опережающего развития невещественных секторов экономики, базирующихся на информационных технологиях. Информационный сектор является генератором важнейших виртуальных услуг, которые становятся доступными вне зависимости от географических условий, расстояния, уровня получаемых доходов и трудоспособности субъектов.

Важным условием создания информационного сектора экономики является активное потребление информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) населением, а одним из первоочередных направлений деятельности в данном аспекте – повышение осведомлённости населения о возможностях использования ИКТ.

Виртуализация многих сфер жизни объективно инициировала возникновение различных электронных услуг. Электронные услуги представляют собой различные виды материальных и нематериальных услуг, оказываемых в электронной форме с использованием ИКТ, включая Интернет.

Сегодня общемировой тенденцией является сокращение доли госуслуг в традиционной присутственной форме взаимоотношений госслужащих и услугополучателей. О неэффективности оказания государственных услуг при традиционной модели свидетельствует статистика, приведенная The Microsoft Government Leaders Forum. Так, в Европе на бюрократическую волокиту расходуется ежегодно порядка 484 млрд долларов, в США – порядка 843 млрд долларов [8]. Как отмечает Европейская комиссия, полное переведение госуслуг в режим онлайн позволит населению ежегодно экономить до 150 евро, а компаниям – до 50 евро, которые сегодня затрачиваются на преодоление административных бюрократических барьеров. Если говорить об экономии времени, то только электронное декларирование налогов в странах Евросоюза позволит экономить европейским гражданам порядка 100 млн часов в год. Как показывают исследования, эффективным может быть даже просто своевременное информирование населения: согласно отчету *Implementing the President's Management Agenda for E-Government*, популярный американский сайт *UsinssLaw.gov* обеспечивает представителей малого бизнеса быстрым доступом к юридической и регулирующей информации, помогает коммерсантам сократить расходы в общей сложности на 56 млн долл. в год [7].

Насколько Россия готова к восприятию и использованию электронных услуг, иллюстрируют ряд важнейших индикаторов развития информационных секторов национальной экономики. С 1 июля 2012 года все регионы и муниципалитеты начали постепенный переход на электронное межведомственное взаимодействие, а к 2018 году порядка 70% всех государственных услуг должны оказываться в электронном виде [10]. Согласно отчету ООН, Россия по уровню зрелости электронного правительства занимает лишь 50-е место в мире.

Если говорить об охвате электронными услугами населения, то в 2014 году Россия занимала 27 место (из 193 стран) в мировом рейтинге по уровню развития электронного правительства; 42 место (из 166 стран) по уровню развития ИКТ. На начало 2015 года пользователями Интернета являются 82 миллиона россиян, или 66% населения России в возрасте 12-64 лет [9]. Ежедневно выходят в Сеть 53% взрослых пользователей, или 61,5 миллиона человек; число пользователей Интернета в возрасте от 18 лет составляет 76 миллионов человек; годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз в месяц, составил 8%, а для суточной аудитории данный показатель равен 6% [9]. По количеству пользователей Интернета Россия ещё в 2012 году вышла на первое место в Европе и на шестое место в мире.

Однако, уровень проникновения информационных технологий в нашей стране еще недостаточный, а доступность услуг, оказываемых в электронном виде, в России составляет всего порядка 25% [5].

В этом аспекте важнейшим ИТ-проектом России последних лет стал переход к оказанию государственных услуг в электронном виде. К перспективным направлениям развития электронных услуг в центре и регионах России, следует отнести: электронные услуги, ориентированные на адресных потребителей; новые формы электронной торговли, в том числе в системе закупок товаров и услуг для государственных нужд; удаленная работа; развитие государственных и муниципальных электронных услуг на основе концепции «электронного правительства»; электронные СМИ; оплата через электронную систему переводов «Кибер Деньги» и т.д. [7].

Методология внедрения информационных технологий в систему государственного управления рассматривается в рамках концепции «электронного правительства» (e-government) и направлена на повышение эффективности деятельности государственных учреждений и усиления конкурентоспособности национальных экономик. Согласно определению Европейской комиссии, электронное правительство – это технология использования в государственных структурах информационно-телекоммуникационных инноваций, направленных на улучшение функционирования госструктур и повышение уровня оказываемых ими услуг населению.

В России за период 2011-2014гг. были созданы правительственные интернет-порталы различных субъектов РФ, а также Единый портал государственных услуг – «*gosuslugi.ru*».

Электронное правительство выступает как система государственного управления, основанная на автоматизации всей совокупности управленческих процессов в масштабе страны, служащая цели повышения эффективности госуправления и снижения издержек социальных коммуникаций для каждого гражданина [8].

Принципы электронного правительства подразумевают возможность получения традиционных правительственных услуг в онлайн-режиме. Ключевым моментом в данном контексте является подход к государству как поставщику виртуальных государственных управленческих и административных услуг для населения и бизнеса. Исходя из данного положения, основными целями предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде являются:

- снижение административных барьеров;
- повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг;
- упрощение процедуры предоставления государственных услуг и сокращение сроков их оказания;
- внедрение единых стандартов обслуживания граждан.

Программа «электронное правительство для всех» предполагает следующие элементы:

- адресная ориентация на пользователя;
- реинжиниринг процесса предоставления услуг;
- максимальная открытость, прозрачность, подотчетность электронных услуг;
- совместное использование электронной инфраструктуры (базовых систем, модулей, приложений);
- многоканальное предоставление услуг (мобильная телефонная сеть, электронные терминалы, колл-центры, многофункциональные центры, интернет-порталы);
- общегосударственный системный подход;
- безопасная идентификация [4].

Идея электронного правительства основана на действии Интернет-облака (эластичные ИТ-мощности, предоставляющие заказчикам сервисы через интернет, которые могут синхронизировать данные). Интернет-облако (Cloud Computing) – единая облачная инфраструктура электронного правительства, которая позволяет достичь принципиальных социально-экономических и технологических эффектов.

К таким эффектам следует отнести:

- снижение затрат предоставления услуг;
- сокращение времени оказания услуг;
- блокирование бюрократических барьеров со стороны административного аппарата;
- обеспечение доступности граждан к самым новейшим технологиям;
- снижение нагрузки на традиционные ресурсы, в том числе за счет внедрения технологий безбумажного документооборота;
- обеспечение доступа к услугам населения отдаленных и труднодоступных регионов и территорий;
- увеличение информационной безопасности [4].

Причем, больше всего положительной отдачи от электронной услуги ожидает население регионов и отдаленных провинций.

Ожидаемыми результатами создания электронного правительства будут:

- повышение качества предоставляемых государственными органами услуг;
- сокращение времени обслуживания пользователей услуг;
- ликвидация административных барьеров, на преодоление которых при традиционной государственной структуре требуется немало дополнительных ресурсов;
- расширение выбора и разнообразия государственных услуг;
- рост эффективности деятельности государственных органов;
- улучшение показателя удовлетворенности услугами клиентов;
- значительное сокращение расходов на управление;
- снижение стоимости проведения транзакций (промежуточных сделок) и упрощение взаимодействия между различными ведомствами;
- снижение стоимости услуг;
- сокращение числа госслужащих.

Для граждан выгодами могут являться получение информации о штрафах, оплата коммунальных услуг, подача налоговых деклараций, получение копий разнообразных свидетельств и документов, возобновление регистрации транспортных средств и водительских прав, регистрация кадастровых документов, поиск работы, программа «одного окна», электронное удостоверение личности, электронная таможня, гражданство и регистрация и пр. Для бизнеса эффекты распространения электронных услуг проявляются в регистрации новых компаний, обновлении лицензий, уплате корпоративных налогов, отправке сведений в статистические органы, подаче таможенных деклараций, проведении выплат в фонды социального страхования и т.д.

В настоящее время завоевывают популярность онлайн-сервисы. К сожалению, население РФ использует стандартный набор онлайн-услуг: заполнение налоговой декларации, заказ нужного документа, регистрация в базе данных вакансий свободных рабочих мест, оплата Интернет, телекоммуникационных услуг, услуг сотовой связи, штрафов ДПС, почтовых посылок, получение доступа к дистанционным образовательным услугам [3].

Сегодня на большинстве правительственных ресурсов (91%) двусторонняя интерактивность реализуется в основном через возможность обращения граждан к госчиновникам посредством электронной почты. Примерно на трети ресурсов посетители могут участвовать в онлайн-обсуждениях либо выкладывать комментарии на досках сообщений в соответствии с вынесенными на обсуждение проблемами; 19% правительственных веб-сайтов позволяют гражданам регистрироваться для получения обновлений по конкретным проблемам (в форме ежемесячных электронных информационных бюллетеней или уведомлений) [10].

Немаловажным аспектом является равнодоступность электронных услуг для населения регионов России. Одним из важных факторов, определяющих уровень использования ИКТ для развития региона, является наличие услуг предоставления доступа в Интернет, которые во многом зависят от состояния инфраструктуры передачи данных. Задача построения электронного правительства требует, чтобы органы государственной власти и местного самоуправления обладали необходимой ИКТ-инфраструктурой. Наличие современной, высокотехнологичной инфраструктуры является важнейшим фактором, определяющим формирование информационного общества и электронного правительства. ИКТ-инфраструктура включает в себя территориально распределенные информационные системы, линии и средства связи, средства вещания, каналы передачи данных и обеспечивает техническую платформу для качественного доступа к информационным услугам и технологиям.

Для повышения уровня информатизации, распространения знаний и осведомленности граждан необходимо повышение уровня образования всего населения в области ИКТ. Именно поэтому развитие сектора образования является приоритетной. Особое внимание в данном аспекте уделяется компьютеризации и интернетизации школ, колледжей, вузов, подготовке преподавателей, разработке образовательных программ и инструментов электронного дистанционного обучения.

Подключение российских образовательных учреждений на региональном и местном уровне к сети Интернет позволило создать условия для поэтапного перехода к новому уровню образования на основе ИКТ. Благодаря этому стали использоваться новые формы обучения (электронные учебники), расширился доступ учащихся к современным образовательным ресурсам.

Например, Оренбургская область входит в число регионов, активно внедряющих в школьное образование методику Intel «Обучение для будущего», которая направлена на повышение квалификации учителей по проблемам освоения проектной методики, как одной из эффективных технологий в условиях практического использования ИКТ.

Применение информационных технологий для социального развития подразумевает максимальное использование эффекта, оказываемого информатизацией в рамках различных специальных программ, направленных на оказание услуг отдельным группам населения: детям, пенсионерам, инвалидам. Как правило, определяется минимальный перечень информационных услуг, доступ всех граждан к которым становится целью действий государства, местных органов власти. Примером таких программ служат «ИКТ для всех» и «Интернет для всех» [2].

Так, в Оренбургской области с помощью средств ИКТ расширяется доступ к инклюзивному образованию: в области около 500 детей-инвалидов обучается на дому; осуществляется федеральный проект «Создание форм дистанционного образования для детей с ограниченными возможностями, не посещающих учебные заведения по состоянию здоровья», в этих целях открыт Центр дистанционного обучения для детей с ограниченными возможностями, в котором проходят обучение 100 детей, не посещающих школу.

Положительный потенциал и эффект от внедрения и развития электронных услуг неоспорим: огромный потенциал искусства, литературы становится доступен не только в библиотеках и музеях; государственные, медицинские и социальные услуги становятся доступными в интерактивном режиме; имеется возможность использовать телекоммуникации для работы и досуга, получения информации; образование становится дистанционным; государственные, деловые структуры могут обмениваться информацией электронным путем, снижая объем бумажной работы и улучшая качество.

Методология перевода многих услуг, в т.ч. государственных, в электронный вид является важным этапом комплекса мероприятий, направленных на создание системы планирования, формирования заказа, исполнения и контроля реализации проектов, связанных с внедрением элементов электронного правительства.

Библиографический список:

1. Информационно-телекоммуникационные технологии в Оренбургской области. [Электронный ресурс]. URL: //http://www.orenburg-gov.
2. Кондратьев В. Интеграция нематериальных и вещных элементов современного производства / Услуги в современной экономике/Под ред. В. Кондратьева, Л. Демидовой. – М.: ИМЭМО, 2010.
3. Курицкий А. Глобализация и интернет//Проблемы современной экономики. – 2003. – № 3.
4. Нащекин А. Электронное правительство/2-ой Международный форум «Государственные электронные услуги: стратегические задачи и практические решения для России»//Ведомости. 21 июня 2011.[Электронный ресурс]. URL: /http://www.comnews-conferences.ru
5. Официальный сайт Мининформсвязи РФ, 2014.[Электронный ресурс].URL: / http://minsvyaz.ru/ru/
6. Портал Правительства Оренбургской области.[Электронный ресурс].URL: /http://www.orenburg-gov.rul
7. Трейвиш А.И. Мировые города в постиндустриальной экономике: термины, теоретические конструкции и реальность /А.И. Трейвиш, А.В. Курасов // Мир России. – 2009. – № 1.
8. Шляхтина С. Электронное правительство в цифрах и фактах//Компьютер-Пресс. – 2014. – № 2.
9. Численность интернет-аудитории. [Электронный ресурс].URL:// http://www.bizhit.ru/
10. Электронное правительство России. [Электронный ресурс]. URL: //http://www.tadviser.ru/

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ СТРАН СНГ ПО УРОВНЮ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО СТАРЕНИЯ

Галушкина Е.А.,

*к.э.н., доцент, Высшая школа администрирования
Академии государственного управления при Президенте Кыргызской Республики*

В статье проанализированы долгосрочные тенденции демографических процессов различных по характеру и интенсивности в странах СНГ, приведшие к существенным сдвигам в возрастной структуре населения, что позволило систематизировать государства на основе различий в уровне старения населения. Приведено ранжирование стран СНГ по этапам старения населения, согласно классификации ООН.

Ключевые слова: демографическое старение, дотрудоспособное население, трудоспособное население, послетрудоспособное население, профиль возрастной структуры, этапы старения населения.

ANALYSIS OF LONG-TERM TRENDS IN SHIFTS OF THE GENDER AND AGE STRUCTURE OF CIS COUNTRIES' POPULATION

Galushkina Elena Alexandrovna,

*The Academy of Public Administration under the President of the Kyrgyz Republic;
Kyrgyz Republic, Bishkek*

Abstract: The article analyzes long-term trends of demographic processes with different nature and intensity in CIS countries, which led to significant shifts in the age structure of the population that has allowed to systematize states on the basis of differences in the aging population. Also shown the ranking of CIS countries within the stages of population's aging, according to the UN classification.

Keywords: *demographic aging, pre-working-age population, working-age population, post-working-age population, the profile of the age structure, the stages of aging of population.*

Процесс демографического старения – глобальное явление, происходящее практически во всех странах мира и затрагивающее все группы населения. Старение населения характеризуется увеличением доли пожилых людей (60 лет и старше) при сокращении доли детей (в возрасте до 15 лет) и населения трудоспособного возраста (от 15 до 59 лет). Ожидается, что в 2045 году число пожилых людей во всем мире превысит число детей.

Данные Межгосударственного статистического комитета СНГ возрастного состава населения также свидетельствуют о наличии тенденции старения населения, при этом имеют место определенные особенности протекания данного процесса в странах СНГ.

На начало 2014 года в совокупном населении СНГ дети в возрасте до 15 лет составляли 19 процентов, пожилые люди в возрасте 65 лет и старше – 11 процентов, а остальные 70 процентов – люди рабочих возрастов от 15 до 64 лет. По отдельным странам СНГ возрастная структура населения существенно различалась (рис. 1). Если в республиках Средней Азии доля пожилых людей 65 лет и старше не превышала 4 процентов, а в Казахстане и Азербайджане составляла 6 процентов, то на Украине она достигала 15 процентов и равнялась доле детей моложе 15 лет. Помимо Украины, столь же низкой долей детей отличалось население Белоруссии и России, а также Молдавии (16 процентов). В то же время в Таджикистане и Туркмении доля детей в возрасте до 15 лет превышала треть населения. В результате, доля населения рабочих возрастов в двух последних странах была минимальной (около 60 процентов), а демографическая нагрузка – отношение совокупного числа детей и пожилых к численности населения рабочих возрастов – напротив, максимальной (695 детей моложе 15 лет и пожилых 65 лет и старше на 1000 человек в возрасте 15-64 года в Туркмении и 639 в Таджикистане). Наименьшая демографическая нагрузка сейчас в Молдавии (351), а также в Азербайджане и России (по 389). Но если в Азербайджане она на 79 процентов представлена нагрузкой младшими возрастными (до 15 лет), то в Молдавии – на 62 процента, а в России – на 54 процента.

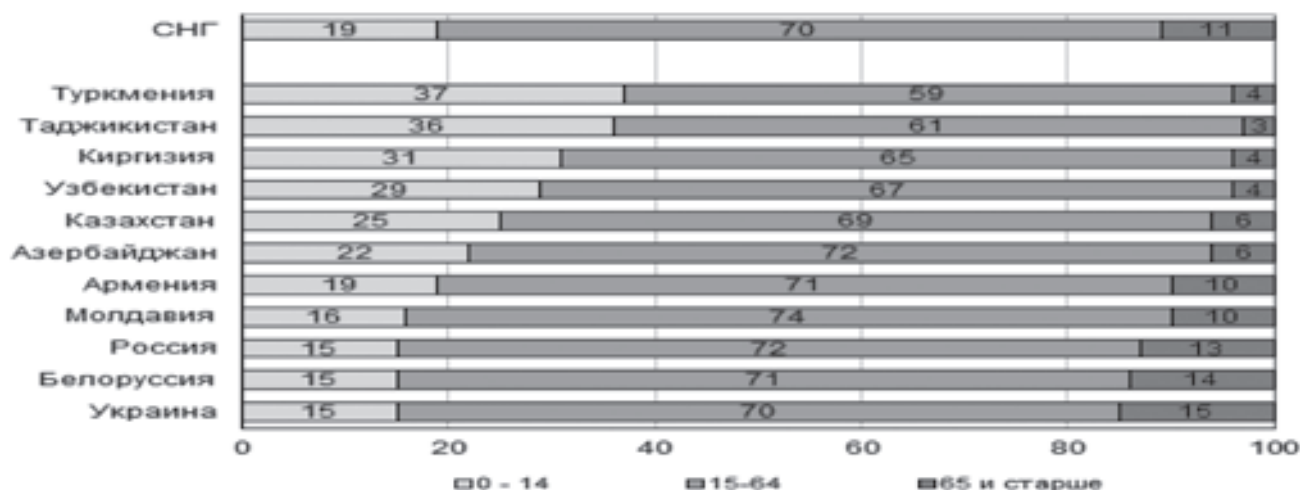


Рисунок 1. Распределение населения стран СНГ по основным возрастным группам на начало 2014 года¹, процентов [2].

Демографическая нагрузка старшими возрастами (65 лет и старше) выше всего на Украине (214 на 1000 человек 15-64 лет), несколько ниже в Белоруссии (197) и России (181), а в ниже всего – в Таджикистане (49) [1].

Если в целом по СНГ на одного пожилого человека в возрасте 65 лет и старше приходится примерно 6 человек рабочего возраста (15-64 лет), то на Украине и в Белоруссии значение коэффициента потенциальной поддержки чуть ниже – 5 человек в возрасте 15-64 лет на одного пожилого человека 65 лет и старше, а в государствах Средней Азии – от 15 до 20 человек 15-64 лет на одного пожилого человека 65 лет и старше.

Текущая тенденция нашла свое отражение в динамике исследуемых показателей за период с 1991 по 2013 гг.

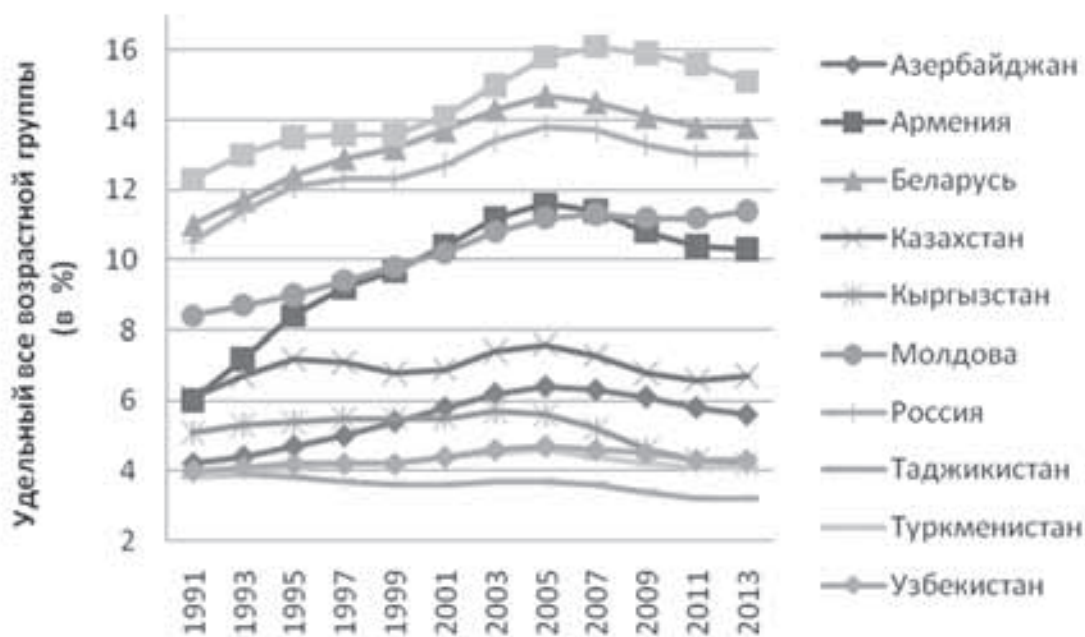


Рисунок 2. Динамика доли лиц дотрудоспособного возраста населения стран СНГ (в возрасте от 0 до 14 лет)

¹ Армения, Казахстан, Россия, Таджикистан и Узбекистан – на начало 2013 года; Туркменистан – на начало 2001 года.

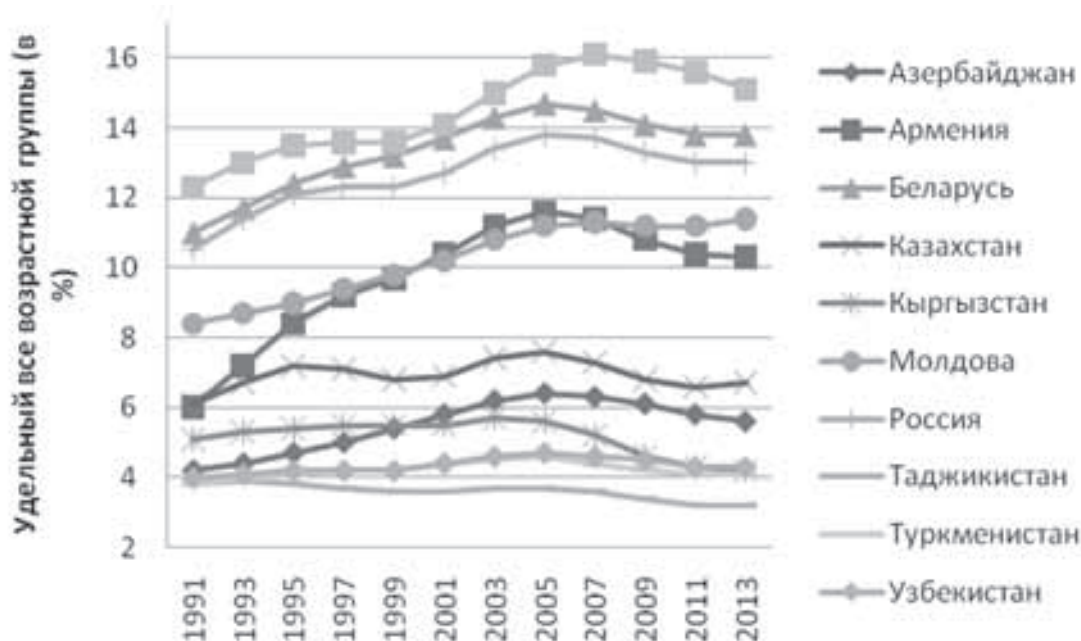


Рисунок 3. Динамика доли лиц послетрудоспособного возраста населения стран СНГ (в возрасте старше 65 лет)

Исследуемые нами государства Содружества существенно различаются по характеристикам возрастной структуры населения. Так, например, наибольший удельный вес населения в дотрудоспособном возрасте (40 процентов и более) был в 1991 г. характерен для Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана, что почти в 2 раза превышало аналогичные показатели в Беларуси, Украине и Российской Федерации. По состоянию на 2013 год Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан практически сохранили данный уровень лиц, находящихся в дотрудоспособном возрасте (от 30 до 35 процентов), приблизился к нему и к мировому значению данного коэффициента – 26 процентов – Кыргызстан, достигнув 30 процентов. Государства Европейской части СНГ сохранили сложившуюся тенденцию, не превысив 15 процентов дотрудоспособного населения (рис. 2).

В ранжированном ряду стран по доле лиц послетрудоспособного возраста именно государства Европейской части СНГ занимают первые строки. В частности, в 1991 году уровень послетрудоспособного населения в России, Украине и Беларуси составил 10,12 и 11 процентов соответственно. Сохранилась данная тенденция и в 2013 году, когда удельный вес лиц послетрудоспособного населения составил 13,14 и 15 процентов соответственно. Следует отметить, что и в рассматриваемой категории именно такие страны, как Армения и Казахстан на протяжении всего рассматриваемого периода в наибольшей степени отражали мировые тенденции, достигнув от 6 процентов до 10 процентов при динамике мирового значения данного показателя от 6,3 до 7,9 процентов (рис. 3).

Указанный количественный разрыв и позиции стран сохраняются и до 2013 г. ввиду региональных особенностей воспроизводства населения и различных эволюционных стадий демографического развития.

Удельный вес населения в трудоспособном возрасте увеличивается во всех странах СНГ. Наибольший рост (до 20 процентов за период 1991 – 2013 гг.) характерен для традиционно более «молодых» стран. При этом Беларусь, Россия, Украина на протяжении всего рассматриваемого периода традиционно превышали мировые значения данного показателя на 5-10 процентов (рис.4).

Процесс перераспределения населения между основными возрастными группами в изучаемых странах в целом имеет схожие тенденции, но для отдельных стран характерны существенные отличия. При условии, что во всех исследуемых государствах идет сокращение доли дотрудоспособного населения, рост удельного веса трудоспособных, с различием лишь в темпах динамики, процесс старения населения и динамика доли лиц послетрудоспособного возраста не всегда имеет одинако-

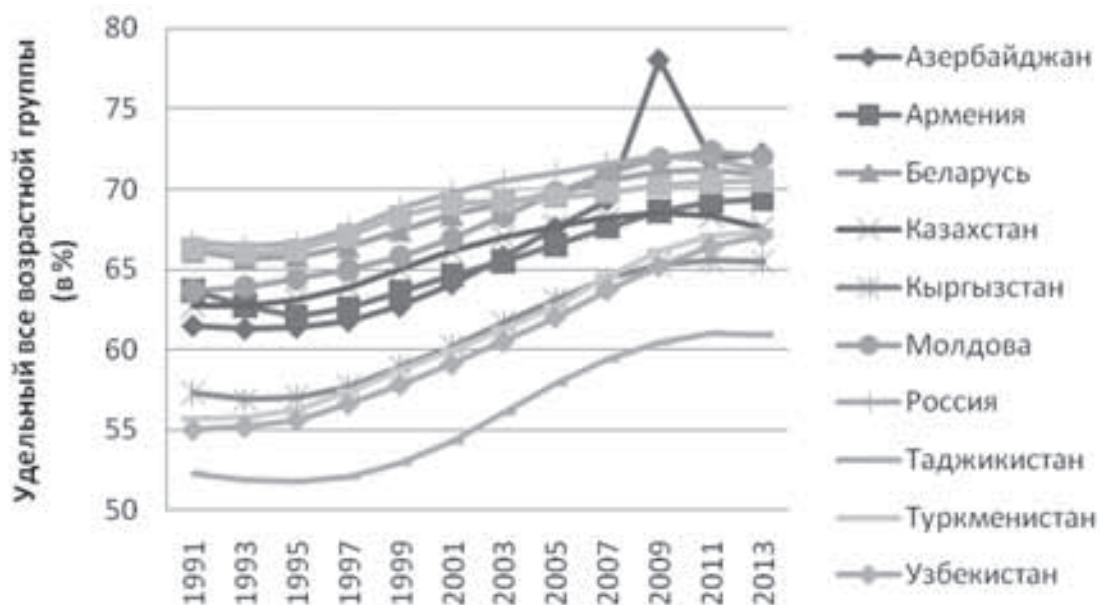


Рисунок 4. Динамика доли лиц трудоспособного возраста населения стран СНГ (в возрасте от 15-64 лет)

вый вектор. Более 80 процентов стран СНГ характеризуется ростом коэффициента старения и доли послетрудоспособного населения, а в Кыргызстане, Узбекистане и Таджикистане наблюдается обратный процесс – снижение удельного веса указанных групп населения (лишь указанная тенденция не совпадает с мировыми закономерностями).

С учетом вышеизложенного можно составить профиль возрастной структуры населения стран СНГ по сравнению с остальными странами мира (рис. 5).

В целом профиль возрастной структуры стран СНГ существенно не отличается от мировых значений рассматриваемых возрастных групп, что свидетельствует о схожести тенденций демографических процессов.

Для измерения старения населения используют специальные шкалы, основанные на указанных значениях возраста, в частности шкалу Ж. Боже-Гарнье – Э. Россета², эксперты отдела демографии ООН в 1959 г. приняли возраст 65 лет как границу для измерения процессов старения и предложили три уровня, характеризующие демографическую структуру населения.

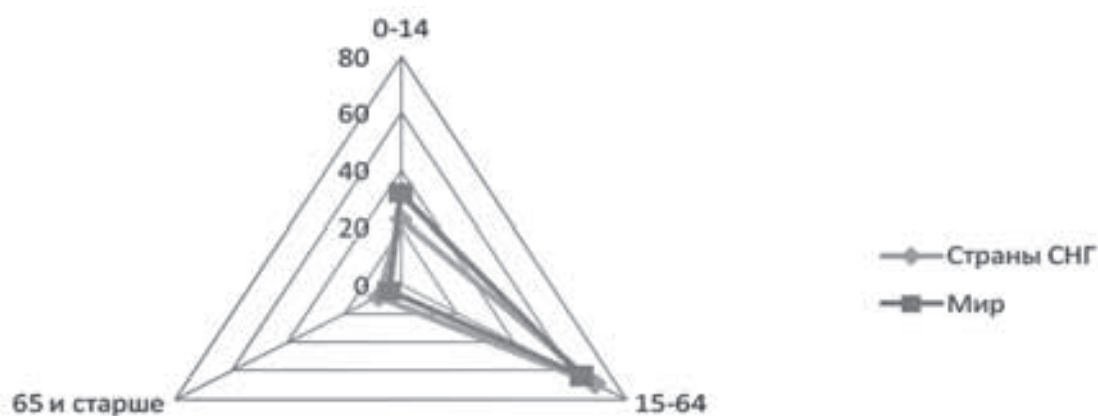


Рисунок 5. Профиль возрастной структуры населения стран СНГ на фоне мира по состоянию на 2013 г.

² Если в качестве критерия используется возраст 65 лет, то применяется шкала демографического старения ООН.

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Таким образом, эволюция демографических процессов различных по характеру и интенсивности, в странах СНГ привела к существенным сдвигам в возрастной структуре населения.

Таблица 1. Ранжирование стран СНГ по классификации ООН (в процентах)
(по состоянию на 2013 год)

Доля лиц в возрасте 65 лет и старше, процентов	Этап старения населения	Наименование страны СНГ (значение показателя)
при наличии 4 процентов	молодое население	Кыргызстан (4,2) Таджикистан (3,2) Туркменистан (4,1) Узбекистан (4,3)
от 4 до 7 процентов	структура зрелого населения	Азербайджан (5,6) Казахстан (6,7)
более 7 процентов	старое население	Армения (10,3) Молдова (11,4) Беларусь (13,8) Россия (13,0) Украина (15,1)

Данные, приведенные в таблице, позволили систематизировать государства на основе различий в уровне старения населения и выделить три типа.

Тип 1. Страны с относительно молодым населением (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан). Данная группа самая многочисленная и включает 5 государств, для которых на протяжении всего периода исследования характерен этап демографической молодости согласно шкале старости ООН³, что выражается в величине коэффициента старения не более 4 процентов.

За исследуемый период 1991 – 2013 гг. в странах данной группы происходит активное течение третьей фазы демографического перехода, что вызвало сокращение доли дотрудоспособных от 17 до 30 процентов. Увеличение доли старших возрастов не так значительно – не более 10 процентов, а в Таджикистане и Кыргызстане – уменьшение в среднем на 15 процентов. В настоящее время численность дотрудоспособных от 20 до 40 процентов превышает численность лиц послетрудоспособного возраста, при тенденции роста в среднем на 7 процентов доли трудоспособного населения.

Тип 2. Страны со зрелым населением (Азербайджан, Казахстан) Для указанных государств величина коэффициента старения находится в пределах 4-7 процентов. За рассматриваемый период 1991-2013 гг. в Азербайджане сокращение дотрудоспособного населения составило 35 процентов и почти столько же рост послетрудоспособного населения, при наличии тенденции роста трудоспособного населения на 17 процентов позволяет классифицировать структуру населения Азербайджана как зрелого. В Казахстане при снижении доли лиц дотрудоспособного населения на 17 процентов и одновременным ростом удельного веса лиц послетрудоспособного населения на 10 процентов, при тенденции роста лиц трудоспособного населения почти на 8 процентов за период с 1991 по 2013 гг. также позволяет классифицировать структуру населения Казахстана как зрелого.

Тип 3. Страны с относительно старым населением (Армения, Молдова, Беларусь, Россия, Украина), когда величина коэффициента старения превышает 7 процентов.

Данные страны находятся либо на этапе перехода к 4 фазе демографического перехода, либо, завершив переходный процесс, на этапе активного течения 4 фазы демографического перехода, о чем свидетельствует увеличение числа послетрудоспособного населения от 70 до 23 процентов и сокращение дотрудоспособного населения от 40 до 30 процентов. В настоящее время в исследуемых странах практически равное соотношение этих возрастных групп с увеличивающейся долей

³ В качестве базы расчетов нами использовалась статистическая база экспертов ООН, что и обусловило выбор данной шкалы старости.

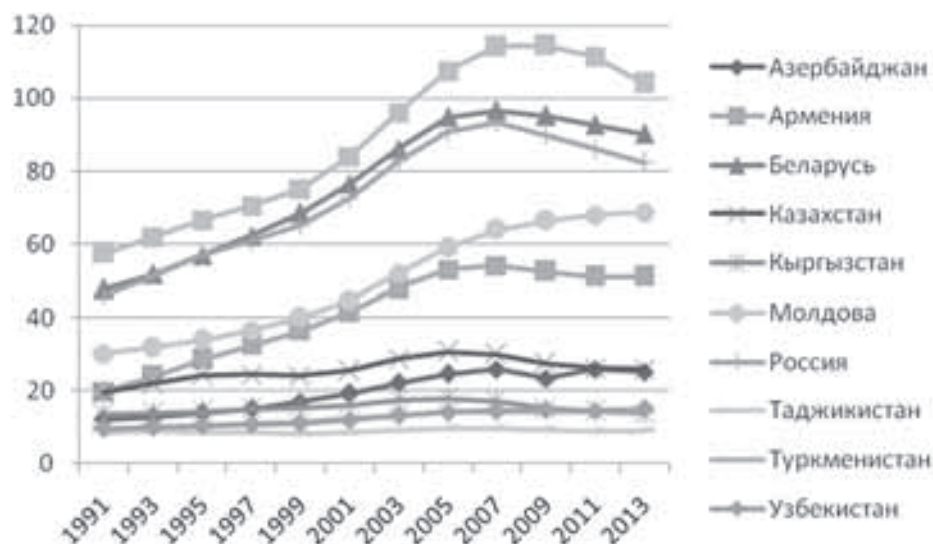


Рисунок 6. Динамика индекса старения стран СНГ за период с 1991 по 2013 годы

трудоспособных в результате инерционных изменений в структуре населения. Именно эти государства являются на современном этапе наиболее трудообеспеченными с долей трудоспособного населения 65 процентов и более.

Следует отметить, что к 2013 г. наиболее высокий уровень (более 15 процентов) демографической старости был характерен для Украины. За исследуемый период сокращение доли дотрудоспособного населения составило в среднем 32 процента, а рост послетрудоспособного – 23 процента.

Таким образом, прогрессирующая в течение более 15 лет депопуляция ведет к потере способности населения этих стран к демографическому саморазвитию.

Для изучения динамики процесса старения рассчитаем индекс старения стран СНГ за период с 1991-2013 г.г. (Рис.6)

Из рис.6 видно, что в Азербайджане, Армении, Беларуси, Молдове, Украине и России на протяжении рассматриваемого периода наблюдался рост данного показателя в 2 раза. В Казахстане, Туркменистане и Узбекистане уровень показателя возрос от 37 до 55 процентов. В таких странах как Кыргызстан и Таджикистан, несмотря на незначительные изменения индекса старения, к концу рассматриваемого периода – к 2013 году индекс вернулся к значению 1991 года и составил 14 и 9 процентов соответственно.

Изменения возрастной, а значит, и трудоспособной структуры населения связаны с конкретными экономическими, социальными и психологическими последствиями. В экономической сфере старение населения отражается на экономическом росте, сбережениях, инвестициях и потреблении, рынках труда, пенсиях, налогообложении и трансфертах между поколениями. В социальной сфере старение населения сказывается на составе семьи и условиях жизни, потребностях в жилье, миграционных тенденциях, эпидемиологической обстановке и потребностях в медицинских услугах. В политической сфере старение населения способно повлиять на результаты выборов и систему политического представительства.

Во-первых, увеличение налогообложения, т.к. приходится содержать большее количество социальных иждивенцев из-за «постарения» населения. Рост социальных расходов невозможен без роста налоговой нагрузки на граждан и на бизнес, ограничивает рост сбережений и инвестиционные возможности общества и государства, а значит, и ресурсную базу экономической модернизации.

Старение как всего, так и трудоспособного населения, особенно на фоне сокращения численности того и другого, может негативно влиять на экономический рост не только через замедление темпов роста производительности труда, но и через состояние внутреннего рынка, который сжимается, не подавая производству нужных стимулирующих сигналов, да и через все неизбежное

замедление темпов развития, спад энергии в обществе, не испытывающем напора поднимающихся молодых поколений.

Во-вторых, объем социальных выплат, льгот, услуг и проч. уменьшается, т.к. число налогоплательщиков падает. Значительное сокращение пакета социальных услуг – низкие пенсии, минимальный набор в страховой медицине, урезание льгот, нищая старость, практически отсутствие социального жилья.

В-третьих, при сокращении трудовых ресурсов трудно сохранять экономический рост или хотя бы стабильность.

В-четвертых, увеличение доли послетрудоспособного населения на фоне сокращающейся абсолютно и относительно численности экономически активного населения ведет к росту демографической нагрузки, создает дополнительные трудности в их пенсионном обеспечении посредством роста расходов пенсионных фондов.

Старение населения порождает новые требования к социальному обеспечению и медицинскому обслуживанию пожилых и старых людей, что приведет к необходимости дополнительных затрат на медицинское обслуживание. Следует отметить, что медицинское обслуживание 75-летнего гражданина обходится почти в 10 раз дороже, нежели пациента в возрасте 40 лет. В силу этого специалисты считают старение населения дорогостоящим феноменом.

В-пятых, проблема занятости «молодых пожилых» (до 70 лет), желающих работать, которая, в свою очередь, в условиях конкуренции может обострить проблему занятости взрослого трудоспособного населения.

Совершенно правильно отмечается, что данный процесс затрагивает практически все сферы жизнедеятельности человека и его нельзя рассматривать как чисто демографический факт, как простое следствие определенных сдвигов в структуре населения. Это важный фактор социальных изменений, влияние которых на общество может быть как прямым, так и многократно опосредованным.

Старение населения вызывало радикальные изменения в демографической, социальной структуре общества, в системах производства, распределения и потребления и повлияло, в конечном счете, на положение всех социальных групп и слоев. Важно отметить, что серьезные перемены происходят в общественном сознании, меняются ценностные ориентации, функции и роль самих пожилых людей. Большинство ученых видят в старении населения объективную реальность и, признавая противоречивость его результатов, ищут пути для адекватного учета в общественной практике при прогнозировании и планировании социального развития. На данный момент следует более глубоко продумать стратегические цели и задачи как демографической, так и социальной политики в отношении граждан старшего поколения для предупреждения неблагоприятной ситуации в обществе. При этом важно исходить из принципа сохранения активности пожилых и старых людей, их участия в экономической и культурной жизни общества

Таким образом, роль государства в решении социальных и экономических проблем должна повышаться. Его задачи должны быть связаны с определением и анализом параметров воспроизводства населения, моделированием и прогнозированием демографических процессов, описанием и анализом параметров демографической ситуации, анализом факторов, влияющих на характер протекания демографических процессов, выработкой мер проведения эффективной демографической политики.

Литература

1. Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств Режим доступа: <http://www.cisstat.com>
2. Евразийский демографический барометр № 667 – 66814 – 31 декабря 2015 Режим доступа: <http://demoscope.ru/weekly/arc/eabarom.php>

О РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА ОМСКА: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ ПРОБЛЕМ ЗА 2013–2015 ГОДЫ

Дороболук Т.Б.,

к.э.н., КУ г. Омска «Центр поддержки предпринимательства»

По данным Омскстата на 1 января 2016 года на территории города Омска зарегистрировано 68 332 субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – СМСП), в том числе:

- 35 492 ед. – малые и средние организации с учетом микропредприятий;
- 32 840 – индивидуальных предпринимателей (таблица 1).

Таблица 1. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в городе Омске

Категории СМСП	Единица измерения	на 1 января 2013 года	на 1 января 2014 года	на 1 января 2015 года	на 1 января 2016 года
Всего		71 932	65 549	65 428	68 332
Малые и средние организации, в т.ч.:		31 648	32 891	33 396	35 492
средние организации	единиц	153	132	166	139
малые организации (без микропредприятий)	единиц	2 416	2 499	2 075	2 081
микропредприятия	единиц	29 076	30 260	31 155	33 272
Индивидуальные предприниматели, учтенные в составе Статистического регистра хозяйствующих субъектов	человек	40 287	32 658	32 032	32 840

Одним из критериев отнесения к категории субъектов малого и среднего предпринимательства является доход хозяйственных обществ, который не должен превышать предельные значения.

Следует обратить внимание на тот факт, что с 25.07.2015 Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 № 702 установлены новые предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- микропредприятия – 120 млн рублей;
- малые предприятия – 800 млн рублей;
- средние предприятия – 2 млрд рублей.

Положительная динамика зарегистрированных СМСП города Омска может быть связана с изменением в два раза показателей дохода хозяйственных обществ.

Ежегодно Казенное учреждение города Омска «Центр поддержки предпринимательства» проводит исследования состояния и развития СМСП на территории города Омска [1], исполнителем выступает компания «Делфи».

В рамках исследований выявляются условия ведения бизнеса в городе Омске.

В 2015 году было проведено исследование, часть результатов которого представлена на рис. 1 и 2.

В ходе изучения влияния состояния внешней среды на деятельность СМСП города Омска предпринимателям предлагалось выделить наиболее значимые факторы, оказывающие как положитель-



Рисунок 1. Основные положительные факторы, оказавшие воздействие на результаты деятельности малых и средних предприятий г. Омска в 2014 г. и начале 2015 г. (200 респ.)



Рисунок 2. Основные отрицательные факторы, оказавшие воздействие на результаты деятельности малых и средних предприятий г. Омска в динамике (200 респ.)



Рисунок 3. Основные отрицательные факторы, оказавшие воздействие на результаты деятельности малых и средних предприятий г. Омска в динамике. (200 респ.)

ное, так и отрицательное влияние на их бизнес. Как и по результатам прошлых исследований, выбор положительных факторов вызвал затруднение у большей части опрошенных предпринимателей (71%), в то время как на вопрос об отрицательных тенденциях затруднились ответить лишь 5% респондентов. Это свидетельствует о сохранении выраженного негативного восприятия условий местной бизнес-среды у участников рынка.

Основными факторами, которые оказывали положительное влияние на бизнес-среду, стали общее оживление рынка, увеличение спроса, а также простота нахождения квалифицированных кадров. Однако в целом доля респондентов, выбравших данные факторы, остается сравнительно низкой (13% и 10% соответственно). Прочие факторы оказались еще менее популярными (см. рис. 1).

Что касается отрицательных факторов внешней среды, оказывающих влияние на деятельность СМСП г. Омска (см. рис. 2), то в 2015 году на первый план вышла проблема снижения спроса и покупательской способности населения (53%).

Данная ситуация связана с кризисными явлениями. Также представители СМСП Омска отметили проблему увеличения стоимости сырья и материалов (47% опрошенных). В первую очередь это связано со значительным падением курса рубля по отношению к основным мировым валютам. Как отмечают аналитики, в течение 2014 года доллар и евро подорожали в России на 65 и 48% соответственно, что привело к пропорциональному росту затрат производителей на импортное сырье, материалы, комплектующие и т.п.

В целом, в 2015 году отмечается тенденция к росту обеспокоенности омских предпринимателей проблемами внешней среды. Это может объясняться тем, что рассматриваемые факторы оказывают большее влияние на представителей одних сфер и меньшее – на представителей других, что в итоге влияет на среднюю оценку.

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Сравним результаты с данными исследований 2013 года.

Основным препятствием для осуществления предпринимательской деятельности, по мнению опрошенных (см. рис. 3), являлась увеличившаяся налоговая нагрузка: если в 2012 году на данную проблему указали 49% организаций, в 2013 году их доля выросла до 78%.

По результатам рассмотрения основных проблем, с которыми сталкивались предприниматели на протяжении 2013–2015 годов, в динамике было отмечено снижение значимости в 2015 году таких негативных факторов, как «повышение энерготарифов», «усиление конкуренции», «повышение тарифов на перевозки», «сложность нахождения квалифицированных кадров по приемлемой цене» и «сложность оформления разрешительной документации». На первый же план вышли такие проблемы, как снижение спроса, покупательской способности населения и рост стоимости сырья, материалов.

Обращает на себя внимание тот факт, что в 2015 году только 5% предпринимателей от числа опрошенных обратили внимание на «сложность оформления разрешительной документации». Можно предположить, что СМСП реже стали получать разрешения на строительство и пр.

Однако по данным аналитического доклада «Ведение бизнеса в 2016 году» [2], опубликованного Всемирным банком (World Bank), проблема сроков выдачи разрешительной документации остается одной из самых нерешенных в России (см. табл. 2).

Таблица 2. Показатели аналитического доклада «Ведение бизнеса в 2016 году» по России

Темы	DB 2016 Рейтинг	DB 2015 Рейтинг	Изменение в рейтинге
Регистрация предприятий	41	34	↓ -7
Получение разрешений на строительство	119	117	↓ -2
Подключение к системе электроснабжения	29	53	↑ 24
Регистрация собственности	8	8	Нет изменений
Получение кредитов	42	61	↑ 19
Защита миноритарных инвесторов	66	64	↓ -2
Налогообложение	47	50	↑ 3
Международная торговля	170	169	↓ -1
Обеспечение исполнения контрактов	5	5	Нет изменений
Разрешение неплатежеспособности	51	44	↓

Российская Федерация за 2015 год улучшила свои позиции на 11 пунктов и поднялась с 62 на 51 место в рейтинге из 189 государств мира (начиная с прошлого года Всемирный банк включает в расчёты данные не только по Москве, как раньше, но и по Санкт-Петербургу).

Ключевые показатели России таковы. По показателю простоты регистрации бизнеса страна занимает 41 место в мире; простоты регистрации прав собственности – 8 место; обеспечению исполнения контрактов – 5 место; возможности кредитования – 42 место; по уровню защиты инвесторов – 66 место; по уровню налогообложения – 47 место; по уровню ведения международной торговли – 170 место; по показателю простоты ликвидации предприятий – 51 место; возможности подключения к системе электроснабжения – 29 место; по показателю простоты получения разрешений на строительство – 119 место (для получения разрешения на строительство предпринимателям необходимо пройти 19 процедур, что в среднем занимает 244 дня).

Таким образом, если на территории России к негативным факторам относят получение разрешения на строительство, то итоги основных проблем, с которыми сталкивались предприниматели

города Омска в течение 2013–2015 годов, в динамике отмечается снижение важности в 2015 году таких негативных факторов, как «повышение энерготарифов», «усиление конкуренции», «повышение тарифов на перевозки», «сложность нахождения квалифицированных кадров по приемлемой цене» и «сложность оформления разрешительной документации». На первый же план вышли макроэкономические проблемы и их влияние на деятельность субъектов бизнеса.

Библиографический список:

1. Аналитические материалы // <http://www.omskcpp.ru/navigator-predprinimatelya/analiticheskie-materialy>.
2. Исследование Всемирного банка: Ведение бизнеса в 2016 году // <http://gtmarket.ru/news/2015/10/28/7261>.

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Кольке Г.И.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Анализ и оценка потенциала развития промышленных предприятий Омской области проводились с целью выявления факторов и условий повышения их эффективности и конкурентоспособности в долгосрочной перспективе, которые необходимо учитывать при формировании стратегических решений.

В настоящее время в структуре экономики Омской области преобладает промышленное производство.

Промышленное производство Омской области включает в себя электроэнергетику, топливную индустрию, пищевую, нефтехимическую и химическую промышленность, машиностроение, металлообработку, производство строительных материалов, на долю которых приходится порядка 90% объема промышленного производства. Предприятия Омской области представляют следующие отрасли производства:

– машиностроение (ПО «Полет» – филиал ФГУП «ГКНПЦ им. М.В. Хруничева», ОАО «КБТМ», ОАО «ОНИИП», ОАО «ОмПО «Радиозавод им. А.С. Попова» (РЕЛЕРО), ОАО «Омское моторостроительное конструкторское бюро», филиал «ОМО им. П.И. Баранова «ФГУП «НПП газотурбостроения «Салют», ООО «НТК «Криогенная техника», ОАО «ЦКБА», ОАО «ОмПО «Иртыш», ОАО «Омский приборостроительный завод им. Н.Г. Козицкого», ОАО «Омское машиностроительное конструкторское бюро», ОАО «Сибирские приборы и системы», ФГУП «НПП «Прогресс», ООО «НПО «Мир», ОАО «Омский электромеханический завод», ОАО «Омский завод гражданской авиации» ЗАО «ПО «Электроточприбор», ОАО НПП «Эталон»);

– химическая и нефтехимическая промышленность (ОАО «Омскшина», ЗАО «Группа компаний «Титан», ООО «Омсктехуглерод»);

– нефтеперерабатывающая промышленность (Омский НПЗ);

– лесопромышленный комплекс (ЗАО «АВА компани», ООО «Научно-производственная компания «Сибирский лес», ООО «Сибирская лесопромышленная компания», ООО «Экорт-дом», ООО «АС-ЛЕС»);



Рис. 1. Динамика показателей промышленного производства предприятий Омской области

– целлюлозно-бумажное производство (ЗАО «АВА плюс два» (Омская фабрика гофротары) и пр. В Омской области размещены также предприятия легкой промышленности (швейное, текстильное и чулочно-носочное производство). Пищевая промышленность области осуществляет переработку местного сельскохозяйственного сырья. Отрасль имеет широкую специализацию (молочная, мясная, мукомольная, хлебопекарная, спиртовая, ликеро-водочная, масло-жировая и плодоовощная).

Омск также является крупным транспортным центром, благодаря расположению в месте пересечения Транссибирской железнодорожной магистрали и Иртыша.

Динамика показателей промышленного производства Омской области представлена на рис. 1.

Анализ данных развития производственных предприятий Омской области, проведенный на основе статистических данных [2], показал, что доля прибыльных предприятий Омской области за исследуемый период незначительно увеличилась. А вот индекс промышленного производства имеет тенденцию к снижению. Причем, по последним приведенным данным (за 2015 год), индекс промышленного производства снизился по сравнению с 2014 годом на 2,9% и составил 100,6%.

По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики Омской области, организациями Омской области за январь-ноябрь 2015 года получен положительный сальдированный финансовый результат в сумме 28,4 млрд рублей.

Сумма прибыли, полученной организациями Омской области за январь-ноябрь 2015 года, уменьшилась на 8,2 процента по сравнению с январем-ноябрем 2014 года и составляла 36,1 млрд. рублей. Прибыльными являлись 76,6 процента от общего числа отчитывающихся организаций. Основную прибыль обеспечили организации следующих видов экономической деятельности:

- производство нефтепродуктов и транспортирование по трубопроводам – 17,4 млрд рублей;
- сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 4,1 млрд рублей;
- химическое производство – 2,5 млрд рублей;
- оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 2,2 млрд рублей.

По итогам одиннадцати месяцев деятельность 23,4 процента организаций являлась убыточной, убытки соответствовали 7,7 млрд рублей [3].

По данным Рейтингового Агентства «Эксперт», Омская область характеризуется незначительным потенциалом и умеренным риском для инвестиций. Анализ базы данных стратегий социально-экономического развития регионов России показал, что Омская область занимает последнее – 31 место.

В связи со сложившейся в Омской области ситуацией, вопрос оценки потенциала развития предприятий является актуальным.

Для комплексной оценки потенциала развития промышленных предприятий Омской области предлагается использовать методику, разработанную Фомченковой Л.В. [1], в которой учитываются ресурсный уровень потенциала предприятия, потенциал компетенций и потенциал повышения конкурентоспособности.

Ресурсный уровень потенциала развития, исходя из важности отдельных видов ресурсов для формирования и реализации долговременных конкурентных преимуществ в условиях усиления международной конкуренции и глобализации экономики на основе данной методики, представлен формулой (1):

$$P_p = 0,15P_1 + 0,25P_2 + 0,3P_3 + 0,1P_4 + 0,2P_5, \quad (1)$$

где P_1 – потенциал материальных ресурсов;

P_2 – потенциал основных фондов;

P_3 – потенциал финансовых ресурсов;

P_4 – потенциал информационных ресурсов;

P_5 – потенциал трудовых ресурсов.

По мнению экспертов, в настоящее время решающая роль в обеспечении конкурентоспособности промышленного предприятия принадлежит финансовым ресурсам, наличию современных основных фондов и квалифицированного персонала.

Потенциал компетенций в первом приближении, согласно данной методики, может быть представлен в виде практически равнозначных слагаемых, описывающих эффективность реализации обеспечивающего потенциала и потенциала рынка сбыта (2):

$$P_k = 0,5P_{вн} + 0,5P_{рс}, \quad (2)$$

где $P_{вн}$ – обеспечивающий потенциал предприятия;

$P_{рс}$ – потенциал рынка сбыта.

В свою очередь, обеспечивающий потенциал предприятия с учетом важности обновления изношенных основных фондов и необходимости осуществления инвестиций в развитие техники и технологии может быть представлен формулой (3):

$$P_{вн} = 0,23 P_{п} + 0,12 P_{м} + 0,1 P_{к} + 0,18 P_{ф} + 0,18 P_{и} + 0,12 P_{инф} + 0,07 P_{л}, \quad (3)$$

где $P_{п}$ – производственный потенциал; $P_{м}$ – маркетинговый потенциал; $P_{к}$ – кадровый потенциал; $P_{ф}$ – финансовый потенциал; $P_{и}$ – инновационный потенциал; $P_{инф}$ – информационный потенциал; $P_{л}$ – логистический потенциал.

По мнению автора методики, потенциал повышения конкурентоспособности промышленного предприятия в большей степени зависит от потенциалов субъектов рынков снабжения (поставщиков и посредников), чем от потенциала развития самого предприятия, что может быть выражено формулой (4):

$$P_{пк} = 0,2 P_{внеш} + 0,4 P_{пост} + 0,4 P_{п}, \quad (4)$$

где $P_{внеш}$ – потенциал развития промышленного предприятия; $P_{пост}$ – потенциал поставщиков; $P_{п}$ – потенциал партнеров и посредников.

Если каждую составляющую потенциала развития оценивать в процентах, считая, что максимальное использование внешних и внутренних возможностей предприятия по формированию долговременных конкурентных преимуществ составляет 100%, то можно количественно оценить его в целом.

Несмотря на достаточную проработанность представленной методики, она требует доработки. Это связано с тем, что:

- величина весовых коэффициентов слагаемых потенциала приведена на основе опросов руководителей предприятий, участвующих в оценке. Данный факт не может устранить влияние субъективного фактора;

- несмотря на выделение потенциала компетенций как отдельного потенциала, представляющего объект для исследования, глубокого анализа составляющих данного показателя не проведено;

- при проведении оценки потенциала организационно-экономического развития предприятий не выделена интеллектуальная составляющая, которая оказывает существенное влияние на формирование потенциала повышения конкурентоспособности предприятий.

Таким образом, по мнению автора, внесение дополнений в рассмотренную модель оценки даст возможность устранить нежелательное воздействие субъективных факторов, а также даст возможность рассмотреть влияние интеллектуальной составляющей на конкурентоспособность предприятий.

Библиографический список:

1. Фомченкова Л.В. Динамическая концепция стратегического анализа организационно-экономического развития промышленного предприятия: дис. докт. экон. наук: 08.00.05\ Л.В.Фомченкова – Орел. – 2014. – 297 с.
2. Омский областной статистический ежегодник: Стат. сб. в 2 ч. Ч.1/Омкстат. – Омск, 2013. – 247 с.
3. <http://omsk.gks.ru/> (дата обращения 04.02.2016 г.).

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.

Кулекова Ч.Б.,

ст. преподаватель Кыргызского Государственного университета им. И. Арабаева.

В статье проанализированы основные тенденции развития страхового рынка. Рассмотрены ключевые направления реструктуризации системы страхования в Кыргызской Республике.

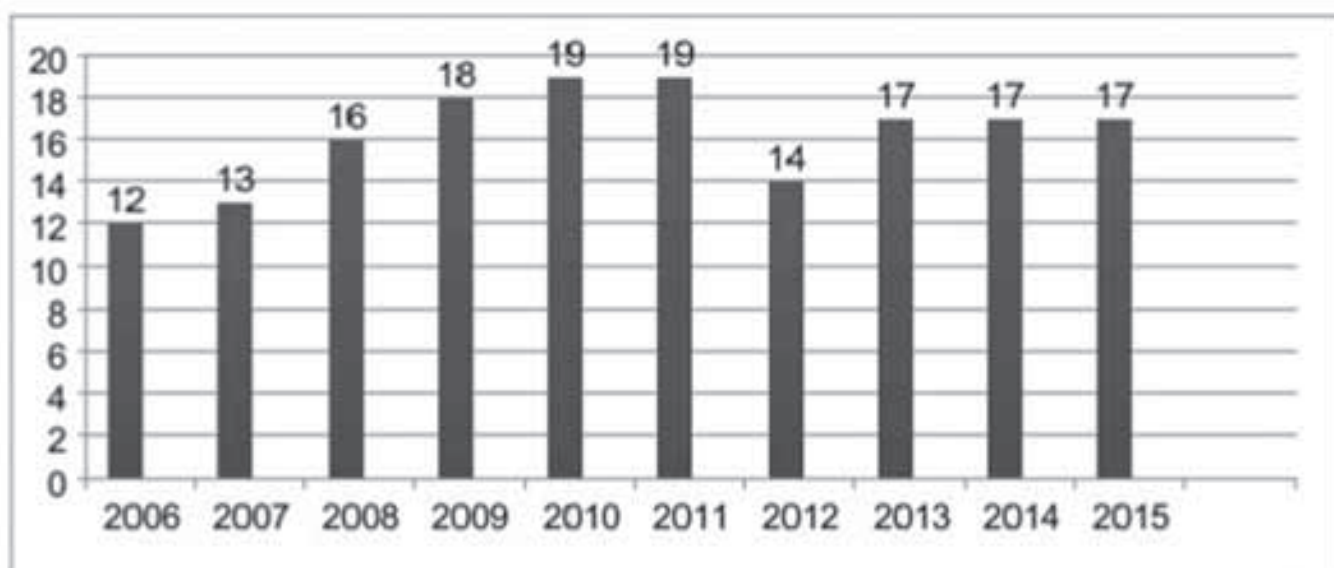
The article analyzes the main trends in the development of the insurance market in the Kyrgyz Republic. Are considered key areas for the restructuring of the insurance system in the Kyrgyz Republic.

Необходимость страхования в современных условиях социальной и деловой активности не вызывает никаких сомнений, поскольку является наиболее удобным и гибким инструментом для быстрого возмещения ущерба и потерь, возникающих в различных сферах жизни и деятельности.

С переходом Кыргызской Республики к цивилизованному рынку заканчивается период недооценки страхования как метода страховой защиты, поскольку страхование становится объективно необходимым элементом рыночных отношений, существенно возрастает роль страхования в решении проблем страховой защиты общественного производства, а также уровня жизни населения. Страхование является одним из важнейших факторов, обеспечивающих стабильность экономического развития в условиях трансформации экономики [3].

Страховые компании обеспечивают значительную устойчивость состояния отдельных лиц, распределяя между многими людьми те убытки, которые разорили бы отдельные лица, они обеспечивают их для всего общества. Экономические выгоды страхования очевидны, так как только страхования является наиболее совершенным и гибким инструментом для быстрого возмещения ущерба и потерь.

Диаграмма 1. Динамика страховых организаций в период с 2006 по 2015 гг.



Источник: [www . stat.kg](http://www.stat.kg)

Кроме того, страхование выступает с одной стороны средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой коммерческой деятельностью, приносящей прибыль. Источниками прибыли страховщика выступают доходы от собственно страховой деятельности, от инвестирования временно свободных денежных средств в объекты материального производства, производственной сферы, акции предприятий, банковские депозиты и т.д. [2].

Все возрастающие расходы госбюджета Кыргызской Республики на покрытие ущерба от стихийных и чрезвычайных бедствий, на дотации социально не защищенным слоям населения нарушают бюджетный баланс (на предупреждение и ликвидацию непредвиденных страховых случаев из государственного бюджета ежегодно выделяется в среднем около 6 млн долларов США). А в условиях дефицита национального бюджета увеличение его расходов непосредственно выступает серьезным инфляционным фактором [3].

Свершившимся фактом можно считать монополизацию страхового рынка в нашей республике. На базе созданных новых страховых компаний, предлагающих широкий перечень страховых услуг, продолжает формироваться страховой рынок Кыргызстана. Однако этот процесс идет трудно и далеко не однозначно, о чем свидетельствуют данные представленные в диаграмме 1.

Отсутствие прозрачной законодательной базы относительно института отрасли страхования, отвечающей таким требованиям, которые позволили бы «встать на ноги» страховым компаниям, а также отсутствие достаточно четкого регулирования со стороны государства, приводит к нарушениям принципов рыночных отношений в целом и является следствием подрыва авторитета всего института страхования.

Государственное регулирование страховой деятельности должно обеспечивать выполнение намеченных мер развития национальной системы страхования и действенный контроль страхового сектора экономики [1].

В связи с этим Министерством финансов Кыргызской Республики совместно с заинтересованными ведомствами, на мой взгляд, должны быть приняты меры по совершенствованию нормативно-методической базы регулирования страховой деятельности. Необходимо разработать экономически обоснованные нормативы деятельности страховых компаний, соблюдение которых минимизирует риск дестабилизации их работы, в первую очередь организаций, осуществляющих долгосрочные виды страхования [4].

Государственная поддержка страхования должна осуществляться с учетом значимости и приоритетности решаемых задач, эффективности мер поддержки, в числе которых прямое участие государства в становлении страховой системы защиты имущественных интересов, что предполагает:

- определение институциональных основ и порядка участия государства в страховании некоммерческих рисков для защиты инвестиций, а также в страховании экспортных кредитов;
- обеспечение за счет бюджетных средств отдельных программ обязательного государственного страхования (в частности, по страхованию имущества уни тарных и казенных предприятий, иных организаций бюджетной сферы при четкой регламентации действий страхователя, представляющего интересы государства);
- уточнение роли страховых компаний в реализации государственной политики в области страхования, определение порядка их участия в государственных программах страхования, предоставления им государственной поддержки.

Также дальнейшему развитию страхового рынка Кыргызской Республики будет способствовать:

1. Законодательное обеспечение защиты национального страхового рынка в том числе:

- конкретизация допуска иностранных страховщиков на национальный рынок Кыргызской Республики;
- дополнительная регламентация перестраховочной деятельности в целях предотвращения необоснованного оттока валютных средств за рубеж;
- выработка законодательных процедур, позволяющих эффективно предотвращать незаконную деятельность иностранных страховщиков и брокеров.

2. Совершенствование государственного надзора над страховой деятельностью, включая:

- создание нормативных и организационных основ страхового надзора Кыргызской Республики;
- разработку законодательных процедур финансового оздоровления страховых организаций;
- определение специальных требований к страховым организациям, оказывающим услуги населению по долгосрочному страхованию жизни и пенсий;
- совершенствование условий лицензирования страховой деятельности;
- создание дифференцированной системы санкций, применяемых к страховым компаниям за нарушение предъявляемых к ним требований, принципов добросовестной конкуренции;
- введение порядка, ограничивающего допуск лиц, действия которых привели финансово-кредитную организацию к банкротству, к руководству страховой или брокерской организации.

Деятельность органа страхового регулирования должна осуществляться в постоянном взаимодействии со следующими ведомственными организациями:

- правоохранительными и налоговыми органами в целях пресечения фактов мошенничества в сфере страхования, органами, осуществляющими антимонопольную политику в целях развития конкуренции на страховом рынке;
- органами исполнительной власти субъектов Кыргызской Республики в целях выработки единых методических принципов организации и осуществления страхового дела в регионах и избежание на региональном уровне решений, не соответствующих общереспубликанским законам;
- органами страхового надзора зарубежных стран, прежде всего стран Евроазиатского экономического союза, с учетом предстоящего привлечения страховых организаций стран ЕАЭС на страховой рынок Кыргызской Республики.

Кроме того, необходимо отметить то, что в настоящее время страховой рынок КР испытывает ряд трудностей связанных с его развитием и основными задачами решения этих проблем видится в следующем:

- создание эффективной системы страховой защиты имущественных интересов граждан и юридических лиц в Кыргызской Республике, обеспечивающей: реальную компенсацию убытков, причиняемых в результате непредвиденных природных явлений, техногенных аварий и катастроф, за счет резервов страховых организаций и снижения нагрузки на бюджет;
- формирование надежной и устойчивой хозяйственной среды;

– расширения объема услуг, оказываемых населению, предприятиям, организациям, независимо от форм собственности, внедрения новых страховых технологий, внесения вклада в стабильность экономики;

– максимальное использование страхования как источника инвестиционных ресурсов.

Таким образом, в целях проведения дальнейшей реструктуризации системы страхования в Кыргызской Республике необходимо принять ряд ключевых решений и действий по следующим направлениям:

– проведение активной структурной политики на рынке страховых услуг;

– дальнейшее совершенствование нормативной базы страховой деятельности;

– совершенствование законодательства в области страхования, совершенствование законодательства в области страхования, совершенствование налогового законодательства в области страхования;

– расширение сети финансово-устойчивых кыргызских страховых организаций, способных страховать крупные риски, в том числе иностранных и отечественных инвесторов, приватизированные и инфраструктурные проекты, а также экспортные кредиты;

– укрепление взаимосвязи страховых организаций с банками, рынками ценных бумаг и недвижимости;

– разумное сочетание добровольного и обязательного страхования;

– формирование механизмов страхования жизни на долгосрочной основе;

– гарантированное выполнение страховыми организациями их обязательств перед страхователями;

– создание равных условий для страховых организаций всех форм собственности;

– формирование страховой культуры населения с помощью реальной финансовой поддержки международных финансовых организаций;

– совершенствование механизма управления риском на всех стадиях страхового процесса (риск-менеджмент);

– организация тренингов, мероприятий по повышению квалификации работников страховых организаций;

– подготовка специалистов в высших учебных заведениях для работы в страховых организациях.

Безусловно, к неудачам страхового рынка можно причислить: неудачный менеджмент страхования, отсутствие маркетинговой концепции развития компании, отсутствие высококвалифицированных специалистов страхового дела и т.п.

Но все одним из главных фактов развития национального страхового рынка остается государственная поддержка, без которой не предвидится в ближайшем будущем создание национального института страхования, который был бы признан в структуре мирового экономического пространства.

Библиографический список:

1. Постановление Правительства Кыргызской Республики от 16 октября 1996г. №475 «О мерах по защите национального страхового рынка».
2. Евстигнеев В.Д. Государственная поддержка и регулирование страхового дела. – М., 2003 г.
3. Кулекова Ч.Б., Бекбоева Р.Р. Роль страхования в развитии национальной экономики Кыргызской Республики. Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции. Часть 1. Стерлитамак, 2015 г.
4. Ширгелиев А.Ш. О развитии национального страхового рынка в КР // Страховой рынок КР. Информационный бюллетень. -№1.- 2001 г.
5. [www . stat.kg](http://www.stat.kg) – Официальный сайт Национального статистического комитета КР.
6. Завгородняя Т.В., Метелев С.Е. Страховые компании на рынке капиталов. Иркутск: Изд-во «Мегапринт», 2013. – 174 с.

ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ НАЦИИ В ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ

Курьяков И.А.,

к.э.н., доцент, профессор академии военных наук (АВН), академик МАНЭБ

Исследование посвящено проблеме, связанной с обеспечением населения страны, в том числе Западно-Сибирского региона, доброкачественной продукцией, что является не только фактором экологического благополучия, но и здоровья нации.

Ключевые слова: питание, окружающая действительность, пища, территория, рацион человека, преумножая богатство территории, продукты разного вкуса.

Investigations related to a problem with the provision of the country's territory, including the West – Siberian region, a benign product that is not only a factor of environmental well-being, but also the health of the nation.

Keywords: power, reality, the food, the grounds, the human diet, multiplying wealth territory, products of different taste.

В жизни каждый человек использует для питания самые разные продукты, которые могут поддерживать его жизнеспособность на уровне, позволяющем трудиться, радоваться окружающей действительности, продолжать свой род, создавая блага, приумножая богатство территории. Говорят, если человек посадил дерево, построил дом, взрастил детей, то он сделал все, что смог. И человек, как правило, использует в пищу то, что есть (растет и проживает рядом, летает, ползает, плавает, бегают и т.д.). Для конкретного региона и территории эта пища однообразного и постоянно повторяющегося набора.

В рационе человека присутствуют продукты разного вкуса, цвета, питательных качеств и достоинств. Все это связано с их необходимостью, целесообразностью и возможностями индивида в их приобретении. В первую десятку самых полезных продуктов, играющих решающую роль в жизнедеятельности каждого человека входят, например, черника и голубика. Эти ягоды служат превосходным источником антоциана, вещества, которое замедляет процессы старения нервной системы. Они способствуют предотвращению сердечных и онкологических заболеваний, а также профилактике возрастной дегенерации сетчатки глаза.

Зеленые листовые овощи содержат мало калорий, но в них много грубых волокон, которые необходимы для улучшения работы кишечника. Блюда из этих овощей обеспечивают человека фолиевой кислотой и провитамином А, а также магнием. Шпинат содержит много лютеина, который замедляет рост опухолей простаты, орехи – источник полезных мононенасыщенных жиров, волокон, белков, минералов и витаминов. Поэтому ежедневное потребление орехов на 25-30 процентов снижает вероятность возникновения сердечно-сосудистых заболеваний и сахарного диабета второго типа.

Жирная рыба – тунец, сардины, лосось и другие, а также блюда практически из всех рыб содержат много омега-три жирных кислот, которые препятствуют возникновению ишемической болезни сердца. Авокадо считается не только источником витамина Е, но и калия, противодействует развитию гипертонической болезни. Хлеб, хлопья, каши и макаронные изделия обогащают человеческий организм сотнями биологически активных веществ, способствующих профилактике рака, заболеваний сосудов сердца и пороков эмбрионального развития.

В состав сои и прочих бобовых продуктов входят ценнейшие пищевые белки и большое количество грубой клетчатки. Изделия из бобовых относительно безопасны для больных диабетом, а соя – идеальный продукт для вегетарианцев, поскольку на 40 процентов состоит из белков. Она содержит калий, фосфор, кальций, магний и натрий, а железа в семь раз больше, нежели в пшеничном хлебе.

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Соевый творог тофу богат белками, но беден жирами и углеводами, в силу чего активно используется во многих диетах для похудения.

В Древнем Египте и Китае возделывали рис и внесли его проростки в рацион, а египтяне первыми стали использовать пророщенные зерна пшеницы для приготовления блюд. Сегодня проростки едят почти во всем мире. Но если в азиатских странах пророщенные зерна и семена считаются частью гастрономической культуры, то в Европе спрос на них – мода на здоровый образ жизни. То есть проростки по своей насыщенности витаминами, минеральными веществами, ферментами и аминокислотами не уступают мясу, овощам и фруктам. В настоящее время научились проращивать почти все виды культур, присутствующие в рационе: пшеницу, рожь, овес, сою, фасоль, ячмень, чечевицу, кукурузу, горох, рис, гречиху, подсолнечник, кунжут, капусту, тыкву [1].

Употребляя нежирное молоко и несладкие молочно-кислые продукты, люди получают для своего организма кальций, а в йогуртах и кефире имеются бактерии, необходимые для нормального функционирования желудочно-кишечного тракта человека. Яйца содержат множество ценнейших веществ, в том числе лютеин и лецитин.

Медицина рекомендует принимать в пищу горький черный шоколад потому, что в нем холестерина нет совсем, а сахара немного. Но зато имеются антиоксиданты, нейтрализующие пагубное действие свободных радикалов. Шоколад с высокой концентрацией процианидина освобождает плазму крови от лейкотриенов, веществ, провоцирующих образование тромбов в кровеносных сосудах человека.

Любители мяса будут несколько разочарованы тем, что потребляемых ими продуктов нет в заветном списке. Это выводы специалистов, с ними нельзя не согласиться. О нормативах витаминного питания взрослого населения можно судить по данным таблицы 1.

Таблица 1. Нормативы витаминного питания для разных групп взрослого населения городов с развитым коммунальным обслуживанием [2]

Группа населения	Возраст, годы	Количество витаминов, мг/день											
		для мужчин						для женщин					
		В1	В2	РР	В6	С	А	В1	В2	РР	В6	С	А
Первая	18-40	1,7	2,2	18	2,0	70		1,4	1,9	16	1,7	60	
	40-60	1,6	2,1	17	1,8	65	1,5	1,3	1,8	14	1,5	55	1,5
Четвертая	18-40	2,2	3,0	24	2,6	95		2,0	2,5	21	2,2	80	
	40-60	2,0	2,7	22	2,4	85		1,7	2,3	20	2,0	75	

Анализ показывает, что дневная потребность в витаминах у мужчин в возрасте от 18–40 и 40–60 лет выше, чем у женщин. О потребности в витаминах у детей и подростков говорит таблица 2.

Таблица 2. Потребность в витаминах у детей и подростков [3]

Возраст, годы	Количество витаминов, мг/день					
	В1	В2	РР	В6	С	А
½ – 1	0,5	0,6	6	0,5	20	0,5
1-1 ½	0,8	1,1	9	0,9	35	
1 ½ – 2	0,9	1,2	10	1,0	40	
3-4	1,1	1,4	12	1,3	45	1,0
5-6	1,2	1,6	13	1,4	50	
7-10	1,4	1,9	15	1,7	50	
11-13	1,7	2,3	19	2,0	60	1,5
14-17 (юноши)	1,9	2,5	21	2,2	80	
14-17 (девушки)	1,7	2,2	18	1,9	70	

Из таблицы видно, что потребность детей в витаминах до года (в мг/день) составляет в пределах 0.5 единиц, к 3-4 годам она возрастает в два с лишним раза, к 11-13 годам – в 3.4 раза, к 14-17 годам потребность в витаминах и кальции у юношей выше, чем у девушек.

Ценность основных носителей витаминов (фруктов и овощей) зависит не только от условий произрастания, но и способов хранения и кулинарной обработки. В весенне-зимний период полноценность питания может понижаться из-за ограниченного ассортимента данных продуктов и уменьшения их витаминной активности. Это относится к содержанию аскорбиновой кислоты, которая разрушается под воздействием кислорода, особенно при повышенной температуре. Однако витаминный дефицит может быть восполнен за счет специальной витаминизации продуктов питания и готовых блюд. Но это должно осуществляться под медицинским контролем. Так, введение в организм повышенного количества витаминов может привести к тяжелым последствиям – развитию витаминной интоксикации. Примером гипervитаминоза могут служить случаи гибели людей, отравившихся печенью белого медведя, содержащей огромные дозы витамина А. Известны и опасные последствия передозировки витамина D в педиатрической практике при профилактике и лечении рахита. Более легкие формы гипervитаминозов наблюдаются при приеме водорастворимых витаминов. Так, введение в течение суток нескольких сот миллиграммов тиамин вызывает возбуждение, бессонницу, головную боль, сердцебиение и ряд других симптомов[4].

Глобализация экономики в условиях рыночных отношений оказывает серьезное влияние на изменение характера управления охраной окружающей среды, не проявляя должной заботы об улучшении ее состояния. Развитие НТП и общества в целом, рост народонаселения на планете объективно приводят к необходимости наращивания темпов и объемов производства разнообразных продуктов питания для удовлетворения потребностей человека. Поскольку форма собственности в основном частная, то предприятия, занимаясь производством и реализацией товаров, заботятся о получении максимально возможной прибыли. В результате не уделяется должного внимания качеству производимой и реализуемой продукции, а нередко делается и преднамеренное уклонение от ГОСТов и рекомендаций.

Экономическая доктрина российского государства определяет цели и направления, задачи и принципы проведения в РФ единой госполитики в области экологии не только на ближайшую, но и отдаленную перспективу [5]. В основе доктрины РФ лежат нормативные правовые акты нашего государства, международные договоры по вопросам охраны окружающей среды и рационального использования имеющихся природных ресурсов. Кроме того, в доктрине современной России учтены рекомендации Конференции ООН по окружающей природной среде и развитию, проходившей в Рио-де-Жанейро в 1992 году [6].

В рекомендациях Конференции ООН нашли должное отражение роль и место открытости экологической информации. В них обозначена и наиболее широкая доступность по вопросам обеспечения благоприятного состояния окружающей природной среды, которая должна способствовать созданию необходимых условий для повышения качества жизни, благополучия и здоровья каждого человека. Вот один из примеров отношения к человеку и природе на территории региона. Около 100 жителей Омска отрезаны от водопровода и транспортного сообщения, пьют воду с пикантным привкусом бензина и вдыхают ароматы горящего пластика. Это не результат техногенной катастрофы, это обычные условия жизни в одном из уголков нашего (Омского) мегаполиса. Называют это место Техасом. Оказалось в Техас превратился Чехас, который получился из Учхоза – так называли поселок, когда здесь еще существовало крепкое хозяйство с системой водоснабжения и общественным транспортом. В самом поселке нет даже продуктового ларька, из общественных учреждений – лишь монастырь да киоск по ремонту обуви, но последний тоже закрылся» [7].

В последние годы часто поднимаются вопросы о необходимости производства экологически чистой продукции. С точки зрения создавшегося положения не может быть более ответственной задачи. Сама жизнь заставляет переходить на производство экологически чистой продукции. Иначе могут подтвердиться расчеты иностранных экспертов, их неумное желание видеть на территории

огромной России не более 60 млн человек. Так что вопрос поставлен не только о сохранении, но и о выживании народов РФ и существовании государства.

Если проследить цепочку производства, то проявляется картина в плане продовольственного обеспечения населения в продуктах питания, а промышленности – в сырье сельхозпроисхождения. На предприятиях, на площадях сельхозназначения, производится экологически чистая продукция. Но когда она поступает для переработки, здесь все и делается, чтобы превратить экологически чистую продукцию в нечистую. По нашему мнению, переработчики в пищевой промышленности ПРИ ПРИГОТОВЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ УПОТРЕБЛЕНИЯ В ПИЩУ ЧЕЛОВЕКА слишком увлекаются САМЫМИ РАЗЛИЧНЫМИ добавками: красителями, усилителями, заменителями, «выпрямителями», «успокоителями». Все это делается не для улучшения качества продукции, а ради придания ей привлекательного вида.

Один из примеров по колбасным изделиям. Исследования были проведены в одном из продуктовых магазинов города Омска. Набор продукции большой, ассортимент широкий, привлекательность убедительная. Но наряду с хорошими колбасами Калачинского мясокомбината («чайная», «пятерочка», «молочная для всех», «лузинская») продается «языковая», в которой имеется добавка «Е»-330 – «ракообразующая». Здесь же лежит колбаса «докторская от Бекона» – добавка «Е»-124 (опасная). В другом месте есть колбасы «бутербродная», «докторская», «ветчина Питерская», «ветчина Полтавская», «ветчина сочная», «колбаса молочная» (Сибирские колбасы), «краковская сибирская колбаса», «сервилат финский». Но здесь же предлагается покупателю колбаса «казачья полукопченая» – в ней добавка – «Е»-124 (опасная) и «Е»-330 (ракообразующая), а также колбаса «деревенская» – «Е»-124 (опасная). Причем, помимо названных добавок, есть еще добавки запрещенные, очень опасные, подозрительные (и везде «Е», которые порой невозможно или очень трудно прочесть без лупы). Все это говорит о том, что за нормальное качество продуктов питания для населения должны быть в ответе соответствующие контролирующие органы на местах.

Поскольку завозимая продукция из-за границы для употребления в пищу нередко имеет сомнительное качество, то это подтверждает необходимость повышенного внимания всех уровней власти к проблемам производства продуктов питания для населения на территории государства. Такой подход к решению продовольственной проблемы позволит повысить уровень обеспеченности продуктами питания населения и улучшить их качество. Это с одной стороны. С другой, это предоставит возможность стране отказаться от ввоза из-за границы мяса сомнительных сортов, принадлежности и качества, в том числе и куриного, и экспортировать в государства ближнего и дальнего зарубежья экологически чистую продукцию полеводства и животноводства. Политика в отношении ГМО и продуктов в России и в мире двоякая. Одни ученые называют ГМО бомбой замедленного действия, другие утверждают, что ГМО спасет человечество от голода. Спор этот, по-видимому, теряет смысл. Дело в том, что мы давно уже употребляем трансгены. Если от кукурузы и картофеля погибают жуки и черви, то где гарантия того, что они безвредны для людей?

Возможность обеспечения населения качественной продукцией имеется практически в каждом регионе нашей Родины. Этому «способствовали» санкции, вводимые странами Запада против России: мы сами можем делать многое из того, что бездумно завозим из-за границы. И шансом недружественного отношения к нашей стране мы – россияне, должны воспользоваться сполна. Но в этом огромная роль должна принадлежать улучшению деятельности потребительской кооперации, значение которой незаслуженно снижено и забыто в последние годы. Например, Омская потребкооперация представляет собой конгломерат: 539 магазинов общей площадью более 40 тыс. кв. м., в том числе: 14 супермаркетов, 62 столовых, кафе и ресторанов на 1670 посадочных мест, 26 кулинарий и кондитерских цехов, 17 хлебозаводов и цехов по выработке хлебобулочных изделий, 3 пивобезалкогольных и 4 колбасных цеха, 4 цеха по копчению и солению рыбы, заготовконторы и 145 магазинов–приемо–заготовительных пунктов. 3 сельских рынка, 29 аптек, ветеринарных аптек и отделов по продаже медицинских товаров. Годовой товарооборот составляет более 1 млрд рублей, объем выпускаемой продукции кооперативными предприятиями – 250 млн рублей, заготовитель-

ный оборот–230 млн рублей, оборот общественного питания–100 млн рублей.

Так, в сельских муниципальных районах области потребкооперация содействует развитию социальной инфраструктуры. В магазинах организуются бесплатные чайные столы, народные библиотечки, благоустраивается территория вокруг предприятий, оборудуются детские спортивно–игровые площадки. Кооператоры содержат убыточные магазины в отдаленных и труднодоступных селах, а также закупают у населения сельхозпродукцию и дикорастущее сырье, товары народных промыслов, обеспечивая сельских жителей дополнительным заработком. Осуществляя деятельность в рамках развития потребкооперации РФ до 2015 года, Омский облпотребсоюз уделяет внимание укреплению заготовительно-перерабатывающего комплекса.

Полученные результаты позволяют сделать некоторые выводы.

1. Повысить роль санитарной медицины и федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору на территориях.

2. Проводить планомерно предупредительный санитарный надзор за качеством продукции.

3. В стране должен быть поставлен заслон для поступления на российский рынок генетически модифицированных продуктов.

4. Правительство страны, регионов обязаны поддерживать отечественный сектор аграрного производства, поощрять производителей за выпуск экологически чистой и высококачественной продукции.

5. Оказывать содействие в развитии потребительской кооперации, заготовкам даров леса: грибов, ягод, плодовых деревьев и кустарников, а также кедровых орехов.

Библиографический список:

1. METROMENU ,№1. – с. 60.
2. www.bydzdorov.ru
3. www.cultinfo.ru
4. www.medichalp.ru
5. Экономическая доктрина Российской Федерации одобрена распоряжением Правительства РФ от 31.08.2002г. №1225-Р.
6. Копылов, М.Н. К вопросу об эффективности норм «мягкого» международного экологического права// Экологическое право. 2006.
7. Морозова, А. Омский Техас. //»Ва – банкЪ. Омск»-бесплатная информационно– рекламная газета№46 (247). 17 ноября 2014 года. – с. 9.

ЗАКОН ПЛОДОРОДИЯ ПОЧВ ИЛИ НОВАЯ ПАРАДИГМА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ларионов Ю.С.,

д. с.-х. н., проф., Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Ларионова О.А.,

к. с.– х. н. Сибирский ГУГУТ, каф. экологии и природопользования, г. Новосибирск

Негативные последствия химизации на плодородие и биоту почв, продуктивность сельскохозяйственных растений стали очевидными. Предложена новая парадигма земледелия, учитывающая принципы управления плодородием почв, продуктивностью растений и устойчивостью агроценозов на основе биоземледелия. Сформулирован закон плодородия почв, повышающий потенциальный и эффективный ресурс сельскохозяйственного производства и биосферы.

Ключевые слова: почва, плодородие, биоземледелие, агроценоз, парадигма.

Оценивая современное состояние любой отрасли через призму инноваций, можно определить её приоритетные направления развития или наличие и остроту кризиса, рассматривая ее с позиции теории систем, базируясь на концептуальной основе развития любой отрасли или предприятия [17, 23, 28 и др.].

Все это имеет место быть в современном сельскохозяйственном производстве.

К сожалению, многие ученые сельскохозяйственного профиля считают, что обеспечение населения Российской Федерации и планеты в целом продуктами питания невозможно без химизации сельского хозяйства [10, 13, 22 и др.]. Под этим подразумевается широкое применение минеральных удобрений и пестицидов. В настоящее время объемы их производства достигли внушительных размеров и продолжают увеличиваться, а вопросы химизации во всех странах решаются на уровне государственных программ.

Однако уже сегодня ясно, что использование минеральных удобрений и пестицидов в сочетании с глубокой обработкой почвы стали причиной снижения плодородия почв, загрязнения окружающей среды и продуктов питания [23 и др.]. Эти технологические приемы необходимо рассматривать не только как факторы повышения урожайности сельскохозяйственных культур, но и как факторы, нарушающие глобальные круговороты веществ в биосфере. Связано это с тем, что масштабы сельскохозяйственных преобразований носят планетарный характер. Дальнейшее использование химических средств ставит под сомнение не только производство продуктов питания, но и устойчивое состояние биосферы, так как не гарантирует сохранение плодородия почв и получение экологически чистой продукции растениеводства и животноводства [1-21, 23].

В последние годы усиленно пропагандируется (как особое новшество) точечное (прецизионное) земледелие, т.е. адресное внесение минеральных удобрений и гербицидов на основе координат GPS по пестроты почвы по плодородию и засоренности [1, 10 и др.]. Но это та же парадигма повышения урожайности за счет химизации, просто более экономно вносятся химические средства на основе учета пестроты плодородия и засорения полей.

Изучение эффективности применения минеральных удобрений с агроэкологических позиций показало, что из общего количества внесенных в почву удобрений, например азотных, сельскохозяйственными растениями усваивается около 40%. Остальная часть подвергается иммобилизации, улетучивается в виде газообразных соединений и вымывается из пахотного горизонта. Из общего количества биогенных веществ, поступающих в водоемы, азот и фосфор, теряемые с аграрных территорий с жидким и твердым стоком, могут составить до 70% [23]. Фосфорные удобрения подвержены вымыванию из почв в меньшей степени (от 0,2 до нескольких килограммов в год с гектара), но внесение их увеличивает потери в 1,5-3,7 раза [15, 23]. Отрицательное действие применения минеральных удобрений на растение и почву обусловлено как подкислением почвенного раствора, так и выщелачиванием оснований из пахотного горизонта. Происходящее при этом увеличение подвижности многих соединений алюминия, марганца, железа угнетает рост растений. По сведениям [11, 23] усиливается вымывание кальция и магния, а также увеличивается подвижность некоторых микроэлементов. Это ведет к возникновению в пахотном горизонте дефицита В, Zn, Cu, Mo, Mn и др. Дефицит микроэлементов влияет на процессы фотосинтеза, передвижение ассимилятов, снижает устойчивость растений к недостаточному и избыточному увлажнению, высоким и низким температурам. Эти нарушения в обмене веществ являются причиной снижения активности ферментных систем и, в конечном счете, адаптивности и продуктивности растений [11, 23].

Необходимо отметить, что основным показателем, характеризующим плодородие почв, является их высокая биологическая активность, содержание в них гумуса (сложное соединение органической и минеральной частей почвы) и подвижных органических веществ. Плодородные почвы, как правило, высокогумусированные, имеют благоприятную для растений физическую структуру, хорошую водоудерживающую способность, достаточный запас питательных веществ, сбалансированное биоразнообразие и способность аборигенного микробного сообщества противостоять фитопатогенной и патогенной биоте как местной, так и интродуцированной [3,14,23,25,26]. Это очень важное эволюционно – и эколого-генетическое свойство в целом характеризует биологическую активность почвы [23,26].

Сегодня в сельскохозяйственном производстве необходимо делать ставку на принципиально новые инновационные решения, обеспечивающие обязательное повешение плодородия почв. Такие подходы являются прямым следствием научно-технического прогресса в производстве и служат решению существующих проблем развития, повышения качества продукции, экономической эффективности производства и повышения здоровья и уровня жизни населения и продовольственной безопасности России [2,3,9,10,13,14,29].

Микроморфологические исследования показали, что даже небольшие дозы минеральных удобрений (30-45кг/га) оказывают отрицательное влияние на микроструктуру почвы, которое сохраняется на протяжении 1-2 лет после их внесения. Возрастает плотность упаковки микроагрегатов, снижается порозность, водоудерживающая способность почв и урожайность возделываемых культур [23].

Сегодня энерговооруженность сельского хозяйства растет, и возрастает опасность минерализации гумуса под влиянием обработки почвы (механического разрыхления почвы) в сочетании с минеральными удобрениями. Это ведет не только к сокращению прямых запасов питательных веществ в почве и ухудшению её свойств, но и снижению потенциальных возможностей небиологической фиксации азота. Изменения, происходящие в почве под влиянием отдельных приемов современных технологий, связанные с потерей гумуса, усилением подвижности минеральных элементов, водно-физических свойств и мн. др. ведут к деградации почв, отрицательно влияют на активность биоты и абиотических систем: водоудерживающей способности, фиксации азота в почве, так как их функционирование зависит от физико-химических свойств и органического вещества, содержащегося в самой почве [6,9-11,23].

Усиливающаяся неустойчивость продуктивности полей, падение плодородия почв на планете при возрастающем требовании экологизации сельскохозяйственной отрасли в соответствии с новыми подходами к природопользованию диктуют необходимость смены парадигмы в целом в земледелии. Успешное решение поставленной проблемы в земледелии, по нашему мнению, как основополагающей науки о землепользовании, возможно только на основе смены старой парадигмы – интенсификации сельскохозяйственного производства на базе широкой химизации, на новую – биоземледелие без химизации. Новая парадигма выдвигает взамен минеральным удобрениям, загрязнению окружающей среды, снижению плодородия, принципу искусственного отбора – ограниченному набору культурных растений в севообороты (плодосмен), связанному с хозяйственной целесообразностью одновидовых посевов, борьбе с сорными растениями, болезнями и вредителями химическими методами и другими приемами, требует перехода к биоземледелию. Оно основывается на эволюционно-генетическом и эколого-генетическом принципах взаимодействия живой материи (различные виды растений, животных, микроорганизмов), которые обусловили формирование различных видов почв и их плодородие на нашей планете. Несоблюдение этих принципов в процессе сельскохозяйственного производства, т.е. использование почв под посев чистых культур без значительного расширения генетического разнообразия агроценозов на основе межвидового и внутривидового взаимодействия растений, животных, микроорганизмов в конкретной агроэкосистеме и функционирование их на принципе искусственного, а не естественного отбора, лежащего в основе существования экосистем и биосферы в целом, ведет к деградации и падению их плодородия.

Учитывая всё вышесказанное, с нашей точки зрения [17-21], сегодня первоочередной задачей является переход сельскохозяйственной отрасли на биоземледелие. Оно моделирует эволюционные и экологические процессы, которые представляют собой не что иное, как целенаправленные межвидовые и внутривидовые взаимодействия живых организмов (биологических объектов) между собой и косной материей (неживой материнской породой) в агроценозе. Они практически отражают эволюционно – и эколого-генетические принципы формирования почвы как геологического объекта на основе кругооборота веществ и энергии, а также принципов естественного и искусственного отборов при формировании агробиоценозов и агроэкосистем в конкретных экологических условиях (биоты, растительных и др. сообществ агроэкосистем). Только такой подход может обеспечить повышение плодородия почв в сельскохозяйственном производстве. При этом моделируемые межвидовые и внутривидовые взаимодействия живых организмов предусматривают также обязательное целенаправленное применение биологических методов защиты растений и почвы, запускающих и регулирующих механизмы экологической и биологической безопасности возделываемых культурных растений (с экологической точки зрения: деструкторов органических остатков, регуляторов численности фитофагов, возбудителей болезней, сорных растений и др.). Этот эволюционный и экологический процесс круговорота веществ и энергии, сложившийся в биосфере, может быть целенаправленно использован человеком в сельскохозяйственном производстве на основе взаимодействия живых организмов различных уровней организации как между собой, так и с минеральной частью планеты для производства продукции растениеводства, защиты её с помощью биометодов [26] от болезней, вредителей, сорных растений и повышения плодородия почв без привлечения средств химизации. Естественно его следует назвать Биоземледелием [18-21,28].

Биоземледелие – это управляемый процесс возделывания культурных растений и повышения плодородия почвы в конкретных агроэкологических условиях, основанный на сложном взаимодействии между собой почвы с различными видами растений, животных и микроорганизмов, обеспечивающих их защиту от болезней, вредителей и сорных растений биологическим путем.

Почва – это совокупность живой и косной материи, обеспечивающая устойчивую взаимосвязь их в биосфере планеты на основе круговорота вещества и энергии.

Таким образом, биоземледелие – это управляемый человеком процесс возделывания сельскохозяйственных растений, повышения их урожайности на основе постоянного сохранения и наращивания плодородия почв и защиты растений на эволюционном и эколого-генетическом принципах.

Фактически, суть биоземледелия, которое мы предлагаем взамен существующим принципам и методам сельскохозяйственного производства, достаточно обоснована (к тому же все его элементы уже разработаны наукой, их остается только теоретически осмыслить и объединить на основе сформулированных нами [18-21] принципов создания и существования живого на Земле, взяв за основу закон плодородия, обеспечивший образование и существование почвы как планетарного объекта и основного средства производства в сельскохозяйственной отрасли. Закон плодородия почвы биологического земледелия: **«Создание, сохранение и повышение плодородия почв в любых агроэкологических условиях осуществляется путём поддержания корнеоборота растений в тесном взаимодействии с другими компонентами биоты (бактерии, грибы, водоросли, почвенные животные), воздуха и водообмена (водооборота) между живой и косной материей экосистемы».**

В основе биоземледелия лежит корнеоборот (чередование культур с глубиной проникновения корней на различную глубину (20 – 60 – 100см и более) обеспечивающий подъем элементов минерального питания из нижних слоев почвы (материнская порода является неисчерпаемым источником элементов минерального питания – фосфора, калия и др. для растений) в верхний, испытывающий их постоянный дефицит в связи с ежегодным отторжением с урожаем, и где наиболее активно работают все типы корневых систем, создавая этот дефицит. В корнеоборот обязательно входят бобовые культуры, обеспечивающие на основе симбиоза с бактериями фиксацию и накопление азота из атмосферы. Пожнивные и поукосные культуры выполняют функцию не только корнеоборота, но

и поставщиков дополнительной массы органики в почву, аэрируемости её и как мульчирующего агента, для сохранения влаги в почве, и стабилизации продуктивности агроценоза.

Вторым обязательным компонентом биоземледелия, наряду с корнеоборотом, является эдафитный блок, включающий создание и использование микробиологических препаратов (консорциумов) и почвенной фауны, ускоряющих разложение органических остатков и усиливающих фиксацию азота бобовыми культурами, а также защиту корней от болезней и вредителей в почве.

Третьим обязательным компонентом биоземледелия является эпифитный блок, включающий биометоды защиты растений – экологически безопасные саморегулируемые биологические способы защиты культурных растений от болезней, вредителей и сорных растений. Они являются важным элементом технологии возделывания сельскохозяйственных культур как регуляторы численности и подавления фитофагов, возбудителей болезней, сорных растений, что также основывается на создании консорциумов, функционирующих на принципе действия естественного отбора [20,21,25,26]. В биоземледелии широко нужно использовать агротехнические методы борьбы с сорными растениями, болезнями и вредителями, а также управления ростом, развитием и продуктивностью возделываемых культур [16,25,28]. Таким образом, человек может взять управление плодородием под свой контроль, как он это уже сделал в селекции и генетике микроорганизмов, растений и животных.

Всё вышесказанное свидетельствует о предстоящей глубокой широкомасштабной государственной работе по научному и технологическому обеспечению биоземледелия на основе закона плодородия почв как в масштабах отдельных регионов, так и всей страны.

Закон плодородия почв, в совокупности с биоземледелием, представляет собой новую парадигму сельскохозяйственного производства, обеспечивающую в совокупности с управлением эпифитными и эдафитными факторами существование агроэкосистем и агрофитоценозов на альтернативной основе современной широкой химизации сельскохозяйственного производства.

Закон плодородия почвы соответствует эволюционно-генетическому, эколого-генетическому принципам возникновения и существования почвы, показывает теоретически обоснованный путь использования эволюционно-генетического и эколого-генетического принципов, а также принципов естественного и искусственного отбора в создании антропогенного, устойчивого агроэкологического комплекса, разработке новых технологий, повышающих потенциальный и эффективный ресурс биосферы и сельскохозяйственного производства на основе управления плодородием почв и фитосанитарным состоянием агроэкосистем. Также следует отметить, что внедрение закона плодородия почв на основе новых технологий позволит на порядок повысить урожайность и экономическую эффективность сельскохозяйственного производства по сравнению с существующим уровнем не только в нашей стране, но и в мире.

Сформулированный закон биоземледелия базируется на основополагающих принципах существования материи [18-21]. Они сегодня часто нарушаются человеком на фоне действия естественного и искусственного отборов в процессе принятых технологий возделывания сельскохозяйственных растений [4, 18-20,23].

В наблюдаемом сегодня вытеснении или сильном подавлении отдельных компонентов биоценоза кроется опасность выхода почвенного сообщества на новый экологический уровень, где процессы почвообразования будут протекать только в очень узких интервалах физических и химических показателей почв [4,6, 13,18,19,28]. Это приведет к ещё большей зависимости эффективного и потенциального плодородия от климатических условий (температуры, влажности), а значит, и снижению устойчивости урожая, которое мы и наблюдаем в последние пятьдесят лет не только в Западной Сибири. Дальнейшее применение средств химизации в целях повышения урожайности сельскохозяйственных культур усилит расшатывание агробиогеоценозов.

Говоря о необходимости введения в биоземледелие эдафитного и эпифитного компонентов, следует заметить оппонентам, что предсказываемые неограниченные возможности химических способов борьбы с сорняками, вредителями и болезнями сельскохозяйственных культур не подтвердились в связи с возникновением проблемы резистентности [14, 15,25,26]. С позиций принципа

естественного отбора объясняется это просто – действием на популяции сорняков, вредителей и болезней ядохимикатов как искусственных провокационных факторов отбора. Фактически, на наших глазах естественный отбор создает новые, устойчивые формы этих видов к ядохимикатам, т.е. мы помогаем селекции на адаптивность их популяций.

Считаем, чем интенсивнее будут использоваться земледельческие допинги (минеральные удобрения, пестициды), тем больше средств потребуется для предотвращения отрицательных последствий их применения и для поддержания экологической стабильности агроэкосистем.

Необходимо остановиться ещё на одном факторе плодородия почвы – воде (H_2O), так как он фигурирует в законе биоземледелия. Воду нужно отнести к важнейшему из элементов питания, так как нарушение круговорота и водообмена между биотой и косной материей, без которого невозможен эффективный обмен вещества и энергии в почве и в целом биосфере. Нарушение водообмена ведет к резкому снижению продуктивности сельскохозяйственных растений, а также к деградации почвы (заблачивание, опустынивание, засоление и другим негативным последствиям). Следует помнить, что все живые организмы состоят на 70-90% и более из воды. Определение сухого вещества как главного показателя эффективности работы живых организмов привело к тому, что ученые выбросили из состава элементов питания воду в форме химического соединения H_2O . Сегодня можно утверждать, что среда обитания любых живых форм (включая и людей), должна быть насыщена в достаточном количестве водой, выступающей как жизненно важный фактор [3,7,17,20,21]. Следует обратить внимание на воду как на информационный фактор, обеспечивающий гармонизацию роста и развития живых организмов. Заметим, что эти свойства воды почти не изучены. Вода в процессе её участия в метаболических процессах выполняет, помимо функции растворителя, и информационную функцию, которая обуславливает весь процесс синтеза органического вещества на нашей планете и конкретно на каждом поле, и в каждом организме, и в каждой клеточке. Её изомерная и кластерная структура способна передавать и хранить огромное количество информации о многих биохимических процессах и влиянии на них внешних факторов [3,7,17,20,21].

Отсюда однозначный вывод, что биохимические и информационные свойства воды и обеспеченность ею культурных растений и всей биоты почвы является главным условием существования почв и формирования их плодородия в эволюционном и экологическом аспектах и, конечно же, урожайности сельскохозяйственных растений. В связи с этим, сохранение воды как на отдельном поле, так и в любой точке планеты есть главная задача не только сельскохозяйственного производства, но и всего человечества. Информационная роль воды в регулировании продукционных процессов в живых организмах ещё слабо изучена, но первые опыты на растениях, человеке показали её регулируемую роль в гармонизации роста и развития живых организмов. Это делает её объектом особого научного внимания в изучении роли в эволюционных и экологических процессах, происходящих в биосфере и будущем человеческой цивилизации [3,7,8,17-21,25,28]. Глубокая обработка почвы в сельскохозяйственном производстве и другие способы рыхления, приводящие к огромным потерям воды на полях и снижению урожайности посевов возделываемых культур, должны быть отменены. Удобрения и пестициды, вызывая стрессовое воздействие на биоту почвы, минерализацию гумуса, а также на культурные растения, отрицательно влияют на использование почвенной влаги [12,14,17,19,25,26,28].

Все вышесказанное свидетельствует о необходимости мониторинга земель, при этом следует обратить внимание на пересмотр цели и ряда задач, стоящих перед геодезической и кадастровой службой. В связи с этим на современном этапе развития науки и техники возникла потребность в разработке программ дистанционного зондирования земельных территорий (на основе ГИС), обеспечивающих оперативный мониторинг плодородия почв [8,29]. Такой мониторинг позволит, во-первых, отслеживать положительное или отрицательное воздействие на плодородие почв сельскохозяйственных технологий и, во-вторых, быстрее разрабатывать и внедрять новые технологии, экологически безопасные [18-29]. Это имеет огромные экологические и биосферные последствия, так как их влияние распространяется на сотни миллионов гектар.

Таким образом, переход сельскохозяйственного производства на новую парадигму – биоземледелие и закон плодородия почв – становится неотвратимым и ставит перед наукой новые задачи.

Библиографический список:

1. Абрамов Н.В., Семизоров С.А., Шерстобитов С.В. Прецизионное земледелие в Северном Зауралье: элементы внедрения. // Тез. Докл. III Международн. Конф. Окружающая среда и менеджмент природных ресурсов. Тюмень, 6-8.11-2012. – С. 13.
2. Баталова Т. С., Бегляров Г. А, Башенова А. В. и др. Системы защиты растений. – Л.: Агропромиздат, 1988. 367 с.
3. Галль Л. Н. В мире сверхслабых. Нелинейная квантовая биоэнергетика: новый взгляд на природу жизни. /Лидия Галь, Дефис, СПб,2009. – 317 с.
4. Добровольский Г. В., Никитин Е. Д. Функции почв в биосфере и экосистемах. – М.: Наука, 1990. 261 с.
5. Жуков А. И., Попов П.Д. Регулирование баланса гумуса в почве. – М.: Росагропромиздат, 1988. 40 с.
6. Жученко А. А. Адаптивное растениеводство (эколого-генетические основы) / А. А. Жученко. – Кишинев: Штиинца, 1990. – 432 с.
7. Зенин С. В., Полануер Б. М., Тяглов Б. В. Экспериментальное доказательство наличия фракций воды// Журн. «Гомеопатическая медицина и акупунктура». – 1998. – № 2. – С. 41.
8. Карпик А.П. Управление территорией в геоинформационном дискурсе./А.П. Карпик, А.Г. Осипов, П.П. Мурзицев\ СибГГА,Новосибирск, 2010.– 279с.
9. Каштанов А.Н Сохраним и приумножим плодородие земли //Земледелие. – 1999,№3. – С. 7-8.
- 10.КирюшинВ.И. Теория адаптивно-ландшафтного земледелия и проектирование агроландшафтов. /В. И. Кирюшин, М. «КолосС» 2011. – 443 с.
11. Ковда В. А. Как помочь нашим черноземам // Наш современник. 1986. № 7. С. 117–128.
12. Конев А.А. Система биологизации земледелия. Новосибирский ГАУ, Новосибирск, 2004. – 51 с.
13. Красницкий В. М. Плодородие почв Сибирского Федерального округа в аспекте сегодняшнего дня. Сб. материалов межд. народн. н.-практ. конф. Посвящ. 75-лет. Ю. И. Ермохина /В.М. Красницкий, Ю. И. Ермохин/, Омск, Омский ГАУ, 2010. – С. 128-138.
14. Курдюков В. В. Последействие пестицидов на растительные и животные организмы. — М.: Колос, 1982. 128 с.
15. Курдюмов Н. И. Мастерство плодородия /Н.И. Курдюмов. – Ростов на Дону: Изд. Дом «Владис», 2007. – 512 с.
16. Ларионов Ю. С. Управление адаптивностью сорта / Ю.С. Ларионов, Л. М. Ларионова, Е. П. Новокрешинов – Челябинск: Челябинский ГАУ, 2004. – 301 с.
17. Ларионов Ю. С. Пути повышения продуктивности и стабильности функционирования агроэкосистем /Ю. С. Ларионов, Н. А. Ярославцев, А. А. Косов, О. А. Ларионова – Сб. материал. II межд. науч.-практ. конф. «Эколого-экономическая эффективность природопользов. На современ. этапе развития Западно-Сибирского региона» Омск, ОмГПУ, 2008 – С. 100-104.
18. Ларионов Ю.С. Основы общей экологии и устойчивости биосферы / Ю.С. Ларионов, Л.М. Ларионова, Ю.П. Логинов – Тюмень: Тюменская ГСХА. Омск: Омский ГАУ, 2009. – 441 с.

19. Ларионов Ю.С. Закон плодородия почвы биологического земледелия. Сб. материалов межд. народн. Практ конф. Посвящ. 75-лет. Ю.И. Ермохина /Ю.С. Ларионов/, Омск, Омский ГАУ, 2010. – С. 138-147.
20. Ларионов Ю.С. Основы эволюционной теории (концепции естествознания и аксиомы современной биологии в свете эволюции материи)/Ю.С. Ларионов, РГТЭУ, Омский институт (филиал), Омск, 2012 – 233 с.
21. Ларионов Ю.С. Биоземледелие и закон плодородия почв. Сибирская гос. геодез. академ., Омский ГАУ, Омск, 2012. – 207 с.
22. Милащенко Н.З. Плодородие почв – центральный вопрос земледелия //Земледелие. – 1999, №5. – С. 15-16.
23. Овсянников Ю.А. Теоретические основы эколого-биосферного земледелия./Ю.А. Овсянников, – Екатеринбург, изд. Уральского ГУ, 2000. – 263 с.
24. Панов Н.П. Повышение плодородия почв – важнейшие условия получения высоких и устойчивых урожаев // Вести, с.-х. науки. 1983. № 10. С. 68-75.
25. Чулкина В.А. Фитосанитарная оптимизация растениеводства в Сибири. 3-х томник: зерновые культуры (I), крупяные, зернобобовые и кормовые культуры (II), технические культуры (III). / В.А. Чулкина, В.М. Медведчиков, Е.Ю. Торопова, Г.Я. Стецов, Ю.И. Чулкин, В. И. Воробьев, под ред. П.Л. Гончарова – Новосибирск, 2001.
26. Штерншис М.В. Биологическая защита растений./М.В. Штерншис. М.: «КолосС» 2004.– 264с.
27. Экологическая доктрина Российской Федерации. М., 2002.
28. Яшутин Н. В. Биоземледелие (научные основы, инновационные технологии и машины)/ Н. В. Яшутин, А.П. Дробышев, А. И. Хоменко – Барнаул, изд. АГАУ, 2008. – 191 с.
29. Постановление правительства Российской Федерации от 14 июля 2012г. № 717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулировании рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы» Москва, 2012.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВЫХ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Лунева Е.А.,
Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

От эффективности процесса формирования трудового потенциала региона зависят перспективы его экономического и социального развития. Одним из ключевых элементов трудового потенциала региона является уровень профессиональной подготовленности рабочей силы. Самым существенным сдвигом в направлении соответствующих преобразований можно считать признание интерактивных технологий основой перестройки позиции обучаемого в учебно-воспитательном процессе, необходимым условием успешности выпускника высшей школы.

В качестве приоритетных технологий интерактивного обучения, используемых в процессе профессиональной подготовки, являются групповые игровые методы, которые, кроме профессиональных компетенций, позволяют акцентировать также внимание на закреплении обучающимися общекультурных компетенций. Назначение коллективных методов принятия решений: понимать и слышать членов группы; анализировать проблемную ситуацию с различных углов зрения; выбирать наиболее оптимальные решения проблемной ситуации из массива различных предлагаемых вариантов, повысить эффективность коммуникаций не только в группе, но и в отношении «группа – преподаватель», «студент – преподаватель». Следует отметить, что многосторонняя форма коммуникации позволяет не только отказаться от монополии на истину, но и является необходимым (но не достаточным) условием для конструирования обучающимся своего знания. Действительно, каждый участник коммуникации потенциально имеет возможность, встречаясь, сталкиваясь с позицией других участников, продвигаться в процессе конструирования знания (совместном по форме и индивидуальном по сути). Для реализации актуальных требований сегодняшнего образования важно, как указывает Е.А. Реутова, «сформулировать сомнения и получить опыт освоения спорности» [1, с. 27].

Большинство методов принятия коллективного решения базируются на методе мозгового штурма, позволяющем генерировать множество идей, однако в ходе развития игротехники новые методы сформировались в обособленные группы, которые условно можно разделить на:

– Открывающие (определение направлений развития, генерация идей) [2, с. 100].

– Исследовательские (поиск новых идей решения существующих проблем, комбинирование и интерпретация существующих идей) [2, с. 161].

– Закрывающие (расстановка приоритетов, определение конечной цели) [2, с. 253].

Открывающие игры сконцентрированы на определении границ пространства – определение направлений развития, формирования стратегических целей, генерация новых идей. Часть методов представляют собой законченные практики, имеющие самостоятельную ценность, другие методы позволяют только наметить направление развития. Такие методы рекомендуется применять на занятиях по дисциплинам «Организация предпринимательской деятельности», «Бизнес-планирование», «Стратегический менеджмент». Наиболее интересным, с точки зрения процесса взаимодействия участников, является метод «Перекрестная запись идей», во-первых, это простейший способ генерации идей в группе, обмена ими и построения на их основе чего-то общего, а во-вторых, эта игра отличается от стандартного мозгового штурма, чем вносит разнообразие при проведении интерактивных занятий. Перекрестная запись идей основана на одноименном упражнении из книги Michael Michalko «Thinkertoys». Хорст Гешке разработал комплекс приемов творческого мышления на основе перекрестной записи идей.

Суть метода заключается в следующем:

1. Описывается тема, которую необходимо развить. Например, при изучении мотивации персонала по дисциплине «Управление персоналом» эта тема может звучать так: «Поощрение отличившихся сотрудников».
2. Участникам игры раздаются карточки с просьбой записать на них мысли по указанному поводу.
3. Каждый передает свою карточку игроку, сидящему справа.
4. Эту карточку каждый игрок должен использовать как стимулятор вдохновения и вписать собственные идеи, возникшие на основе прочитанного, и снова передать карточку направо.
5. Процесс продолжается, пока на каждой карточке не окажется целый набор идей.
6. Готовые карточки крепятся на доску, и из всех вариантов выбираются наиболее перспективные.
7. Обсуждение результатов.

Обычно при групповой работе самый заметный вклад в обсуждение вносят экстраверты. В данной игре, т. к. нет необходимости озвучивать свои мысли публично, возможность развить свои навыки получают и другие участники команды. Перекрестная запись идей также позволяет рассмотреть

все предложенные варианты до включения критического восприятия. А совместные усилия по поиску наилучшего решения развивают навыки принятия решений при наличии различных вариантов на основе комбинирования и интерпретации собранной информации.

Цель исследовательских игр – изучение причин, создание условий для решения поставленных задач, определение способов разрешения проблемной ситуации.

Наиболее универсальным методом в данной группе интерактивных технологий является игра «Пять почему» основанная на упражнении, разработанном Сакити Тоёда. Целью этой технологии является попытка построить общую картину, связать проблему с ее контекстом, понять основную причину проблемы. Данный метод также позволяет научить студентов кратко формулировать свои мысли, идеи. Данную технологию удобно применять на занятиях по дисциплине «Маркетинг», например, при изучении процесса принятия решения о покупке потребителем, для выявления глубинных целей покупателей. Также этот метод активно используется на занятиях по менеджменту. Суть метода заключается в поиске корня проблемы или глубинной причины, демонстрируя студентам, во-первых, насколько важна искренность при ответе на вопросы, так как, избегая честных ответов, невозможно получить требуемую информацию, во-вторых, учит устанавливать причинно-следственные связи, в-третьих, позволяет приобрести навыки выделения всех стадий решения вопросов на различных уровнях. Основным ограничением использования данного метода является необходимость направления обсуждения преподавателем в нужное русло, особенно если аудитория существенно различается по своей профессиональной идентичности.

Еще одним методом, относящимся к группе исследовательских игр, является «Разложение на атомы». Данный метод является основой исследовательской работы, суть которого заключается в разложении крупной структуры на составные элементы, что также позволяет понять суть процесса, устройство сложных структур и сгенерировать новые идеи. Являясь более дискретными и осязаемыми, компоненты проще обрабатываются и легче поддаются осмыслению. Полученная в результате карта служит хорошим объяснением системы. Основой игры является применение метода мозгового штурма при обсуждении способов решения поставленной задачи. Также этот метод удобно использовать при проектировании платформы сайта. Наиболее удобно при проведении занятия воспользоваться доской и стикерами, которые можно приклеить под основной темой и при необходимости заменить или поменять местами.

Игра включает следующие этапы:

1. Объясняется суть задания. На доске пишется название системы.
2. Командам дается время на разложение общей системы на отдельные элементы (атомы). Используемый метод принятия решения – мозговой штурм. На этом этапе создается перечень, каждый элемент которого записывается на отдельный стикер. Затем все стикеры приклеиваются под основной темой (список должен включать от 3-х до 5-ти пунктов).
3. Процедура повторяется для каждого найденного элемента. Таким способом получается расширяющаяся последовательность. Полученная карта используется как источник информации для следующих упражнений и как наглядная иллюстрация структуры системы.
4. Обсуждение результатов.

Данный метод наиболее часто используют при изучении корпоративной структуры (анализируются неявные связи), формировании товарной политики (особенности и различия товаров) и т. п. Применение этого метода позволяет научить студентов группировать и категоризировать информацию, вычленять основные элементы, устанавливать причинно-следственную связь.

Закрывающие игры направлены на приобретение навыков принятия и обоснования решения на основе определенной информации. Завершение предполагает выводы как мысленные, так и зафиксированные. Игры этой группы связаны с расстановкой приоритетов, выбором наиболее приемлемого или ожидаемого решения. Часто методы этой группы используются в комплексе с откры-

вающими и исследовательскими методами на завершающем этапе и позволяет выявить недочеты, ошибки, допущенные при выполнении предшествующих заданий.

Методы «Четыре свойства», «Карты задач», «Раскадровка», «Сортировка карточек», «Графическая стратегия» применяются с использованием групповой интерактивной доски REaltimeBoard. Интерактивная доска позволяет работать командой в реальном времени, проектировать макеты, создавать ментальные карты, визуализировать процессы, собирать идеи на одной доске, делать презентации и т. д. Использование виртуальной доски позволяет оживить процесс работы в группе, повышает продуктивность и решает проблему удалённости членов команды [3, с.257].

Среди основных требований к инструментам оценивания степени усвоенности компонентов компетенции можно назвать: надежность и валидность; наличие качественных и количественных методов анализа результатов; наличие заданий, способствующих выявлению сформированности компетенций, а также позволяющих получить информацию о качестве подготовки учащихся; применение комплекса адекватных образовательных и информационных технологий.

Применение игротехник в обучении позволяет сформировать инновационный тип мышления, развить способность к приобретению новых умений, быстрому реагированию в изменяющейся среде, принятию решений в нестандартных ситуациях, что рассматривается как важный компонент трудового потенциала.

Библиографический список:

1. Плаксина, И. В. Интерактивные технологии в обучении и воспитании : метод.пособие / И. В. Плаксина ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2014. – 163 с.
2. Грей, Д. Геймшторминг. Игры, в которые играет бизнес / Д. Грей, С. Браун, Дж. Макануфо. – СПб.: Питер, 2012 . – 288 с.
3. Лунева, Е. А. Опыт применения методов коллективного принятия решения при подготовке менеджеров / Е. А. Лунева // сборник трудов IV международной заочной научно–практической конференции «Академическая наука –проблемы и достижения» 7–8 июля 2014 г., NorthCharleston, USA. – С. 254–257.

АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Макенова С. К.,
доцент, к.с.-х.н

Иванова М.Е.,
магистрант

Магун К.С.,
магистрант, ФГБОУВО Омский ГАУ, г.Омск

Одним из ключевых факторов, обусловивших в последнее десятилетие радикальные структурные сдвиги в мировой экономике, стало повышение экономической роли инноваций. В первую очередь это связано с усилением воздействия науки и техники на все грани жизни общества, фундамен-

тальными технологическими сдвигами, ведущими к крупномасштабным социально-экономическим и институциональным переменам. Соответственно меняется и набор основных факторов экономического роста. Важнейшими из них становятся научные знания и интеллектуальный капитал, которые признаются главными источниками создания конкурентных преимуществ и устойчивого развития социально-экономических систем. В этой связи вопросы модернизации и инновационного переустройства экономики были признаны и остаются ключевыми, магистральными направлениями социально-экономических преобразований в Российской Федерации [2, с. 76-84].

Несмотря на отмеченные успехи в сфере реализации государственной экономической и инновационной политики, в настоящее время темпы модернизационных и инновационных преобразований в стране не достигают необходимого уровня. Об этом свидетельствуют:

- малый удельный вес инновационно активных предприятий (9-10%, при этом в Германии – около 80%, Финляндии – свыше 50%, Литве – свыше 30%);
- невысокие показатели выпуска и экспорта инновационной продукции;
- крайне низкая доля частных затрат на исследования и разработки;
- незначительная доля России в мировом наукоемком экспорте продукции гражданского назначения (0,5%, тогда как доля США – 36 %, Японии – 30%, Германии – 16%, Китая – 6%);
- невысокий удельный вес инновационной продукции в общем объеме отгруженной промышленной продукции (6,1% против 15% – минимального показателя для современной конкурентоспособной экономики);
- незначительные величины затрат на модернизацию и технологические инновации в промышленности, явно несоизмеримые с реальными потребностями экономики в расширении спектра принципиально новой конкурентоспособной продукции.

Преодолению сложившейся ситуации должен способствовать благоприятный правовой климат осуществления инновационной деятельности.

Объект исследования составляют общественные отношения, возникающие в процессе осуществления инновационной деятельности на примере агропромышленного комплекса (далее АПК).

Разработанная на 2013-2020 годы новая Программа развития сельского хозяйства содержит более комплексный, системный подход государственной политики в сфере агропромышленного комплекса (АПК), который охватывает как экономические, так и социальные, и экологические направления развития сельскохозяйственного производства. Важным принципом в этой программе является сбалансированность производства продукции с ее дальнейшей переработкой, а также с последующей реализацией. При этом будет осуществляться постепенный переход от прямого субсидирования производства к поддержке доходности отрасли. Это требование существует для всех государств, которые вступают во Всемирную торговую организацию (ВТО). Вступление России в ВТО стало важным шагом для экономики и сельскохозяйственного производства страны [1].

Правительство РФ разрабатывает комплекс мер, которые поддержат сельхозтоваропроизводителей, будут введены выплаты на гектар сельскохозяйственных площадей – в зависимости от объема произведенной растениеводческой продукции. Объем финансирования увеличивается с 15,3 миллиарда рублей до 37,6 миллиарда рублей в 2020 году. Это только по статье, касающейся выплат на гектар посевных площадей. Кроме того, приоритетным становится развитие мясного скотоводства. Финансирование в целом по стране увеличивается с 6,8 до 9,5 миллиарда рублей. От 10 до 12,5 миллиарда рублей планируется увеличить в целом по стране субсидии на реализацию одного литра молока.

В программе выстраивается новая система взаимоотношения с регионами. Она направлена на то, чтобы стимулировать субъекты Российской Федерации к увеличению расходов на сельское хозяйство, на усиление ответственности субъектов за выполнение взятых на себя обязательств и эффективности расходования бюджетных средств. Одним из приоритетных направлений является развитие сельской инфраструктуры и жилищного строительства. Государство берет на себя функцию контроля над целевым использованием сельскохозяйственных земель. Сюда входит и усиление

ответственности за неиспользование земельного участка. С трех до двух лет сокращается срок разрешенного неиспользования участка, ужесточается ответственность за ненадлежащее использование посредством увеличения административных штрафов более чем в пять раз, за невыполнение обязанностей по рекультивации земель, обязательных мероприятий по улучшению и охране почв, а также за использование земельных участков не по целевому назначению. До 3% увеличиваются действующие ставки земельного налога для земельных участков и земель сельскохозяйственного назначения, не используемых для ведения сельхозпроизводства или осуществления иной, не связанной с сельхозпроизводством, деятельности.

Таким образом, внутренняя поддержка государства в рамках ВТО включают в себя совершенствование инфраструктуры, научные исследования, подготовку кадров, маркетинг, ветеринарные и фитосанитарные мероприятия, программы региональной помощи, программы страхования и многое другое. Конкретная реализация направлений осуществляется через освоение определенных инноваций и получения в сельскохозяйственном производстве положительного эффекта.

Инновационную деятельность в агропромышленном производстве, следует понимать как совокупность последовательно осуществляемых действий по созданию новой или улучшенной сельскохозяйственной продукции, новой или улучшенной продукции ее переработки, или усовершенствованной технологии и организации их производства на основе использования результатов научных исследований и разработок или передового производственного опыта [2, с. 76-84].

Инновационный процесс в сельском хозяйстве отличается многообразием организационных форм, которые имеют принципиальные отличия по характеру финансирования и экономической основе функционирования. Значительны различия инновационных формирований и по основной цели функционирования: от разработки технико-технологической идеи до ее научной проработки, реализации (внедрения) и оказания информационных и консультационных услуг [3, с.10]. Целью развития инновационной деятельности является формирование региональной инновационной системы, создание эффективных организационных, правовых и экономических механизмов для перехода экономики Омской области на инновационно-технологический путь развития.

Приоритетными задачами Правительства Омской области в этой сфере являются:

- развитие инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, в том числе малого инновационного предпринимательства;
- создание системы финансовой и технической поддержки перспективных инновационных проектов;
- развитие и эффективное использование научно-технического и интеллектуального потенциала Омской области;
- формирование региональной информационной базы инновационных проектов и выпускаемой в Омской области инновационной продукции в целях привлечения инвесторов и стимулирования продвижения продукции на внутренний и внешний рынки.

Ожидаемые результаты:

- увеличение доли инновационной продукции (в общем объеме произведённой продукции) до 10% в 2020 году;
- увеличение количества инновационно-активных субъектов хозяйственной деятельности;
- создание новых высокотехнологичных производств [4].

Анализ научных исследований по вопросу инновационного развития сельскохозяйственного производства показывает, что многие исследователи считают экономический механизм как основное направление инновационного развития АПК, а именно:

- создание систем нормативно-правового регулирования инновационной деятельности;
- программно-целевое управление развитием инновационной деятельности в АПК на федеральном и региональном уровнях;
- развитие государственно-частного партнерства.

Земля как пространственно-операционный базис сельскохозяйственного производства и при-

родный комплекс имеет свои особенности. Земля как средство производства и естественное условие труда является необходимым материальным фундаментом организации производственного процесса в сельском хозяйстве. Она выступает одним из важнейших факторов сельскохозяйственного производства. Основное свойство земли, которое делает ее главным средством производства в сельском хозяйстве, – плодородие. В современных условиях невозможно представить восстановление естественного плодородия без внесения минеральных и органических удобрений, мелиоративных мероприятий и новых агротехнологий в земледелии для восстановления почвенного плодородия. Рациональное сочетание естественных и искусственных производительных возможностей земли является важнейшим условием для повышения ее плодородия.

Естественная ограниченность земельных площадей и пространственная непереместимость определяют уровень продуктивности используемых земель в сельском хозяйстве, которая зависит от взаимодействия экономических, экологических, климатических и других факторов.

Отсюда важнейшим условием развития АПК должен быть экологический механизм, который включает следующие направления:

- Организация земледелия на ландшафтно-экологической основе с учетом климата, рельефа, экспозиции и крутизны склонов, агроэкологическом районировании сельхозугодий, проведении адаптивного землеустройства с сохранением естественных компонентов природной среды, экологически оптимальном соотношении сельхозугодий.

- Проведение экологической паспортизации сельскохозяйственных предприятий всех форм собственности.

- Дифференцированное землепользование в соответствии с зональными системами земледелия.

- Сохранение и улучшение плодородия почв агротехнологическими приемами, восстановление плодородия деградированных почв.

- Применение экологически чистых методов защиты растений от болезней и вредителей, преимущественно биологическими методами.

- Создание новых типов сельскохозяйственной техники, обеспечивающей применение почвозащитных технологий и новых методов возделывания сельскохозяйственных культур.

- Разработка и применение системы экономических мер по оптимизации природопользования: поощрение почвоулучшающей природоохранной деятельности, экономические стимулы выращивания экологически чистой продукции, а также системы штрафов, возмещения ущерба за загрязнение и деградацию почв, утрату их плодородия и другие нарушения.

- Организация экологического мониторинга состояния природных ресурсов в регионе.

- Использование биотехнологических приемов в утилизации отходов АПК и других отраслей промышленности для производства удобрений, кормов для животных и др.

- Проведение широкомасштабных фитомелиоративных работ на сильнодеградированных почвах — залужение, закустаривание, создание колочных и парковых лесонасаждений.

Для создания мощного АПК с экологизированными и наукоемкими технологиями, с высокой продуктивностью, стабильно снабжающего население высококачественными и разнообразными продуктами питания, нужна финансовая и правовая поддержка государства.

Библиографический список:

1. Государственная программа Российской Федерации “Экономическое развитие и инновационная экономика” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/GovPrograms/doc20131230_22

2. Гретченко, А.А. Инновации в России: история, современность и перспективы / А.А. Гретченко, С.В. Манахов // Креативная экономика. № 3 (51). 2011. – С. 76-84.

3. Инновационная деятельность в агропромышленном комплексе России. Коллективная монография. Под ред. И.Г. Ушачева, Е.С. Оглоблина, И.С. Санду, А.И. Трубилина. – М.: Экономика и информатика, 2006. – 374 с.

4. Стратегия социально-экономического развития Омской области до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.omskportal.ru>.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИПОТЕЧНОГО РЫНКА ОМСКОГО РЕГИОНА

Макенова С.К.,
доцент, к.с.-х. наук,

Семенова К.А.,

Деев Ф.В.,
ФГБОУ ВО Омский ГАУ

В настоящее время перед гражданами РФ остро стоит вопрос о приобретении жилья. На сегодня для большей части населения покупка жилья невозможна без ипотеки. Поэтому наши исследования основываются на оценке ситуации на ипотечном рынке и анализе направления развития рынка жилой недвижимости и места ипотеки в ней.

В ходе исследования были поставлены задачи:

- Проанализировать механизм ипотечного кредитования в РФ.
- Изучить региональный рынок жилой недвижимости.
- Предложить альтернативный механизм ипотечного кредитования.

Объект исследования – рынок жилой недвижимости (на примере города Омска).

В настоящее время в российской практике ипотечного кредитования существует три основные схемы предоставления кредитов для приобретения жилья.

1. Схема кредитования с оформлением Договора залога.

Данная схема являлась основной при создании всей программы ипотечного кредитования. Несомненное достоинство данной схемы в том, что она прямо предусмотрена законодательством, а именно Федеральным законом № 102 «Об ипотеке (залоге недвижимости)» [2].

2. Схема кредитования с оформлением Договора купли-продажи и трехстороннего договора с участием банка, клиента и риэлтерской фирмы.

Настоящая схема по отзыву специалистов банков является на сегодняшний день наиболее реалистичной. У неё существует несколько этапов прохождения.

Вариант 1. Кредит выдаётся риэлтерской фирме. Заключается Кредитный договор между банком и риэлтерской фирмой (кредит выдаётся фирме), на этот кредит она приобретает жильё по Договору купли-продажи с клиентом и заключает договор залога с банком на данное жильё (в обеспечение Кредитного договора).

Вариант 2. Кредит выдаётся клиенту. Заключается Кредитный договор между банком и клиентом (кредит выдаётся клиенту), при этом одновременно заключается Договор купли-продажи жилья между клиентом и риэлтерской фирмой, а она выступает залогодателем по Договору залога в обеспечение Кредитного договора. Клиент возвращает кредит и проценты по нему непосредственно в банк. При полном погашении кредита утрачивает силу Договор залога, затем Договор купли-продажи и клиент вновь становится хозяином жилья.

3. Схема ипотечного кредитования, разработанная Центральным Банком России, через выпуск банками ипотечных облигаций.

Одним из немало важных факторов, которые влияют на спрос ипотечного кредитования, является цена недвижимости, которую хотят приобрести [3].

Рассмотрены изменения средневзвешенных удельных цен предложения на рынке первичного и вторичного жилья в административных округах города Омска за апрель 2012-2014 гг. (таблица 1).

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Таблица 1. Динамика средних цен предложения на вторичном рынке жилья по административным округам г. Омска за апрель 2012-2014 гг.

Округ	Средневзвешенная цена, руб./кв. м		
	Апрель 2012г.	Апрель 2013г.	Апрель 2014г.
Кировский	39 673	45 116	46 947
Ленинский	37 872	43 975	45 057
Октябрьский	37 182	42 338	44 275
Советский	38 365	43 785	45 643
Центральный	45 377	50 105	52 870

Самым «дорогим» округом как на вторичном, так и на первичном рынке стал Центральный АО с ценой 1 кв. м в среднем за апрель 2014 года 52 870 руб. С существенным отрывом от него на втором месте Кировский округ – 46 947руб./кв. м. Чуть ниже средняя цена за 1 кв.м. в Советском округе – 45 643 руб./кв. м. В Ленинском АО 1 кв. м в среднем стоит 45 057руб./кв. м., а самое «дешевое» жилье в перерасчете на 1 кв. м. предлагается в Октябрьском округе – 44 275 руб./кв. м. (таблица 2).

Таблица 2. Динамика средних цен предложения на первичном рынке жилья по административным округам г. Омска за апрель 2012-2014 гг.

Округ	Средневзвешенная цена, руб./кв. м		
	Апрель 2012г.	Апрель 2013г.	Апрель 2014г.
Кировский	31 682	37 413	40 619
Ленинский	34 896	37 122	38 996
Октябрьский	31 049	35 098	40 984
Советский	32 206	35 457	37 642
Центральный	33 743	39 892	45 553

Средневзвешенная цена за 1 кв.м. на первичном и вторичных рынках стабильно возрастает каждый год. На первичном рынке жилой недвижимости самая большая стоимость за 1 кв. м у Центрального АО в апреле 2014 года – 45 553 руб./кв.м. Следом по стоимости 1 кв.м. идет Октябрьский округ – 40 984 руб./кв. м. Чуть ниже средняя цена в Кировском округе – 40 619 руб./кв. м. В Ленинском административном округе 1 кв. м в среднем стоит 38 996 руб./кв. м, а самое «дешевое» жилье в перерасчете на 1 кв. м предлагается в Советском округе – 37 642 руб./кв. м.

Анализ рынка жилой недвижимости в Омске на первичном и вторичном рынке за 2015 год показал, что основной поток предлагаемых на продажу квартир в новостройках представлен объектами класса «комфорт», «эконом-класса», однако «элитный» сегмент жилой недвижимости в новостройках остается незаполненным. Спрос на такие объекты невелик, но полное отсутствие проектов высочайшего уровня качества ухудшает общий фон на рынке строительства жилья.

Наблюдается увеличение стоимости квадратного метра жилья на первичном и падение на вторичном рынке жилья, то есть соотношение составляет: 42771 к 40492 и 46659 к 47420 (за декабрь 2015г. к 2013г.). На рынке вторичного жилья большой спрос на «эконом-класс», а на рынке первичного жилья – на «комфорт-класс» (соответственно 67,3% против 72,6% за декабрь 2015 года). Заметим также, что спрос на 3-х комнатные квартиры упал на обоих сегментах рынка на 4 – 6% и перешел на одно- и двухкомнатные.

Ипотека подлежит государственной регистрации учреждениями юстиции в Едином государственном реестре прав на недвижимое имущество по месту нахождения имущества, являющегося предметом ипотеки [1].

Государственная регистрация ипотеки осуществляется на основании совместного заявления залогодателя и залогодержателя.

Для государственной регистрации ипотеки должны быть представлены:

- договоры об ипотеке и их копии;
- документы, указанные в договоре в качестве приложений;
- документы об уплате государственной пошлины;
- материалы по стоимостной оценке предмета залога;
- данные о залогодержателе.

Если же права залогодержателя удостоверены закладной, в таком случае, в орган государственной регистрации прав на недвижимость, помимо уже перечисленных документов, предоставляются:

- закладная, удовлетворяющая всем требованиям законодательства, и ее копия;
- приложения к закладной и их копии.

Анализ данных Росреестра по Омской области показал, что в мае 2015 года отмечено существенное снижение общего количества зарегистрированных прав на недвижимое имущество и сделок с ним (таблица 3).

Таблица 3. Информация Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Омской области за сентябрь 2014 – май 2015 гг.

Недвижимость в Омской области	Сентябрь 2014г.	Декабрь 2014г.	Январь 2015г.	Апрель 2015г.
Общее количество зарегистрированных прав на недвижимое имущество	33802	57743	19139	26034
Общее количество зарегистрированных прав на жилье	10840	31635	8107	9473
Общее количество записей об ипотеке	3202	3634	1541	2216

Сравнивая суммарные показатели с начала года, хочется отметить, что в 2015 году прослеживается снижение по многим показателям по сравнению с 2014 годом: количество сделок с жильем уменьшилось более чем на пять тысяч позиций (9%), количество зарегистрированных записей об ипотеке сократилось более чем на четыре тысячи позиций (27%).

Наши исследования согласуются с выводами аналитиков по развитию рынка недвижимости: застой рынка недвижимости связан с ранее случившимся дисбалансом спроса, в результате чего реализованная быстрыми темпами покупательская способность очень сильно опустила цены предложений и образовала потребительский рынок. В свою очередь, цены на недвижимость не только упали из-за спроса на рынке, но и из-за девальвации национальной валюты.

В сложившейся ситуации на рынке недвижимости можно рекомендовать следующее:

1. Социальное строительство.

Государство (или государственные корпорации, крупные компании) скупает строящийся объект (или является главным заказчиком) и продает его по низкой нерыночной цене для семей с невысоким доходом (от 25 до 55 рублей в месяц) в целях его дальнейшего некоммерческого использования (после оплаты кредита нельзя сдавать в аренду и продавать недвижимость в половину периода оплаты ипотеки).

Данная система строительства жилых комплексов обеспечит качественным жильем социально-слабые слои населения, так как влияние рыночного ценообразования будет сводиться к нулю контроль со стороны государства (или заинтересованного в этой системе заказчика).

2. Социальная ипотека (для семей, состоящих из более 2-х человек).

На законодательном уровне прописать обязательные уступки банка в случае неустойки, задержки кредита покупателем по причине потери работы или кормильца.

Данная ипотека предусматривает использование механизмов социальной защиты от нецелесообразной политики банков, таких как правовой возможности отсрочки по кредиту и замораживание кредита.

Библиографический список:

1. О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним : федер. закон Рос. Федерации от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ / ГАРАНТ : платформа F... : справ.-правовая система. – М., 2015. – Загл. с экрана.
2. Об ипотеке (залоге недвижимости): федер. закон Рос. Федерации от 16июля 1998 г. № 102-ФЗ // ГАРАНТ : платформа F... : справ.-правовая система. – М., 2015. – Загл. с экрана.
3. Аналитический отчет о рынке жилой недвижимости Омского региона за апрель 2012, 2013, 2014, 2015гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.omeks.ru/Uslugi/Analitika/>

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Метелев С.Е.,

д. э. н., проф., директор, Омского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье на основе анализа предлагаемых характеристик определяется сущность инновационного потенциала в форме полученного предприятием дохода от одного наемного работника в течение 8-часовой рабочей смены; или полученного в 8-часовом периоде валового регионального продукта на душу населения региона; или полученного в 8-часовом периоде валового муниципального продукта на душу населения муниципального образования. Инновационный потенциал изображается графически, при этом показывается и констатируется, что он приводится в действие посредством организации движения субъектов рыночной экономики по ступеням развития. Номер ступени развития – это оценка инновационного потенциала субъекта рынка. Графически показывается местонахождение кривой валового регионального продукта Омской области в инновационном потенциале субъектов рыночной экономики, на основе этого делается анализ состояния Омского региона, констатируется его местонахождение и расстояние до перехода на траекторию инновационного развития. Делается вывод, что в сегодняшней ситуации наиболее подходящей сферой для инноваций является торговля и поэтому ускорить процесс перевода региональной экономики на путь инновационного развития может региональный инновационный торгово-образовательный кластер, несущий новые гибкие взаимоотношения и взаимодействия между торговыми работниками в условиях непрерывного обучения. Подчеркивается, что сегодня торговать и учиться искусству торговли подобно возвращению к Великому шелковому пути – к памяти строительства экономического благополучия государств и целых империй.

Ключевые слова: *инновационный потенциал, валовой региональный продукт, доход, ступени развития.*

В условиях современной экономики только величина инновационного потенциала и эффективность его использования предопределяют потенциальные возможности и горизонты роста региональных субъектов рыночной экономики (регион, муниципальное образование, предприятие). Поэтому оценка инновационного потенциала имеет определяющее значение для обоснования инновационной политики субъектов рыночной экономики и разработки программ их социально-экономического развития.

За последние годы как в российской, так и в международной практике исследований под влиянием различных целевых установок сложилось более шести подходов к оценке инновационного потенциала [3], на основании которых раскрывается содержание категории «инновационный потенциал».

По мнению автора, определение сущности инновационного потенциала субъекта рыночной экономики должны охватывать следующие характеристики:

- инновационный потенциал – это характеристика способности субъекта рыночной экономики к изменению, улучшению, прогрессу на основе трансформации имеющихся ресурсов в новые комбинации (по Шумпетеру);
- инновационный потенциал субъекта рыночной экономики – это подсистема социально-экономического потенциала региона, муниципального образования, предприятия;
- инновационный потенциал субъекта рыночной экономики – это его неиспользованные возможности, которые могут быть приведены в действие для экономического роста посредством реализации инновационной стратегии.

Приведенные характеристики требуют, чтобы инновационный потенциал субъектов рыночной экономики оценивался одним общим, простым, понятным и доступным относительным показателем, интегрирующим человеческие, технико-технологические, организационные, материальные, информационные и институциональные факторы функционирования и развития субъектов рыночной экономики. По нашему мнению, таким показателем является полученный предприятием в течение 8-часовой рабочей смены доход от одного наемного работника, или полученный в 8-часовом периоде валовой региональный продукт (валовой муниципальный продукт) на душу населения региона (муниципального образования).

Валовой региональный продукт (ВРП) или валовой муниципальный продукт (ВМП) представляют собой ценность всех конечных благ, произведенных в течение года. ВРП (ВМП) рассматривается как сумма добавленных стоимостей, присоединяемых всеми производителями [2, С. 530].

В [5] математически описываются и графически показываются степени развития субъектов рыночной экономики следующим образом:

Из школьного курса физики известно, что графически изображенные резонансные кривые имеют колоколообразную форму. Такую же подобную колоколообразную форму имеют кривые,

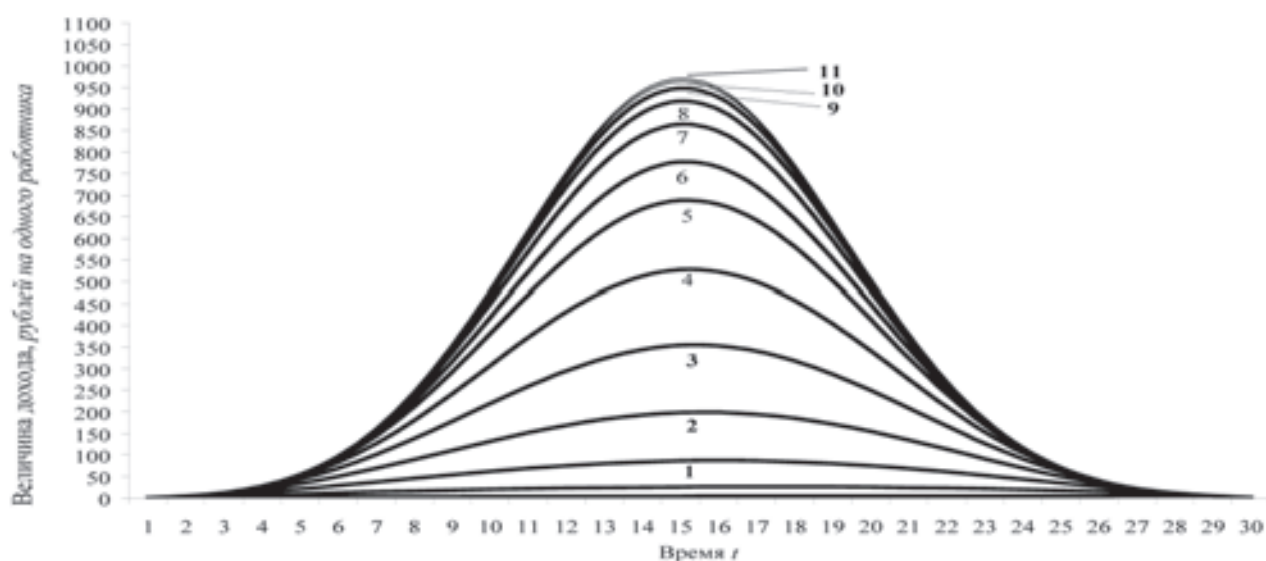


Рисунок 1 – Области денежных средств 11-ти степеней развития субъектов рыночной экономики при $N = 1$ наемный работник предприятия, или при $N = 1$ душе населения региона, или при $N = 1$ душе населения муниципального образования (1,2,3,4,5,6,7,8-11 – степени развития субъектов рыночной экономики).

графически изображенные на рисунке 1. На этой основе можно констатировать, что графически изображенные кривые «Области денежных средств 11-ти ступеней развития субъектов рыночной экономики ...» подобны графическому изображению резонансных кривых и поэтому представляют собой резонансные решения в виде экспоненциально-квадратичной функции от полиномиального (внешнего) времени.

Следует обратить внимание, что на рисунке 1 самая последняя по времени образования форма «треугольного резонанса» 11-ой ступени развития содержит все ранее образованные формы «треугольного резонанса» от первой до одиннадцатой ступеней развития. Перед нами принцип «матрешки», который наблюдается на всех уровнях мира – от микромира до космоса. Этот принцип присущ «живой» Природе, которая использует его для самосохранения и самоорганизации. Самоорганизация Природы как Материи – это самопроизвольный процесс, необходимый для уменьшения свободной энергии согласно принципу минимизации энергии. Принцип «матрешки» осуществляется постоянно: через равновесие «жизнь-смерть», через постоянное размножение и отмирание организмов, через жизненный цикл организмов, рождающихся, а затем распадающихся. При этом распад дает энергию для существования и размножения микроорганизмов (в экономике, как живом организме, предпринимателей, находящихся ниже первой ступени развития и описываемых зависимостью $\dot{A}i\ddot{o}i\ddot{a} = 1,4427 \cdot N \cdot h \cdot t \cdot (1 + 0,7639t - 0,0262t^2)$ [3]). Все вместе формы «треугольного резонанса» образуют структуру, в которой избыточная энергия играет роль связи между резонансными кривыми.

Изображенные на рисунке 1 кривые «Области денежных средств 11-ти ступеней развития субъектов рыночной экономики при N = 1 наемный работник предприятия, или при N = 1 душе населения региона, или при N = 1 душе населения муниципального образования» характеризуют требования этих ступеней к эффективности применяемых в субъектах рыночной экономики технологий. Так, например, если предприятие находится на 11-ой ступни развития, то применяемые технологии должны обеспечивать величину дохода в пределах 930 рублей от каждого наемного работника в течение 8-часовой рабочей смены. Рекомендуются использовать при прогнозировании развития субъектов рыночной экономики, при выборе технологий, особенно при решении вопроса «что на что менять?», получая тем самым реальные конкурентные преимущества. Следовательно, рисунок 1 представляет собой графическое изображение инновационного потенциала субъектов рыночной экономики, который приводится в действие посредством организации их движения по ступеням развития, осуществляемой трансформацией имеющихся у них ресурсов в новые комбинации.

В таблице 1 представлен валовой региональный продукт на душу населения Омской области за период 2008-2013 годы.

Таблица 1. Валовой региональный продукт на душу населения Омской области

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Валовой региональный продукт на душу населения, рублей*	174709,8	169327,8	193216,0	228486,6	248940,0	280274,8
Валовой региональный продукт в 8-часовом периоде на душу населения, рублей**	159,55	154,64	176,45	208,66	227,34	255,96

* Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области.

** Расчеты автора

На рисунке 2 показана кривая АБ валового регионального продукта в 8-часовом периоде на душу населения. Как показывает рисунок, в 2008 году Омский регион вышел на 3-ю ступень развития (точка А), затем опустился в своем развитии на поле между 2-й и 3-ей ступенями развития и

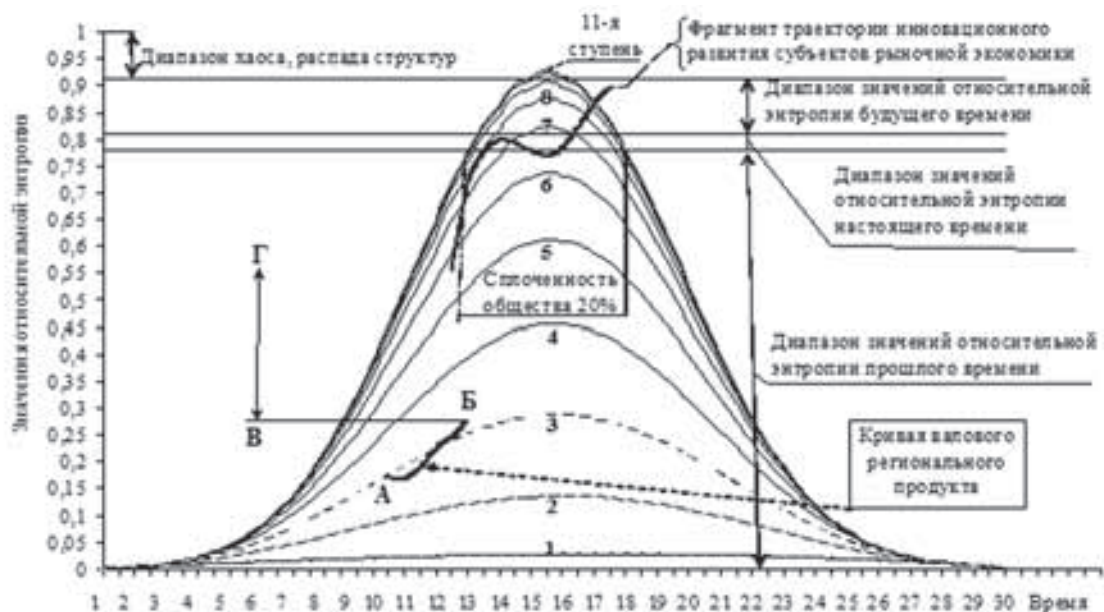


Рисунок 2. Кривая валового регионального продукта в инновационном потенциале субъектов рыночной экономики

далее, пересекая границу 3-ей ступени, вышел на поле между 3-ей и 4-ой ступенями развития (точка Б). Заметим, место кривой АБ на графике пока не совсем радостное, хотя динамика роста (развития) хорошая, обнадеживающая (приятно!). Главное – омичам не останавливаться, необходимо продолжать движение.

Размерная стрелка ГВ показывает расстояние от точки Б кривой валового регионального продукта до начала траектории инновационного развития региональных субъектов рыночной экономики. Сейчас, как никогда, региону нужны профессионалы, которые вывели бы регион на указанную траекторию. Это необходимо сделать еще и потому, что сегодня регион находится на 70-процентном расстоянии от Настоящего времени или на 30-процентном расстоянии Прошлого времени. Цикл системы «Прошрое-Настоящее-Будущее» региона составляет 12 лет (у государства 24 года, у предприятия 6 лет, у муниципального образования 12 лет). Начался указанный цикл в 2006 году, в 2018 году заканчивается. А наш регион все ещё находится в Прошлом времени. Одним словом, работы у омичей очень много.

Автор считает, что проблема перевода региональной экономики на инновационный путь развития может быть решена комплексно быстро и успешно, если региональным субъектам рыночной экономики перейти на инновационную модель поведения, когда новые технологии и товары станут средством их развития. Нет возражений, инновационные процессы тесно связаны с *политикой* инвестирования в новые технологии. В свою очередь, инвестиционная деятельность связана с налоговой *политикой*. Английская же поговорка гласит: «Стоимость – это соглашение, цена – это политика» [6]. При этом сами инновации обладают параметрами качества и цены. То есть цена реализует интересы субъектов рыночной экономики. Однако сегодня нет единого определения сущности цены. Каждая экономическая теория дает свое определение. Из этого следует, что актуальной проблемой региональной экономики является разработка методологических принципов ценообразования для инновационной политики региональных субъектов рыночной экономики, способных обеспечить своё устойчивое развитие и повышение доходности активов за счет освоения и внедрения инновационных технологий. В Омском институте (филиале) РЭУ им. Г. В. Плеханова такую методологию разработали.

Разрабатывая методологию, мы основывались на том, что цена – это сложная экономическая категория, в которой пересекаются практически все основные проблемы развития экономики, а ценообразование – это процесс, обеспечивающий формирование, применение и контроль цен, учиты-

вающих научно-технический прогресс снижением энергоемкости, последовательным повышением порядкового номера ступени развития, энергоэффективности, размера прожиточного минимума на душу населения.

Мы рассматривали механизм ценообразования как способ формирования цены, как технологию её зарождения и функционирования, её изменения во времени при движении по резонансным кривым, показанным на рисунках 1 и 2.

Методологию установления цен мы рассматривали как совокупность принципов установления цен, соблюдение которых обеспечивает создание единой системы цен, отвечающей всем предъявляемым к ней требованиям, определяющим из которых является снятие противоречивых интересов между продавцом и покупателем. Такой подход вывел нас на товарное обращение, связывающее производство с потреблением, предложение и спрос. Мы снова пришли к тому, что ускорить процесс перевода региональной экономики на путь инновационного развития может региональный инновационный торгово-образовательный кластер. Правильность такого вывода подтверждается таким важнейшим показателем развития экономики региона как объём оборота торговли, характеризующего процесс возмещения затрат производителей после продажи товаров и образования основы для дальнейшего воспроизводства, стимулирующего прогресс производства и потребления. Поэтому в сегодняшней ситуации торговля является наиболее подходящей сферой для инноваций. Из этого вытекает необходимость в возвращении лозунга начала нэпа, выдвинутого не популярным ныне В. И. Лениным в 1921 году: «Учитесь торговать!» [1] Такое возвращение подобно сегодняшнему возвращению к Великому шелковому пути, то есть к прошлому торгово-обменному пути гигантской протяженности, шедшему из центральных районов Китая в Индию и Переднюю Азию и связывающему в первые века нашей эры великие империи древности – Китай, Парфию и Древний Рим.

В Интернете приводятся следующие высказывания В.И. Ленина об учёбе торговле: «Государство должно научиться торговать так, чтобы промышленность удовлетворяла крестьянство, чтобы крестьянство торговлей удовлетворяло свои нужды» [доклад «Н.Э.П. и задачи политпросветов», окт. 1921]; «Овладеть торговлей» [О значении золота, ноябрь 1922]; «Соединить революционный энтузиазм... с умением быть толковым и грамотным торгашом» [О кооперации, 1923].

В настоящее время учиться искусству торговли – это учиться менять представления быстрее конкурентов, учиться под девизом «Учиться = переучиваться = избавляться от устаревших представлений» [2].

Торговать и учиться искусству торговли являются задачами выше предлагаемого регионального торгово-образовательного инновационного кластера, несущего новые гибкие взаимоотношения и взаимодействия между торговыми работниками в условиях непрерывного обучения.

Возвращение к Великому шелковому пути – это возвращение к памяти разных народов, к памяти строительства экономического благополучия государств и целых империй.

История народов показывает, что развитие торговли сопровождается развитием промышленности, что развитие торговли и торгового капитала повсюду развивает производство в направлении меновой стоимости, увеличивает его размеры, делает его более разнообразным, придаёт ему космополитический характер, развивает деньги в мировые деньги. Поэтому торговля повсюду влияет более или менее разлагающим образом на те организации производства, которые она застаёт и которые во всех своих различных формах направлены на производство потребительной стоимости. При этом чрезвычайно эффективным средством для упрощения, прояснения и стандартизации торгового обмена являются денежные цены, позволяющие прийти к *общественному сотрудничеству*.

Выводы

1. Инновационный потенциал – совокупность кривых, представляющих собой область денежных средств 11-ти ступеней развития субъектов рыночной экономики при $N = 1$ -му наемному работнику предприятия, при $N = 1$ -ой душе населения региона, при $N = 1$ -ой душе населения муниципального образования.

2. Номер ступени развития – это оценка инновационного потенциала субъекта рынка.

3. Местонахождение кривой валового регионального продукта в инновационном потенциале субъектов рыночной экономики характеризует уровень развития региона и расстояние до начала траектории инновационного развития.

4. В сегодняшней ситуации торговля является наиболее подходящей сферой для инноваций. Из этого вытекает необходимость в возвращении лозунга начала нэпа, выдвинутого не популярным ныне В. И. Лениным в 1921 году: «Учитесь торговать!».

5. Возврат к лозунгу «Учитесь торговать!» подобен возврату к Великому шелковому пути, к тому прошлому торгово-обменному пути гигантской протяженности, шедшему из центральных районов Китая в Индию и Переднюю Азию и связывающему в первые века нашей эры великие империи древности – Китай, Парфию и Древний Рим.

6. Возвращение к Великому шелковому пути – это возвращение к памяти разных народов, к памяти строительства экономического благополучия государств и целых империй.

7. Ускорить процесс перевода региональной экономики на путь инновационного развития может региональный инновационный торгово-образовательный кластер.

8. Торговать и учиться искусству торговли – задача регионального торгово-образовательного инновационного кластера, несущего новые гибкие взаимоотношения и взаимодействия между торговыми работниками в условиях непрерывного обучения.

Библиографический список:

1. Учитесь торговать! [Электронный ресурс]. URL: <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?fmod> (дата обращения 26.12.2015).
2. Учиться искусству торговли. [Электронный ресурс]. URL: <http://bookap.info/psymoney> (дата обращения 26.12.2015).
3. Беляев О. Г., Корнилов Д. А. Оценка инновационного потенциала экономических систем. [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1205-2012-03-30-11-27-38>
4. Хейне Пол. Экономический образ мышления. Пер. с англ. Издание второе, стереотипное. – М.: Дело, 1993. – 704 с.
5. Метелев С.Е., Метелев А.Е. Теоретические основы инновационно-кластерного развития региона // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3. – С. 368-375.
6. Чан Т. Х., Егорова М. С. Понятие, сущность, роль цен и ценообразования в экономике туризма // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 844-846.

Единый универсальный механизм ценообразования региональной экономики

Метелев К.А.,

коммерческий директор, ООО «Фонд недвижимости», г. Омск

Целью статьи является разработка единого универсального механизма ценообразования региональной экономики. Методологией процесса выработки новых знаний служат анализ, абстрагирование, конкретизация, формализация, обобщение. Основное содержание исследования составляет математическое обоснование универсального механизма ценообразования, генерирующего и обеспечивающего интенсивный ресурсосберегающий экономический рост на основе эффективного использования достижений НТП. Экономический рост трак-

туется как движение по ступеням развития, обусловленное резонансными ценами, расцениваемыми в качестве движущей силы экономической динамики, сопровождаемой увеличением реального объема производства и ростом его эффективности. Выводится формула расчета резонансных цен, имеющая два механизма, формирующих условия движения по ступеням развития субъектов рыночной экономики и увеличения запаса финансовой прочности. Делается вывод о неизбежности ориентации региона на единый универсальный механизм ценообразования. Констатируется, что формула определения резонансных цен может использоваться в оценке стоимости бизнеса, региона, муниципального образования.

Ключевые слова: экономический рост, ступени развития, резонансная цена, ценообразование, механизм.

В № 12 за 2014 год солидного журнала «Вопросы экономики» напечатана статья Алексея Кудрина и Евсея Гурвича под многообещающим заголовком «Новая модель роста для российской экономики» [4], снабженная многочисленными статистическими данными, таблицами, рекомендациями.

Внимательный анализ статьи, проведенный Владиславом Фельдблюмом, показал отсутствие в ней актуальных и конструктивных рекомендаций по оперативному и надежному решению сложных проблем, накопившихся в российской экономике. Причиной этого является, считает Фельдблюм, узкопрофессиональная ориентация, рамки привычных шаблонных подходов, за которые наши экономисты-финансисты никак не могут выйти и поэтому не способны учитывать в своих исследованиях весь комплекс социально-экономических проблем, не в состоянии переходить на путь системных и междисциплинарных исследований [12].

Нет возражений, в стране действительно сформировалась однобокая доминирующая сырьевая модель экономического роста, действительно необходима система новых подходов, создающих сильную мотивацию к повышению эффективности субъектов рыночной экономики. Но в то же время предлагаемые рекомендации не могут быть приняты, поскольку игнорируют новейшую историю России. Американский философ Джордж Сантаяна описал результаты такого подхода следующим афоризмом: «Те, кто игнорирует прошлое, будут вынуждены повторить его». Поэтому исследования по теме «Новая модель роста экономики» должны основываться на 1) цикличности системы «Прошлое – Настоящее – Будущее» субъектов рыночной экономики, вписываемых в 48-летний цикл Н. Д. Кондратьева; 2) докладах Римского клуба, выделяя **концепцию «органического роста», согласно которой каждый регион должен выполнять свою особую функцию подобно клетке живого организма** [3,8,9]; 3) энтропии как вынуждающей силы, целенаправленное воздействие которой устанавливает программируемое состояние системы, оцениваемое числовым значением вероятности, тождественному числовому значению относительной энтропии; 4) резонансе, несущим экономическим системам субъектов рынка согласие, соответствие и гармоническое взаимодействие; а также 5) итоговом документе¹ Конференции ООН по устойчивому развитию «Рио+20», согласно которому движущей силой развития и поступательного экономического роста являются торговля, энергоэффективность, ценообразование в отношении энергоносителей (смотрите в рекомендациях правительствам в отношении государственной политики). То есть только на основе учёта совокупности вышеперечисленных факторов обеспечивается устойчивый рост региональной экономики. Проблема заключается в учёте совокупности факторов.

Автор считает, что решение указанной проблемы сводится к обеспечению выживаемости субъектов рыночной экономики и завоеванию ими лидерства на рынках. А это является основной задачей ценообразования². Следовательно, необходим *единый универсальный механизм ценообразова-*

¹ Итоговый документ Конференции ООН по устойчивому развитию «Рио+20» «Будущее, которого мы хотим» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uncsd2012.org> (дата обращения: 17.01.2016).

² Методы ценообразования. [Электронный ресурс]. URL: <http://edu.dvgups.ru> (дата обращения: 18.01.2016).

ния в региональной экономике как процесс формирования цен на основе практического воплощения в региональный товарообмен метафоры «экономика как живой организм» в контексте использования энтропии, резонанса, энергоэффективности. При этом механизм ценообразования должен выступать активной задающей частью ценовой политики, предопределять величину цены.

Цель настоящего исследования – разработка единого универсального механизма ценообразования региональной экономики.

В процессе проведенного исследования получены следующие результаты.

1. Энергоэффективность, энергосбережение.

Эффективность означает получение необходимого результата с использованием меньшего количества энергии. Сбережение, однако, означает потребление меньшего количества энергии или вовсе отказ от ее использования. Эффективность в основном приводит к сбережению энергии, но не наоборот. Например, для освещения помещения можно использовать 100-ваттную лампочку в течение 10 часов, но можно использовать и эквивалентную ей светодиодную лампу, которая потребляет 16 Вт за тот же период времени. За 10 часов освещения она израсходует 0,16 кВт/ч электроэнергии по сравнению с 1 кВт/ч, необходимым для питания обычной лампы накаливания. Отсюда вывод – энергоэффективность приводит к сохранению энергии.

Эффективность – это прогресс, сохранение ресурсов и денег. Повышение энергоэффективности означает, что можно достичь целей по сбережению энергии, не отказываясь от желаемых результатов.

Экономическая характеристика энергоэффективности (ЭхЭЭ) измеряется отношением стоимости потребленных (или произведенных и экспортируемых) энергоносителей к объему произведенного валового регионального продукта (ВРП), валового продукта муниципального образования (ВМП), дохода предприятия (ДП) [11]. Причем для анализа и сравнения используются как внутренние, так и мировые цены на энергоресурсы. С целью организации регулирования энергоэффективности принят международный стандарт ISO 50001 [7].

2. Экономисты с 1972 года (Римский клуб) высказывают мысль, что правильная организация экономики должна строиться подобно организации живого организма, существующего в потоке энергии, из которого он черпает информацию для упорядочения своей внутренней структуры при минимальных затратах энергии и вещества, и показывающего образец процесса развития материи. Это позволяет проблему баланса эффективности роста экономики и социальной ответственности решать посредством включения региональной экономики в активный круговорот энергии в природе.

Исследования отечественных учёных показывают, что конструкцию живого организма природа всегда неизменно «избирает» наиболее эффективную с точки зрения энергетики. Каждая система, созданная природой, имеет такой закон композиции, который позволяет ей осуществлять свою функцию оптимальным образом, то есть при минимальных затратах энергии и вещества. Следовательно, всю массу вовлекаемых в производство ресурсов необходимо приводить к одному совокупному измерителю – энергетическому, тем самым отдавая приоритет фундаментальному закону сохранения и превращения энергии [2].

В [6] произведен поиск и математическое обоснование методологии механизма резонансного ценообразования инновационной экономики как инструмента выхода субъектов рыночной экономики из ловушки инерционного энергосырьевого сценария на траекторию инновационного развития; как учения о зарождении и функционировании цены в одной из трех зон резонансного ценообразования, каждая из которых характеризуется кривыми резонанса, общими относительными энтропиями ступеней развития, структуры времени субъектов рыночной экономики (прошрое, настоящее, будущее), доходности предприятия (кластера), валового регионального (муниципального) продукта.

Выделяется зона межотраслевого координирующего ценообразования, основой которого является экологическая ориентация через природный круговорот используемых энергетических ресурсов, оцениваемый биоэнергетической эффективностью инноваций. Для определения (расчета) зональных цен предлагаются две математические модели, согласно которым объем, качество, тех-

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

нический уровень продукции, её стоимость зависят от инноваций, от организации производства и сбыта.

Сложность оценивания круговорота используемых энергетических ресурсов посредством биоэнергетической эффективности инноваций требуют упрощения расчета цен и объединения двух расчетных моделей в одну. Это должно быть осуществлено использованием, по мнению автора, экономической характеристики энергоэффективности (ЭхЭЭ) следующим образом:

$$p = \frac{(1,618 - \text{ЭхЭЭ}) \cdot \text{ПсЗ}}{Q} + \frac{930 \cdot \text{ЭхЭЭ} \cdot N}{Q}, \quad (1)$$

где p – продажная цена за единицу продукции; Q – объём продаж в натуральном выражении; ЭхЭЭ – экономическая характеристика энергоэффективности; ПсЗ – постоянные затраты; $1,618 = 1/0,618$ – коэффициент (0,618), характеризующий проявление количественного соотношения энергии в разных формах между собой, его устойчивость и стационарность; 930 – доход в течение 8-часовой рабочей смены, приходящейся в среднем на каждого наемного работника предприятия, находящегося на 11-ой ступени развития, руб./чел.; N – общее количество наемных работников на предприятии.

Для региона (муниципального образования) символы зависимости (1) толкуются следующим образом:

930 – сумма ВРП (ВМП), приходящаяся в среднем на одного экономически активного человека региона (муниципального образования) и условно полученная в течение 8-часовой рабочей смены в указанных субъектах, находящихся на 11-ой ступени развития, руб./чел.;

ВРП (ВМП) – валовой региональный продукт (валовой продукт муниципального образования), тыс. руб.;

N – общее количество экономически активных людей в трудовых ресурсах региона (муниципального образования), чел.

Валовой региональный (муниципальный) продукт представляет собой ценность всех конечных благ, произведенных в течение года. ВРП (ВМП) может рассматриваться как сумма добавленных стоимостей, присоединяемых всеми производителями, или как совокупный доход, полученный собственниками произведенных ресурсов, или как сумма расходов на приобретение вновь созданных благ потребителями, фирмами, государством, регионом, муниципальным образованием, иностранцами [14, С. 530]. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области определяет ВРП как валовую добавленную стоимость в основных ценах.

Вернемся к формуле (1), в которой показатели Q и ЭхЭЭ определяются следующим образом:

$$Q = \frac{V_{\text{общ. МДж}}}{\alpha_{\text{общ. объём}}}, \quad (2)$$

где

$V_{\text{общ. МДж}}$ – объём энергозатрат на общий набор выпускаемых товаров, измеряется в мегаджоулях (МДж);

$\alpha_{\text{общ. объём}}$ – общий энергетический эквивалент с размерностью МДж / на одну единицу из общего набора выпускаемых товаров.

То есть показатель Q измеряется как среднее натуральное количество условного товара в ассортиментном наборе выпускаемых товаров.

Значения показателя $\alpha_{\text{общ. объём}}$ имеются в справочниках и приказах по проблемам энергоэффективности, изданных Министерством регионального развития РФ.

Показатель ЭхЭЭ:

для региона

для муниципального образования

для предприятия

$$\text{ЭхЭЭ} = \frac{V_{\text{общ. Руб.}}}{\text{ВРП}} \quad (3) \quad \text{ЭхЭЭ} = \frac{V_{\text{общ. Руб.}}}{\text{ВМП}} \quad (4) \quad \text{ЭхЭЭ} = \frac{V_{\text{общ. Руб.}}}{\text{ДП}}, \quad (5)$$

где $V_{\text{общ. Руб.}}$ – стоимость потребленных энергоносителей либо регионом, либо муниципальным образованием, либо предприятием, тыс. руб.;
 ДП – доход предприятия, тыс. руб.

Зависимости (3), (4), (5) говорят о том, что величина p , определяемая формулой (1), есть продажная цена за единицу некоего *среднего условного* товара в ассортиментном наборе выпускаемых товаров либо предприятием, либо на территории муниципального образования, либо на территории региона. Разбивку этой цены на цены конкретных товаров, взятых из ассортимента выпускаемых товаров, необходимо осуществить посредством ассортимента V_i объема энергозатрат на каждый i -ый вид товара в их общем наборе и ассортиментного энергетического эквивалента α_i с размерностью МДж / на одну единицу конкретного наименования товара в их общем наборе. В принципе оба вида энергетических эквивалента ($\alpha_{\text{общ. объем}}$, α_i) должны быть эталонными, определяемыми региональной наукой.

3. Со времен Карла Маркса стоимость производства товаров представляется в виде простой суммы «издержки + прибыль», то есть

$$\text{Стоимость производства товаров} = k + p' \cdot k, \quad (6)$$

где k – издержки производства; p' – норма прибыли.

Если с показателем k все ясно, то показатель p' требует обоснований с точки зрения метафоры «экономика как живой организм».

Как показал М. Алле, равновесие сложных систем следует описывать только с позиции их стремления к гармонии, выполняющей функцию системообразования [1]. Равновесная экономика является наиболее эффективной и устойчивой [Там же], что характеризуется правилом «золотой пропорции» для её конкурирующих частей [13]. Факт известен человечеству с 1202 года, когда открытием ряда Фибоначчи было обнаружено фундаментальное свойство средне пропорционального отношения – единство аддитивности и мультипликативности [10]. Сегодня он описывается математическим методом Фибоначчи в форме причинно-следственной связи между тремя компонентами системы [13]. Правило золотой пропорции для трех частей задается в процентном выражении следующим образом: $50\% + 30,9\% + 19,1\% = 100\%$ [Там же]. Необходимо заметить, что «целое, пропорции и золотое сечение» является пятой из 38 известных концепций синергетики, главная идея которой заключается в принципиальной возможности спонтанного возникновения порядка и организации из беспорядка и хаоса в результате процесса самоорганизации [10]. Гармония характеризует соразмерность частей и целого, слияние различных компонентов объекта в единое органическое целое.

Гармоничность уравнения (6) обеспечивается эталонной нормой прибыли p' размером, определяемым на основе правила золотой пропорции для трех частей в процентном выражении, то есть

$$p' = \frac{19,1\%}{50\% + 30,9\%} = 0,236 \quad (7)$$

Следовательно, стоимость производства товаров определится следующим образом:

$$\text{Стоимость производства товаров} = k + 0,236 \cdot k \quad (8)$$

Сопоставив уравнение (8) с уравнением (1), получим следующие две зависимости стоимости производства при $Q=1$ – труд в единицах измерения «чел.·час/чел.·час» (смотрите ниже формулу (15) и таблицу 2):

$$k = \frac{(1,618 - \text{ЭхЭЭ}) \cdot \text{ПсЗ}}{Q} \quad (9)$$

$$0,236 \cdot k = \frac{930 \cdot \text{ЭхЭЭ} \cdot N}{Q} \quad (10)$$

Тогда зависимости (9) и (10) можно записать одной формулой следующим образом:

$$k = \frac{(1,618 - \text{ЭхЭЭ}) \cdot \text{ПсЗ}}{Q} = \frac{3941 \cdot \text{ЭхЭЭ} \cdot N}{Q} \quad (11)$$

Следовательно, резонансные цены могут определяться по двум равнозначным формулам в контексте зависимости (8) при $Q > 1$ (по принципу «товар + труд» или зависимость цены товара от цены одного часа работника):

$$p = \frac{1,236 \cdot (1,618 - \text{ЭхЭЭ}) \cdot \text{ПсЗ}}{Q} \quad (12)$$

$$p = \frac{4871 \cdot \text{ЭхЭЭ} \cdot N}{Q} \quad (13)$$

В основе зависимости (12) лежит механизм, формирующий условия увеличения запаса финансовой прочности субъектов рыночной экономики, а в основе зависимости (13) лежит механизм, формирующий условия движения по ступеням развития субъектов рынка. Подчеркнем еще раз: обе зависимости равнозначны, рассчитанные по ним резонансные цены тождественны, то есть одинаковы по сумме.

4. Как указывалось выше, для анализа и сравнения экономической характеристики энергоэффективности (ЭхЭЭ) используются как внутренние, так и мировые цены на энергоресурсы. Но итоговые документы Конференции ООН по устойчивому развитию «Рио+20» требуют ценообразование в отношении энергоносителей не с точки зрения внутренних или мировых цен, а с точки зрения устойчивого развития, с точки зрения метафоры «экономика как живой организм», то есть требуют ценообразование, учитывающее природную (эталонную) норму прибыли в размере $p' = 0,236$. Подчеркнем, норму прибыли и не менее, и не более этой величины.

Экономика должна служить человеку, и её целевая функция должна быть направлена на гармоническое развитие личности и общества путём укрепления его здоровья, подъёма культуры и обеспечения благосостояния. Как известно из синергетики (см. выше), гармония описывается трёхчленным соотношением целого и его рекуррентно связанных частей, имеющих предел в виде «золотой пропорции». Это можно увидеть на примере основного уравнения развития птицефабрики как части живой природы, в следующем виде:

$$\text{Э}_{\text{цен. корм.}} - \text{Э}_{\text{антроп.}} - \text{Э}_{\text{реал. мясо + яйца}} = 0, \quad (14)$$

где $\text{Э}_{\text{цен. корм.}}$ – энергетическая ценность комбикормов, поступивших на птицефабрику (в объединение), ГДж; $\text{Э}_{\text{антроп.}}$ – антропогенная энергия, задействованная в производстве мяса и яиц птицы, ГДж; $\text{Э}_{\text{реал. мясо + яйца}}$ – энергетическая ценность реализованных мяса и яиц птицы, ГДж.

В таблице 1 приведены найденные в архивах суммарные эталонные энергетические технологические параметры производства яиц и мяса птицы птицеводческого объединения «Омское» за период с 1970 по 1990 годы (с учётом выявленных резервов, поскольку за указанный период фактический биоэнергетический коэффициент η составил величину $\eta = 0,2$).

Таблица 1 – Суммарные эталонные энергетические технологические параметры производства яиц и мяса птицы птицеводческого объединения «Омское» за период с 1970 по 1990 годы (единица измерения ГДж)

Группа «Э _{цен. корм.} »		Группа «Э _{антроп.} »					Группа «Э _{реал. мясо + яйца} »	
на мясо	на яйцо	дизельное топливо	бензин	мазут	электроэнергия	труд	мясо	яйцо
3229436	30463720	4112164	76302	198469	14044243	2391192	3831215	9037010

Каждое производство приводится в движение определённым количеством рабочей силы. В условиях рынка труд – это процесс потребления рабочей силы как товара, имеющего свою цену. Поэтому, взяв за основу минимальную цену одного часа работы наёмного работника как величину одного рабочего часа в месячном прожиточном минимуме (обозначим эту минимальную цену символом $\Pi_{\text{час раб.}}$), можно определить эталонную цену i -го товара (ЭЦ_i) следующим образом:

$$\text{ЭЦ}_i = \Pi_{\text{час раб.}} \cdot m_i \quad (15)$$

где m_i – коэффициент зависимости эталонной цены i -го товара от цены одного часа работы наёмного работника (то есть на принципе «товар + труд»).

Величины коэффициента m_i могут быть определены посредством данных таблицы 1 и следующих энергетических эквивалентов: мясо птицы – 0,007455 ГДж/кг; яйцо – 0,006497 ГДж/10 шт. яиц; корм – 0,01846 ГДж/кг кормовой единицы; дизельное топливо – 0,0528 ГДж/кг; бензин – 0,0545 ГДж/кг; мазут – 0,0414 ГДж/кг; электроэнергия – 0,012 ГДж/кВт · ч; трудозатраты – 0,045 ГДж/чел. · час. Теперь посредством зависимостей (8) и (15) можно определять эталонную цену товара.

Так, в производстве мяса и яиц птицы издержки k могут быть определены через условную минимальную цену $\Pi_{\text{усл. час. раб.}}$ если величину 2391192 (см. столбец «труд» в группе «Э_{антроп.}» таблицы 1) примем тождественной $\Pi_{\text{усл. час. раб.}}$. Тогда величина издержек будет иметь следующий размер: $k = \frac{54515526}{2391192} \cdot \Pi_{\text{усл. час. раб.}} = 22,80 \Pi_{\text{усл. час. раб.}}$. Отсюда цена производства мяса и яиц птицы согласно формулам (8) и (15) составит величину в размере

$$\text{ЭЦ}_{\text{пр. мясо + яйца}} = 1,236 \cdot 22,80 \cdot \Pi_{\text{усл. час. раб.}} = 28,18 \Pi_{\text{усл. час. раб.}}$$

Известно, что доля валовой энергии корма, откладываемая в энергию продукции молодками и курицами-несушками, составляет около 34 % [5]. Тогда отдельно эталонную цену производства мяса и эталонную цену производства яиц можно определить, умножив $\text{ЭЦ}_{\text{пр. мясо + яйца}} = 28,18 \Pi_{\text{усл. час. раб.}}$ соответственно на 0,66 и 0,34. В результате получим, что эталонная цена производства мяса составит величину в размере $\text{ЭЦ}_{\text{пр. мясо}} = 18,60 \Pi_{\text{усл. час. раб.}}$, а эталонная цена производства яиц – $\text{ЭЦ}_{\text{пр. яйца}} = 9,58 \Pi_{\text{усл. час. раб.}}$. Количество мяса (кг) и количество ячеек по 10 штук яиц в каждой, соответствующие эталонным ценам $\text{ЭЦ}_{\text{пр. мяса}}$ и $\text{ЭЦ}_{\text{пр. яйца}}$, определится следующим образом:

$$\frac{3831215}{2391192 \cdot 0,007455} = 215 \text{ кг мяса и количество ячеек с яйцом}$$

$$\frac{9037010}{2391192 \cdot 0,006497} = 581,70 \text{ штук.}$$

Зависимость условной цены $\Pi_{\text{усл. час. раб.}}$ от цены $\Pi_{\text{час раб.}}$ определится аналогичным образом, то есть посредством следующего уравнения:

$$\Pi_{\text{усл. час. раб.}} = \frac{2391192 \cdot \Pi_{\text{час раб.}}}{2391192 \cdot 0,045} = 22,22 \Pi_{\text{час раб.}}$$

Следовательно, эталонная цена 1 кг мяса птицы составит величину в размере

$$\text{ЭЦ}_{\text{мясо}} = \frac{18,60 \cdot 22,22 \cdot \Pi_{\text{час раб.}}}{215} = 1,92 \Pi_{\text{час раб.}},$$

эталонная цена 10 штук куриных яиц составит величину в размере

$$\text{ЭЦ}_{10 \text{ штук яиц}} = \frac{9,58 \cdot 22,22 \cdot \Pi_{\text{час раб.}}}{581,70} = 0,37 \Pi_{\text{час раб.}}, \text{ а эталонная цена производства мяса и яиц птицы}$$

составит

$$\text{ЭЦ}_{\text{реал. мясо + яйца}} = 28,18 \Pi_{\text{усл. час раб.}} = 28,18 \cdot 22,22 \Pi_{\text{час раб.}} = 626 \Pi_{\text{час раб.}} \text{ рублей.}$$

Таким образом, значения коэффициента m_i составили:

$$m_{\text{мясо}} = 1,92; m_{10 \text{ яиц}} = 0,37; m_{\text{пр. мясо + яйца}} = 626.$$

Это данные составляющих группы «Э_{реал. мясо + яйца}» таблицы 1.

Теперь перейдём к определению эталонных цен и значений коэффициента m_i , составляющих групп «Э_{цен. корм}» и «Э_{антроп.}» таблицы 1.

Количество потреблённого корма составляет

$33693156 \cdot 0,01846 = 763,30$ кг кормовых единиц,
 общая эталонная стоимость которых составляет величину в размере
 $33693156 \cdot 22,22 \text{ Ц}_{\text{час. раб.}} = 313 \text{ Ц}_{\text{час. раб.}}$ рублей.
 2391192

Отсюда эталонная цена 1 кг кормовых единиц составит величину

$$\text{ЭЦ}_{\text{корм}} = \frac{313 \cdot \text{Ц}_{\text{час. раб.}}}{763,30} = 0,41 \cdot \text{Ц}_{\text{час. раб.}} \text{ рублей};$$

коэффициент $m_{\text{корм}} = 0,41$.

В аналогичном порядке рассчитаны величины коэффициента m_i для группы «Э_{антроп.}». Все полученные значения m_i сведены в таблицу 2.

Таблица 2 – Значения коэффициента зависимости эталонной цены i -го товара от минимальной цены одного часа работы наёмного работника ($\text{Ц}_{\text{час раб.}}$).

$m_{\text{корм}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кг к. ед.}}\right)$	$m_{\text{диз. топ.}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кг}}\right)$	$m_{\text{бенз.}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кг}}\right)$	$m_{\text{маз.}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кг}}\right)$	$m_{\text{эл. энерг.}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кВт} \cdot \text{час}}\right)$	$m_{\text{труд}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{чел. час}}\right)$	$m_{\text{мясо}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{\text{кг}}\right)$	$m_{10 \text{ яиц}}$ $\left(\frac{\text{чел. час}}{10 \text{ яиц}}\right)$
0,41	1,17	1,21	0,92	0,27	1	1,92	0,37

Примечания:

1. Расчётные стоимостные значения коэффициента m_i составляют:

$m_{\text{стоим. пр. мяса + 10 яиц}} = 626$; $m_{\text{стоим. корма}} = 313$; $m_{\text{стоим. диз. топлива}} = 38,21$; $m_{\text{стоим. бензина}} = 0,71$;
 $m_{\text{стоим. мазута}} = 1,84$; $m_{\text{стоим. электр. энергии}} = 130,5$; $m_{\text{стоим. труда}} = 22,22$. В данном случае
 размерностью m_i является «чел. час».

2. Размерностью $\text{Ц}_{\text{час раб.}}$ является «руб./чел. час».

По состоянию на 22 августа 2014 года величина прожиточного минимума для всего населения Омской области в среднем на душу населения составляла 5542 рубля, в том числе для трудоспособного – 5954 рубля. Следовательно, минимальная цена одного часа работы наёмного работника от 5542 рублей

составит

$$\text{Ц}_{\text{час. раб. (от 5542 руб.)}} = \frac{5542}{30,8} = 23,09 \text{ руб. чел. час}$$

и от 5954 рублей составит

$$\text{Ц}_{\text{час. раб. (от 5954 руб.)}} = \frac{5954}{30,8} = 24,80 \text{ руб. чел. час}$$

Отсюда цена, например, одного кг бензина в Омской области должна быть с 22 августа 2014 года в диапазоне от $23,09 \times 1,21 = 27,93$ рублей до $24,80 \times 1,21 = 30$ рублей. Таким образом, колебания цены в диапазоне от 27,93 рублей за 1 кг бензина до 30 рублей за 1 кг бензина диктует природа, а не рынки (обращаю внимание, цена за 1 кг, а не за 1 литр бензина).

Если хотите увеличивать задаваемую природой эталонную цену на энергоносители, то увеличивайте месячный прожиточный минимум. Вот именно такие гармоничные цены необходимо использовать при расчете показателей ЭхЭЭ, Q в формулах (2), (3), (4), (5) и для организации торгов на региональной товарной бирже. В частности, зависимость (2) заменится формулой

$$Q = (t \cdot N) / m_i, \quad (16)$$

где t – время работы наемных работников, часов.

Аналогичным образом посредством использования данных таблицы 2 определяются начальные биржевые цены на другие товары.

Заключение

Экономическая система России настолько несовершенна, что угрожает национальной безопасности страны. Поэтому нельзя дальше игнорировать экспортно-сырьевую модель развития страны и низкую конкурентоспособность экономики.

Конкуренция выражается отношением государства к своей роли в цене. Нет роли в цене – нет конкуренции.

Конкуренция есть следствие редкости, то от неё можно избавиться, только устранив редкость. Там где есть редкость, должно происходить распределение. Распределение – это размещение в соответствии с некоторым критерием отбора. Поэтому конкуренция – это то, что происходит, когда люди стараются лучше соответствовать применяемому критерию.

В рыночной экономике важным критерий отбора (выбора) – цена. Цена создает благоприятные условия для эффективно работающих производителей, определяет технологии производства и сбыта товаров, стимулирует их совершенствование. Цены играют роль сигнальной системы, с помощью которой и предприниматели, и владельцы производственных ресурсов ориентируются на рынке. На основе ценовых сигналов решается проблема «что, сколько, как и для кого производить». Цены на факторы производства формируют размеры доходов общества и определяют покупательную способность различных слоев населения.

Отношения конкуренции между участниками рыночного обмена реализуются через систему рыночных цен, отражающих предпочтения потребителей и заставляющих приспособляться к ним предпринимателей и владельцев производственных ресурсов.

Динамика и структура цен объективно отражают состояние экономики. В свою очередь цены активно влияют на структуру хозяйства, инвестиционный процесс, устойчивость национальной валюты, социальную атмосферу.

Центральная экономическая проблема сегодняшнего дня заключается в обеспечении государством такого сотрудничества между отраслями российской экономики, чтобы, используя то, что имеется, получать то, что требуется.

Единственным организатором и координатором решения центральной экономической проблемы может быть только ценовой механизм. Поэтому в настоящее время государство обязано проводить определенную политику ценообразования, используя для этого определенные методы воздействия.

В сегодняшней ситуации низкой конкурентоспособности российской экономики государству предлагается рассмотреть вопрос ориентации регионов на выше разработанный единый универсальный механизм ценообразования региональной экономики.

Основой универсального механизма ценообразования обозначается фундаментальный закон сохранения и превращения энергии, что исключает неправильность оценки стоимости вложенного труда, диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, инфляционные процессы.

Энергия (измеряется в МДж) – универсальная единица, чей обменный курс является постоянным, твердым и понятным для всех.

Ценообразование – процесс, обеспечивающий формирование, применение и контроль цен, учитывающих научно-технический прогресс посредством снижения энергоёмкости, последовательного повышения порядкового номера ступени развития, энергоэффективности.

Механизм ценообразования – способ формирования цены, технология зарождения и функционирования, её изменения во времени.

Цены устанавливаются посредством зависимости (1), согласно которой объем, качество, технический уровень продукции, её стоимость зависят от общего количества наемных работников, экономической характеристики энергоэффективности, постоянных затрат, энергетических эквивалентов.

Цены, устанавливаемые равнозначными зависимостями (1), (12), (13) – цены резонансные, не-сущие субъектам рынка согласие, соответствие и гармоническое взаимодействие.

Резонансные цены и программируемое состояние экономической системы являются движителем экономических систем субъектов рынка по ступеням развития.

Формула (1) расчета резонансных цен имеет два механизма – $930 \cdot \text{ЭхЭЭ} \cdot N$ и $(1,618 - \text{ЭхЭЭ}) \cdot P_{с3}$, формирующих условия движению по ступеням развития субъектов рынка и увеличения запаса финансовой прочности.

Формула (12) расчета резонансных цен имеет механизм, формирующий условия увеличения запаса финансовой прочности, а формула (13) расчета резонансных цен имеет механизм, формирующий условия движения по ступеням развития субъектов рынка. При этом применяются формулы (16).

Движение субъектов рыночной экономики по ступеням развития, сгенерированное резонансными колебаниями цен, нарушает экономическое равновесие и вызывает посредством обратной связи ответные колебания, и как результат – возникновение процесса саморегуляции рынка. Сопровождается интенсивным ростом производства за счет внедрения достижений научно-технического прогресса; улучшения организации производства (новая структура хозяйственных связей, управления, маркетинга, кооперации); совершенствования использования основных и оборотных фондов, ускорения их оборачиваемости.

Зависимости (12), (13) при $Q = 1$ – зависимости оценки стоимости бизнеса, муниципального образования, региона.

Библиографический список:

1. Алле М. Условия эффективности в экономике. – М.: Наука для общества, 1998. – 304 с.
2. Базаров В. И. Агрозооэнергетика. – М.: Агропромиздат, 1987. – 156 с.
3. Кинг А. Введение // Пестель Э. За пределами роста. М.: 1988. 270 с.
4. Кудрин А., Гурвич Е. Новая модель роста для российской экономики // Вопросы экономики. – 2014. – № 12. – С. 4-36
5. Метелёв А. Е. Теоретические основы резервов повышения биоэнергетической эффективности технологий производства яиц и мяса птицы: Автореф. дис... канд. с-х наук. – Сергиев Посад, ВНИТИП, 2003. – 24 с.
6. Метелев С. Е., Метелев А. Е. Методология механизма резонансного ценообразования инновационной экономики // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 2 [в печати].
7. Направления политики промышленной энергоэффективности. Energy bulletin. № 4, март-апрель, 2009.
8. Пестель Э. За пределами роста. М.: Прогресс, 1988. 270 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://gigabaza.ru/doc/61810-pall.html> (дата обращения 18.01.2016).
9. Печчеи А. Человеческие качества. М.: 1985. С.292-310. [Электронный ресурс]. URL: <http://read.virmk.ru/p/Pechchei.htm> (дата обращения 18.01.2016).
10. Рыжков Владимир. Концепции синергетики. [Электронный ресурс]. URL: <http://vladimir.socio.msu.ru>
11. Троцкий А. Энергоэффективность как составляющая инновационных процессов. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.up-pro.ru/library/ovations/> (дата обращения 18.01.2016).
12. Фельдблюм В. Негодные рецепты (о «новой модели роста для российской экономики» Алексея Кудрина и Евсея Гурвича) // «Альтернативы». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alternativy.ru/ru/node/> (дата обращения: 17.01.2016).
13. Харитонов А.С. Минимальное число параметров, характеризующих социально-экономическое развитие регионов. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.auditfin.com/fin/2002/1/rharitonov/rharitonov.asp> (дата обращения 22.01.2016).
14. Хейне Пол. Экономический образ мышления. Пер. с англ. Издание второе, стереотипное. – М.: Дело, 1993. – 704 с.

РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТИПА В ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Полеценко К.Н.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Созревший в последние десятилетия кризис затронул и сферу образования. Сложившиеся подходы традиционно-консервативного характера в области содержания и организации образовательного процесса привели к тому, что сфера образования оказалась все более неспособной удовлетворять растущие потребности общества в области социальных и технико-технологических проблем, связанных с переходом к новому технологическому укладу. Поиск адекватных моделей жизнеустройства, соответствующих контуру воспроизводства новых знаний в условиях смены технологических укладов, потребовал нового динамичного и эффективного ресурса становления экономики – знаний и основанных на них инноваций. Ресурсные возможности перехода к новой модели экономики обосновал Й. Шумпетер, который фактически раскрыл потенциал «инновационной комбинаторики» и указал на личность новой формации – предпринимателя, создающего новую деятельность, направленную на производство нового типа продукта. Базовой деятельностью, определяющей создание новых продуктов, становится производство знаний, приобретающей статус основной производственной технологии.

Родившаяся практико-ориентированная тенденция в сфере образования, воплотилась в разнообразные модели и школы бизнес-образования и негативным образом повлияла на целостность и устойчивость интеллектуального образовательного пространства. Произошел разрыв смыслообразующих связей, основанных на взаимодействии культуры, науки, философии и практики. Появление новых практико-ориентированных трендов, таких как корпоративная культура, бизнес-культура и т.п., нарушило, казалось бы, стабильно развивающуюся позитивную тенденцию формирования единого культурного пространства, ориентированную на создание мощнейшего ресурса развития XXI века – инновационную культуру. Тем не менее, это несколько не сняло проблему «институализации интеллекта» для производства новых знаний в контексте приобретения ими качественно иной – смыслообразующей и одновременно практико-ориентированной функций. Очевидно, что заданный формат определения отражает суть дефиниции «компетентностного подхода» к развитию образования, считающегося универсальным способом преодоления кризиса как в высшем профессиональном, так и в начальном образовании. Фрагментарность, отсутствие межпредметных связей, слабость междисциплинарных коммуникаций, оторванность содержания образовательных программ от нужд практики – вот те характерные признаки образования, которые наряду с декларируемыми призывами «про-инновационной направленности», повсеместным увлечением информационными образовательными технологиями, всевозможными тренингами и «новыми высокоэффективными методами» обучения отражают его современный облик. Столь стремительный поток всевозможных «образовательных и педагогических инноваций» вымывает сущность наиболее адекватной вызовам современной эпохи инновационной модели образования – ее содержательный и организационно-управленческий аспекты.

Ситуация усугубляется еще и необходимостью выбора организационной модели развития вуза, обещающей в перспективе статусные и инвестиционные преференции. Обсуждаемые модели развития университетов: федеральный, национальный, исследовательский, инновационный, корпора-

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

тивный, академический, инновационный [1-6] – содержат подчас недостаточно точные трактовки и отражают лишь стратегические ориентиры университетского развития, поскольку, как правило, не соответствуют их ресурсным возможностям.

Наиболее адекватной, с точки зрения требований инновационной экономики, к поведению экономических субъектов является модель предпринимательского университета, в наибольшей степени способная воплотить на ближайшую перспективу концепцию «инновационного образования» и тем самым, оказать влияние на интеллектуализацию региональной экономики [5-9]. По определению В.П. Делия, инновационное образование представляет собой процесс генерации педагогических инноваций в цели, задачи, принципы, закономерности управления и организации учебной, учебно-методической, научной и воспитательной работы. Такой вид инноваций направлен на формирование у обучаемого ментальных моделей, адекватных личности лидера, обладающего профессиональными и социальными компетенциями, духовностью, нравственностью, инновационным мышлением, профессиональной ответственностью. Герасимов Г.И. и Илюхин Л.В. дают следующее определение инновационному образованию: «Инновационное образование – это смена парадигм, новая педагогика, новые образовательные процессы, технологии» [11]. Указанная концепция базируется на «системной парадигме» самоорганизующейся, саморазвивающейся образовательной системы более высокого уровня организации и управления, ориентированной на формирование личности, обладающей фундаментальными знаниями, инновационной культурой и инновационным мышлением [12] и обладающей интеллектуальными компетенциями. Более того, следует согласиться

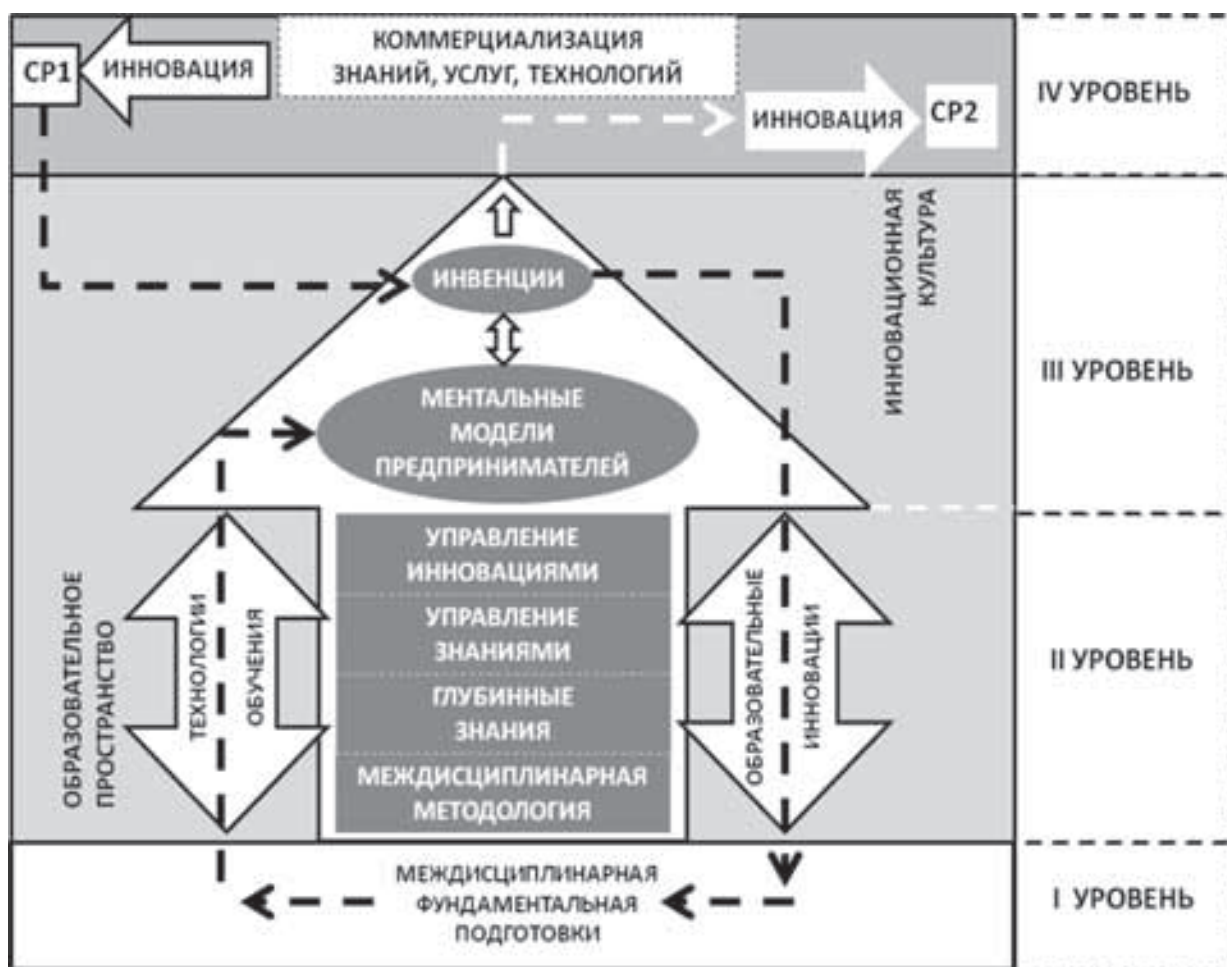


Рис. 1 Образовательная модель университета предпринимательского типа; обозначения: CP1 и CP2 – сегмент рынка 1 и сегмент рынка 2; I,II,III – уровни образовательной подготовки, IV – интегрированный в образовательное пространство уровень практической деятельности.

с Г.Н. Константиновым и С.Р. Филоновичем в том, что «...к прочим целям образования... должна быть добавлена задача формирования интеллектуального предпринимательства» [13]. Именно в зарождающейся «парадигме интеллектуального предпринимательства» возможен эмерджентный переход на качественно новый уровень социализации личности, а именно: от узкопрофессиональных ориентиров, нацеленных на заранее определенные сегменты рынка, к универсализации профессиональных компетенций, ориентированных на полифункциональную деятельность в условиях интегрированного рынка труда. Закладываемый в обозначенную парадигму за счет внедрения инновации [10] эмерджентный эффект может проявиться в расширении профессионального профиля субъекта рынка труда, мобильной смене профессиональной деятельности за счет предлагаемой образовательной модели предпринимательского типа (рис.1).

На рис.1 пунктирными стрелками показан контур интеллектуальной логистики инноваций, связывающий потребности рынка с инновационно-образовательной деятельностью (ИОД) университета таким образом, что для удовлетворения потребности в инновациях возникает необходимость совершенствования образовательной подготовки [14]. Это обусловлено тем, что современный уровень развития технологий и услуг достигнут уже за счет нового типа инноваций интегрированного характера, основу которых составляют полипредметные знания. Процесс создания востребованных определенным сегментом рынка (СР1) инноваций иллюстрируется траекторией интеллектуальной логистики (рис.1), которая проходит через инвенциональную компоненту [15], образовательные инновации, далее – через междисциплинарную фундаментальную подготовку к технологиям обучения и ментальным моделям предпринимателя. Роль ментальных моделей определяется их способностью генерировать инвенции, предопределяющие растущий спрос на новые инновации, проявляющиеся через появление новых сегментов рынка (СР2). Следует подчеркнуть, что данная траектория интеллектуальной логистики инноваций указывает на приоритет содержания образовательных проектов в модернизации университетов. Предложенная образовательная модель соответствует наиболее адекватной и перспективной модели предпринимательской организации, предполагающая реализацию наиболее эффективных инновационных проектов. В основе этой модели лежит концепция предпринимательского вуза, отличительная особенность которого заключается в гибкости, внедрении рыночно ориентированных инноваций, определяемых динамичными условиями потребительского спроса. Данная модель отражает интегрированную природу инноваций, обусловленную сопряженностью и взаимозависимостью интеллектуально-образовательного пространства (I,II,III уровень) и социального пространства (IV – уровень) [16]. Это свидетельствует о необходимости разработки образовательных стратегий университетов, «встроенных» в реальную экономическую ситуацию регионального развития. В этом случае идеология интеллектуального предпринимательства выступает в качестве «интеллектуального интерфейса» между институтами генерации инноваций и обществом потребления. Предложенный ракурс позволяет по-иному подойти к технологии модернизации университетов, а именно: перейти от используемой логической цепочки преобразований («модель вуза» — «организационная структура» — «управление» — «деятельность» — «результаты научной и образовательной деятельности») к замкнутому циклу («модель деятельности» — «процессы-проекты» — «маркетинг—управление» — «знания – инновации — прибыль» — «партнеры—потребители» — «развитие»). Потребности эффективного взаимодействия экономических субъектов «университеты – бизнес-сообщества» в интересах менеджмента реальных секторов экономики диктуют необходимость разработки механизмов социально-ориентированного образовательного маркетинга в масштабе региона. Для разработки указанного направления требуется выполнение комплексного проекта по созданию системы организации, управления и анализа нововведений, связанных с подготовкой кадров для предпринимательской деятельности, а также мониторинга рабочих мест, рекламой специалистов, взаимодействия с работодателями и трудоустройством выпускников университета. Выполнение указанного проекта может оказать позитивное влияние на интеллектуализацию региональной экономики в целом.

Библиографический список:

1. Шукшунов В.Е. Концептуальные основы построения инновационной системы высшей школы [Текст] / Шукшунов, В.Е. Павленко, А.В. Нырков Е.А. Юж.Рос. гос. техн. ун-т. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2004. – 144 с.
2. Шукшунов В.Е. Основы создания университетских комплексов [Текст] / Шукшунов В.Е. и др. Юж.Рос. гос. техн. ун-т. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2002. – 172 с.
3. Шукшунов В.Е. Совершенствование управления вузом в современных условиях: Докл. [Текст] / Юж.Рос. гос. техн. ун-т. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2002. – 154 с.
4. Грудзинский А.О. Проектно-ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация вуза [Текст] / Грудзинский А.О. Нижний Новгород: Изд. Нижегородского ун-та, 2004. – 370 с.
5. Грудзинский А.О. Университет как предпринимательская организация [Текст] / А. О. Грудзинский // Социологические исследования. – 2003. – №4. – С. 113–121.
6. Грудзинский А.О. Концепция проектно-ориентированного университета [Текст] / А. О. Грудзинский // Университетское управление: практика и анализ, Екатеринбург. – 2003. – 3(26). – С. 24–37.
7. Фуллер С. В чем уникальность университетов? Обновление идеала в эпоху предпринимательства [Текст] / С. В. Фуллер // Вопросы образования. – 2005. – Т. 2. – № 4. – С. 2–28.
8. Юрьев В.М. Университет как центр научно-образовательного кластера [Текст] / В.М. Юрьев, М.С. Чванова, В.М. Передков // Вестник ТГУ. – 2007. – выпуск 5(49). – С.1–12.
9. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура [Текст] / А.И. Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – №2. – С.54–65.
10. Герасимов Г.И., Илюхина Л.В. Инновации в образовании: сущность и социальные механизмы [Текст] / Герасимов, Г.И. Илюхина Л.В. Ростов н/д: НМД «Логос». – 1999. – 136с.
11. Делия В.П. Инновационное мышление [Текст] / В.П. Делия // Сборник материалов Всемирного философского конгресса. – М. – 1993. – С. 291–292.
12. Делия В.П. Инновационное образование, формирующее инновационное мышление [Текст] / Делия В.П. Монография: ИСЭПИМ. – 2005. – 223 с.
13. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Университеты, общество знания и парадоксы образования [Текст] / Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович // Вопросы образования. – 2005. – № 1. – С. 106–126.
14. Полещенко К.Н. Инновационно-образовательная деятельность как ресурсная основа повышения конкурентоспособности классического университета [Текст] / К.Н. Полещенко // Вестник Омского университета. – 2010. – №2 (56). – С. 211–214.
15. Крючков В.Н., Полещенко К.Н., Разумов В.И. Менеджмент высоких технологий: научно-образовательные аспекты подготовки кадров для инвенциональной экономики [Текст] / В.Н. Крючков, К.Н. Полещенко, В.И. Разумов // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2009. – № 2. – С.122–126.
16. Полещенко К.Н., Разумов В.И., Рыженко Л.И. Пространство инноваций: структурный анализ проблемной области инновационной деятельности [Текст] / К.Н. Полещенко, В.И. Разумов, Л.И. Рыженко // Инновации. – 2010. – № 11(145) – С.34–38.

НАЛОГИ – КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Сатиева А.Т.,
и.о. доцента

Орозалиева А.С.,
к.э.н., КГЮА при Правительстве Кыргызской Республики

В статье рассматриваются инструменты налоговой политики для развития и поддержания экономики страны в целом и государственного регулирования бизнеса. Автор акцентирует внимание на возможности государства по осуществлению регулирования предпринимательства.

This article discusses the tools of tax policy for the development and maintenance of the country's economy in general, and government regulation of business. The author focuses on the government's ability to implement the regulation of business.

В рыночной экономике субъектами, участвующими в хозяйственных отношениях, выступают собственно предприниматели, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск и под свою исключительную экономическую и юридическую ответственность, а также коллективы предпринимателей и предпринимательские ассоциации. В условиях рыночной экономики их деятельность понимается как предпринимательская деятельность.

Предпринимательство определяется как система производства для удовлетворения потребностей и желаний общества. Главным субъектом выступает предприниматель как движущая сила и посредник, который рационально соединяет ресурсы, организует и управляет процессом воспроизводства на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода.[1]

Развитие предпринимательства определяется формированием благоприятных условий для предпринимательской деятельности, прежде всего наличием необходимых условий для свободы частного сектора и обеспечением его скорейшего роста в благоприятной среде конкуренции. Это достигается созданием законодательной и нормативной базы, необходимой для эффективного развития рыночных отношений, формированием элементов рыночной инфраструктуры (которая должна в полной мере обеспечить предпринимательскую деятельность), эффективным использованием экономических инструментов для регулирования предпринимательской деятельности. Важными показателями, характеризующими уровень развития предпринимательства, являются степень экономической свободы и формирование благоприятного инвестиционного климата в стране.

В рыночной экономике углубление научно-технической революции и быстрое развитие производительных сил требуют расширения социально-экономических функций государства. Для осуществления своих функций государство использует различные средства воздействия на экономику с целью удовлетворения потребностей общества. При регулировании экономических процессов государство создает специальную систему экономических рычагов в дополнение к мерам административного принуждения. Регулирование осуществляется прямым и косвенным методами – с использованием денежных, в том числе различных финансово-кредитных рычагов.

В условиях капитализма эпохи свободной конкуренции роль государства ограничивается защитой частной собственности, установлением надлежащей правовой структуры, обеспечивающей

функционирование свободных рынков. Рынку присущи определенные механизмы саморегулирования, постоянно приводящие объем выпускаемой продукции к уровню, соответствующему потребностям общества. Саморегулирование экономики осуществляется, по выражению А. Смита, «невидимой рукой». Поэтому нет необходимости государственного регулирования экономики. В экономике капиталистических стран эпохи свободной конкуренции существование механизма управления экономикой регулируется самой рыночной силой.

Мировой экономический кризис 1929-1933гг. положил конец надежде экономистов на саморегулирование и достижение на этой основе равновесия в хозяйстве. В таких условиях английский экономист Дж. М. Кейнс (1883-1946) предложил новую экономическую теорию, которая оказывала огромное влияние на формирование и разработку фискальной политики почти во всех развитых странах на протяжении 40-х – 70-х годов.[2] Идея Кейнса состояла в том, что экономика не может автоматически достигнуть равновесия без вмешательства государства. По мнению Кейнса, причиной экономического кризиса при капитализме является недостаточность «совокупного спроса». Поэтому путь к выходу из кризиса он видел в государственном вмешательстве в экономику.

Кейнс считал, что государство должно осуществлять свое вмешательство в экономику для обеспечения достижения полной занятости, развития эффективной экономики и социальной справедливости. Он писал: «государство должно будет осуществлять свое руководящее влияние на склонность к потреблению частью путем соответствующей системы налогов, частью фиксацией нормы процента и частью, может быть, еще и другими способами». Теория Кейнса привела к изменению в представлениях об экономической функции государства. Это изменение состояло в том, что, если раньше государство было «ночным сторожем», то теперь оно стало «ведущей и организующей силой хозяйственного развития». В результате расширения своей экономической деятельности государство становится неотделимым от экономики. Из нейтрального наблюдателя за производством оно превращается в дирижера экономического процесса. Как отметил П. Самуэльсон, «С конца XIX в. почти во всех странах происходило неуклонное расширение экономических функций государства... наша экономическая система – это “смешанная” система свободного предпринимательства, экономический контроль в которой осуществляется со стороны как общества, так и частных институтов».[3]

В современных условиях коренным образом меняются задачи, встающие перед государством в экономической сфере. Эти важнейшие задачи состоят в том, чтобы расширять предпринимательскую деятельность, стимулировать инвестиции и повышать эффективность общественного производства. Развитие предпринимательства обуславливает необходимость широкого использования государством экономических рычагов регулирования. Среди таких рычагов налоги становятся одним из главных инструментов государства в этом цепи.

Возможность налогового регулирования развития предпринимательства обусловлена экономической сущностью и функциями налогов. Экономическая сущность налогов характеризуется денежными отношениями, которые объективно обусловлены и имеют специфическое общественное значение – мобилизацию денежных средств в распоряжение государства. Под принудительным распределением в виде налогов понимается такая деятельность государства, в результате которой с субъектов хозяйствования и населения взимается часть дохода “без предоставления плательщикам его специального эквивалента”. Внутреннее содержание налогов выявляется через их функции. Налог может рассматриваться в качестве экономической категории с присущими ей двумя функциями – фискальной и экономической.

Налоги, выполняя фискальную функцию, обеспечивают государствам в современных условиях возможность осуществлять политическую, экономическую и социальную деятельность. Возросшие потребности государства в денежных средствах в связи с расширением его экономических функций обуславливают необходимость усиления функции налогов для эффективного воздействия на экономику. Именно в этом проявляется регулирующая функция налогов. С расширением своих регулирующих функций государство использует налог как инструмент воздействия на экономику в

интересах общества. Таким образом, налоговое регулирование экономики становится необходимостью для всех стран.

В условиях рынка предпринимательская деятельность всемерно поощряется и поддерживается государством. Если предприниматель берет на себя инициативу включения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги, то государство берет на себя инициативу регулирования данной деятельности предпринимателей в рамках национальной экономики. Поэтому в условиях рыночной экономики предпринимательская деятельность становится объектом налогового регулирования государства. Это обусловлено тем, что,

во-первых, рыночная система, в которой участвуют субъекты хозяйствования, самостоятельно не может выполнять все свои функции. Государство с помощью налогов направляет эту систему, корректирует и дополняет ее по многим позициям;

во-вторых, рынок наряду с преимуществом имеет и негативные стороны. Государство же в интересах построения демократического общества призвано исправлять эти недостатки. Соответственно, государство берет на себя ответственность корректировать те “несовершенства”, которые присущи рыночному механизму.

В условиях рыночной экономики усиление роли государства в экономических процессах приводит к росту государственных расходов и, как следствие, требует увеличения объема финансовых ресурсов, формируемых в основном за счет налогов. Государство в интересах общества расширяет свою материальную базу, чтобы осуществлять экономическую и социальную политику. Налоги в таких условиях становятся важнейшим источником доходов государственного бюджета. Через налоги государство перераспределяет значительную часть национального дохода. Общим показателем, характеризующим их роль в экономике той или иной страны, является доля налоговых поступлений в валовом национальном продукте (ВВП). Эта доля достигает заметной величины в странах с развитой рыночной экономикой: в начале 90-х годов в США – 30%, в Германии – 38%, в Франции – 44%, в Великобритании – 37%, в Японии – 31%, в Италии – 40%, в Канаде – 37%, в Швеции – 61%. В России эта доля в тот же период составляла 40-45%, в 2003-2005 гг. снизилась до 30-35%. [4]

Высокий удельный вес налогов в ВВП свидетельствует о качественных изменениях, происходящих в перераспределительных процессах. Распределение все большей части ВВП через налоги позволяет государствам оказывать воздействие на экономику. Это характеризует качественный сдвиг от административной функции государства в сторону регулирования экономики.

Посредством фискальной функции часть финансовых ресурсов перераспределяется в пользу государства. Перераспределение должно осуществляться так, чтобы обеспечить и государственные интересы, и не нарушить нормальный ход предпринимательства. Налоги в дополнение к фискальной функции должны выполнять и экономическую функцию по регулированию процесса предпринимательства. Увеличение роста государственных доходов, формируемых главным образом из налогов, позволяет государству получить возможность влиять на развитие народного хозяйства. Это значит, что определенное регулирующее назначение заложено уже в фискальной функции. Но с течением времени регулирующая функция налогов получает все большее развитие. Государство, используя ее, начинает оказывать существенное влияние на предпринимательство, стимулируя или сдерживая его рост, усиливая или ослабляя накопление капитала. Таким образом, посредством регулирования и стимулирования реализуется экономическая функция налогов. При переходе к рыночному механизму хозяйствования роль экономического стимулирования через налоги существенно возрастает. Государство, исходя из общих интересов развития народного хозяйства, с помощью налоговых методов оказывает определенное влияние на экономические интересы субъектов хозяйствования.

Налоговое регулирование развития предпринимательства означает, что государство признает необходимость и возможность налогового регулирования экономики и пытается его использовать для воздействия на интересы предпринимателей в соответствии с изменившимися потребностями общества. Государственное регулирование посредством налогов затрагивает различные экономические интересы общества: интересы субъектов хозяйствования и граждан, с одной стороны, и ин-

тересы государства, с другой стороны. Процесс налогового регулирования предпринимательства должен обеспечить тесную увязку общественных интересов с экономическими интересами предпринимателей [5].

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что с помощью налогов “частные интересы и стремления людей естественно заставляют их делить и распределять капитал любого общества среди различных занятий, существующих в нем, по возможности в точном соответствии с тем, что наиболее совпадает с интересами общества в целом.”

Следовательно, под налоговым регулированием развития предпринимательства понимается совокупность экономических мер государства, использующего налоги для воздействия на экономические интересы хозяйствующих субъектов с целью влияния на размеры и темпы предпринимательской деятельности, осуществляемой в нужном, выгодном обществу направлении в соответствии с принятой государственной концепцией развития предпринимательства.

Для решения названных выше задач необходимо конкретизировать содержание налогового регулирования предпринимательской деятельности. Оно состоит в активной поддержке предпринимательской деятельности, особенно деятельности малых предприятий, создании благоприятных условий для расширения предпринимательской деятельности, поощрения накоплений и стимулирования вложения средств предпринимателей в развитие предпринимательства.

На современном этапе развития рыночных отношений повышение налогового воздействия на развитие предпринимательства должно быть направлено на различные сферы предпринимательской деятельности: на стимулирование развития производства, расширение торговли и коммерческого посредничества.

Для развития предпринимательства государство может использовать налоговую систему путем воздействия на формирование отраслевых и территориальных пропорций. Посредством благоприятного налогового режима государство может способствовать развитию наиболее важных отраслей производства, которые играют ключевую роль в экономике. Налоговое регулирование призвано создавать условия для приоритетного развития отраслей производства, отвечающих потребностям общества.

Налоги в государственном регулировании предпринимательства играют двоякую роль. Во-первых, налог является способом присвоения государством части созданной стоимости в денежной форме. Это присвоение имеет принудительный характер и реализуется в форме отчуждения части стоимости граждан и субъектов хозяйствования. Сосредоточивая в своих руках с помощью налогов существенную долю национального дохода, государство все больше средств расходует на экономические мероприятия для создания предпринимательской среды. Возможности государства по осуществлению регулирования предпринимательства возрастают. Во-вторых, налог является важнейшим инструментом регулирования развития предпринимательства в масштабах всей экономики. Принудительный способ распределения стоимости в форме налогов позволяет государству прямо получить часть распределяемой стоимости от предпринимателей для воздействия на их экономические интересы. Устанавливая виды налогов, субъекты и объекты налогообложения, налоговую базу, ставки налогов, льготы и санкции, изменяя условия налогообложения, государство стимулирует предпринимательскую деятельность в одних направлениях и сдерживает ее в других, исходя из общенациональных интересов. Увеличивая или уменьшая налоговые скидки и кредиты, государство регулирует масштабы и темпы накопления капитала.

Преимущество налогового стимулирования по сравнению с другими экономическими инструментами состоит в том, что оно сочетает экономическое принуждение, установленное законом, с материальной заинтересованностью субъектов хозяйствования в достижении лучших результатов экономической деятельности.

Все формы государственного регулирования развития предпринимательства связаны друг с другом. Поэтому, одной из самых сложных задач государственного регулирования предпринимательства является выбор форм для достижения конкретных целей. В условиях перехода к рынку в

качестве инструментов регулирования государство использует все формы, в том числе бюджетные, денежно-кредитные и административно-правовые.

Мировая практика свидетельствует об изменении роли налогов в системе государственного регулирования хозяйственной деятельности. В 30-60-е годы в основу налоговой политики всех промышленно развитых стран были положены кейнсианские доктрины. В связи с изменениями условий производства, кризисными явлениями в экономике государство уделяло большое внимание бюджетной политике. В это же время в развитых странах пересматривалась налоговая политика, которая ориентировалась на регулирование совокупного инвестиционного и потребительского спроса населения. Налоги активно использовались государством для поддержания хозяйственной активности, стимулирования инвестиций и увеличения занятости. Изменение в налоговой политике рассматривалось как инструмент эффективного воздействия на развития предпринимательства.

Библиографический список:

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство в 2-х томах. – М.: Интер-пракс, 2010. – 210 с.
2. Кейнс Дж М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Прогресс, 1978, с. 364-387.
3. Кудабаев З.И. //Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена. Бишкек, 2014. – с.145.
4. Никитин С., Глазова Е., Степанова М. Налоги в странах рыночной экономики и в России. / Мировая экономика и международные отношения. – 1996. № 4. с. 5.
5. Самуэльсон П. Экономика. – М.: НПО «Алгон», 1992, Том 1, с.32.
6. Метелев С.Е., Нагибнева Ю.О. Налоговые последствия перевода российской отчетности на МСФО. Налоги и финансовое право. – 2012. – №7. – С.15
7. Метелев С.Е., Е.А. Кандрашина Финансовый менеджмент. Омск: Издатель Погорелова Е.В., 2008.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В РАМКАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Сейил Д.Т.,

*магистр юриспруденции, преподаватель Кыргызской Государственной Юридической Академии
при Правительстве Кыргызской Республики*

В статье рассматриваются методы налогового стимулирования как фактор инвестиционной привлекательности посредством использования патентной системы налогообложения. Выделены основные проблемы и предложены возможные пути их решения.

This article discusses methods of tax incentives as a factor of investment attractiveness through the use of the patent system of taxation. The main problems and suggest possible solutions.

Привлечение инвестиций из-за пределов страны является необходимым условием для проведения активной модернизации в странах с переходной экономикой, поскольку в большинстве случаев

внутренних ресурсов для этого недостаточно. На мировом рынке капитала ведется жесткая борьба за эти ресурсы и создание условий для их привлечения – или другими словами благоприятного инвестиционного климата – является приоритетом для любого государства.

В экономической литературе существует два понятия, описывающие внутренне состояние государства с точки зрения привлечения инвестиций – «инвестиционный климат» и «инвестиционная привлекательность». Общепринятого определения этих понятий до сих пор не выработано, так же, как и их отношения друг к другу: одни авторы считают их синонимами, другие – отдельными категориями. Для того, чтобы упростить ситуацию, в рамках данной работы они будут считаться синонимами.

Оценка инвестиционной привлекательности страны или региона может проводиться на основе нескольких подходов и с учетом разного количества факторов. В связи с этим в настоящее время существует достаточно большое количество созданных авторитетными международными организациями страновых рейтингов, рассматривающих разные социально-экономические показатели. Несмотря на наличие строгой методологии и использования обширной статистической базы, эти рейтинги дают разные оценки одним и тем же странам. Поэтому у различных авторов в разное время возникала идея сравнения набора разных рейтинговых оценок для получения обобщенной оценки интересующей их страны или группы стран [1].

Оценка инвестиционной привлекательности имеет значение не сама по себе, как обобщенное численное выражение оценки выбранных показателей, но прежде всего в сравнении с другими странами (группой стран), что является типичной задачей, которую приходится решать инвестору, рассматривающему несколько сопоставимых вариантов. Учитывая это, инвестиционная привлекательность Кыргызской Республики рассматривается нами в сравнении со странами Таможенного союза ЕАЭС, к которому Кыргызская Республика присоединилась в 2015 г. Договор о таможенном предусматривает создание единой таможенной территории, в пределах которой отменяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера с некоторыми исключениями, а также применяется Единый таможенный тариф. Страны таможенного союза являются для инвестора территорией, в пределах которой присутствуют существенные политические и социально-экономические условия, однако предприняты определенные шаги для торгово-экономической интеграции.

Для оценки инвестиционной привлекательности стран Таможенного союза были использованы результаты семи международных страновых рейтингов за 2012-2015 гг.:

1. индекс условий ведения бизнеса (Doing Business), составляемый международной финансовой организацией The World Bank [6];
2. индекс конкурентоспособности (Global Competitiveness Report), составляемый швейцарской неправительственной организацией World Economic Forum [8];
3. индекс процветания (Prosperity Index), составляемый частной инвестиционной компанией Legatum [9];
4. индекс экономической свободы (Index of Economic Freedom), составляемый стратегическим исследовательским институтом США The Heritage Foundation в партнерстве с газетой The Wall Street Journal [3];
5. международный бизнес компас (BDO International Business Compass), составляемый международным объединением аудиторских и консультационных компаний BDO International [4];
6. индекс человеческого развития (Human Development Index), составляемый ЮНЕСКО [7];
7. индекс условий выхода на пенсию (Global Retirement Index), составляемый американской издательской группой International Living [2];
8. индекс восприятия коррупции (Corruption Perceptions Index), составляемый международной неправительственной организацией Transparency International [5].

Выбор рейтингов ограничивался доступностью информации, охватываемым периодом времени и набором рассмотренных стран. Так, в частности, данные ежегодного обзора экономической сво-

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

боде в мире американской исследовательской и просветительской организации Институт Катона (САТО), США не были учтены, такт как они делаются с двухлетним опозданием и на начало 2015 г. доступен отчет только за 2013 г. Другие известные рейтинги не включают страны Таможенного союза. Например, оценка экономического оптимизма в ежегодном отчете международной организации Grant Thornton International охватывает только 45 стран мира.

Поскольку задачей исследования было оценить инвестиционную привлекательность Кыргызской Республики в рамках Таможенного союза, положение стран союза в мировом рейтинге игнорировалось, учитывалось только абсолютное значение индекса. Другими словами, все вычисления производились над значениями индекса в тех единицах, в которых они представлены разработчиками международных рейтингов, а не номерами стран в общемировом рейтинге.

Сводные результаты ранжирования стран на основе рассматриваемых индексов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительное положение стран ТС в избранных международных экономических рейтингах в 2014-2015 гг.

	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
Индекс условий ведения бизнеса	АРМ	КАЗ	БЕЛ	РОС	КЫР
Рейтинг конкурентоспособности*	КАЗ	РОС	АРМ	КЫР	
Индекс процветания	КАЗ	РОС	БЕЛ	КЫР	АРМ
Индекс экономической свободы	АРМ	КАЗ	КЫР	РОС	БЕЛ
Международный бизнес компас	АРМ	КАЗ	БЕЛ	РОС	КЫР
Индекс человеческого развития	БЕЛ	РОС	КАЗ	АРМ	КЫР
Индекс условий выхода на пенсию	РОС	БЕЛ	КАЗ	АРМ	КЫР
Индекс восприятия коррупции	АРМ	БЕЛ	КАЗ	КЫР	РОС

*– для Республики Беларусь не вычисляется

Используемые сокращения: АРМ – Республика Армения, БЕЛ – Республика Беларусь, КАЗ – Республика Казахстан, КЫР – Кыргызская Республика, РОС – Российская Федерация

Если просуммировать занятые странами места, то довольно чётко выделяется относительный лидер – Республика Казахстан, и аутсайдер – Кыргызская Республика. Республика Казахстан ни в одном из рассматриваемых рейтингов не опускается ниже третьего места среди стран Таможенного союза, в то время как Кыргызская Республика, не поднималась выше третьего места.

Помимо существующего положения стран Таможенного союза в рассмотренных рейтингах, большое значение имеет динамика изменения оценок. Как видно из таблицы 2, во всех пяти странах по большинству индексов наблюдается положительная динамика. В Республике Армения, Кыргызской Республике и Российской Федерации снижение произошло по одному из индексов, в Республике Беларусь и Республике Казахстан – по двум: индексу процветания и индексу условий выхода на пенсию.

Таблица 2. Динамика изменения значения индексов международных экономических рейтингов в течение 2012-2015 гг.

	АРМ*	БЕЛ	КАЗ	КЫР	РОС
Индекс условий ведения бизнеса	+8%	+12%	+15%	+4%	+9%
Рейтинг конкурентоспособности	0	-	+2%	+11%	+6%
Индекс процветания	+36%	-11%	-29%	+95%	+214%
Индекс экономической свободы	-2%	+2%	0	+2%	+3%
Международный бизнес компас	+4%	+8%	+3%	+7%	+11%
Индекс человеческого развития	+1%	0	+1%	+2%	0

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Индекс условий выхода на пенсию	+2%	-9%	-3%	-4%	+7%
Индекс восприятия коррупции	+9%	0	+4%	+13%	-4%

*– используемые сокращения названий стран аналогичны использовавшимся в таблице 1.

Анализ динамики изменения значения индексов международных экономических рейтингов подтверждает вывод о том, что для улучшения своей инвестиционной привлекательности Кыргызской Республике необходимо развиваться опережающими темпами по сравнению с другими членами Таможенного союза. Для выделения проблемных секторов и сравнения динамики развития по ним со средними значениями для рассматриваемой группы стран, данные по Кыргызской Республике были сведены в отдельную таблицу (Таблица 3).

Таблица 3 – Динамика изменения абсолютных значений индексов Кыргызской Республики в международных экономических рейтингах в течение 2012-2015 гг., а также средние значения индексов для стран Таможенного союза.

	2012	2013	2014	2015	Ср. знач. для стран ТС
Индекс условий ведения бизнеса	63,32	64,92	65,40	66,01	71,25
Рейтинг конкурентоспособности	3,44	3,57	3,73	3,83	4,19
Индекс процветания	-0,75	-0,46	-0,37	-0,04	-0,02
Индекс экономической свободы	60,20	59,60	61,10	61,30	58,72
Международный бизнес компас	45,39	45,83	47,13	48,68	51,21
Индекс человеческого развития	0,645	0,652	0,655		0,754
Индекс условий выхода на пенсию		0,55	0,53	0,53	0,57
Индекс восприятия коррупции	24	24	27		30

Единственным индексом, величина которого для Кыргызской Республике превышает средний уровень для стран Таможенного союза является индекс экономической свободы. По всем другим значения индексов ниже среднего. Наиболее значительно отставание по Индексу человеческого развития. Кыргызская Республика единственная страна из членов Таможенного союза которая относится к категории среднеразвитых по уровню человеческого развития; остальные страны относятся к группе высокоразвитых. С другой стороны, республика обладает наименьшим среди рассматриваемых стран уровнем дохода на душу населения. Это говорит о том, что существующее положение является не результатом неэффективного использования имеющихся ресурсов, а скорее их общей нехваткой. В рейтинге ЮНЕСКО есть страны с меньшим уровнем развития человеческого потенциала, но с существенно более высоким уровнем дохода на душу населения.

На основе проведенного анализа восьми международных экономических рейтингов для стран Таможенного союза можно сделать следующие выводы.

Кыргызская Республика в целом проигрывает всем остальным странам Таможенного союза в международных рейтингах. Исходя из этого инвестиционный климат в республике нельзя назвать более привлекательным, чем в других странах.

Кыргызская Республика демонстрирует положительную динамику в изменении своих рейтинговых оценок, однако для улучшения своей конкурентной инвестиционной привлекательности республике необходимо развиваться опережающими темпами по сравнению с другими странами.

Индекс экономической свободы является единственным показателем, величина которого в Кыргызской Республике превышает средний уровень для стран Таможенного союза. Это является существенным положительным фактором на фоне общих сравнительно низких оценок в рейтингах.

Библиографический список:

1. Николаев И.А., Точилкина О.С. Рейтинг прогресса (какие страны развиваются быстрее). Аналитический доклад. – М.: Компания ФБК, 2011.

2. 2015 Global Retirement Index. An in-depth assessment of welfare in retirement around the world // NGAM Advisors – 2015.
3. 2015 Index of Economic Freedom. Promoting Economic Opportunity and Prosperity // The Heritage Foundation. The Wall Street Journal – 2015.
4. BDO International Business Compass // BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg – 2015.
5. Corruption Perceptions Index 2015 // Transparency International – 2015
6. Doing Business 2016. Measuring Regulatory Quality and Efficiency // The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – 2016.
7. Human Development Report 2015. Work for Human Development // United Nations Development Programme, New York – 2015.
8. The Global Competitiveness Report 2015-2016 // World Economic Forum. Geneva – 2016.
9. The Legatum Prosperity Index // Legatum Institute. London – 2015.
10. Метелев С.Е., В.П. Чижик, С.Е. Елкин, Н.М. Калинина.-Инвестиционный менеджмент. / Москва: изд-во ФОРУМ: ИНФРА-М,2015 – 288 с.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ В КРУТИНСКОМ РАЙОНЕ

Серёгина М. А.,
магистрант

Филиппова Т.А.,
к.с.-х.н, доцент, ФГБОУ ВО ОмГАУ, г.Омск

Основой жизнедеятельности населения и основой экономики в муниципальном образовании является земля как пространственно-природно-исторический ресурс. Организация использования и охрана земельных ресурсов относится к компетенции органов местного самоуправления [4].

В соответствии в Российским законодательством структура органов местного самоуправления на уровне муниципального района представлена следующим образом:

- представительный орган муниципального образования (Совет муниципального района);
- глава муниципального образования;
- местная администрация;
- контрольно-счетный орган муниципального образования [1].

Уставом Крутинского муниципального района администрация Крутинского муниципального района определена исполнительно-распорядительным органом местного самоуправления, ее структура утверждена Советом Крутинского муниципального района (рисунок 1), Главой администрации является Глава района. В Уставе также определены функции и полномочия всех перечисленных органов местного самоуправления.



Рисунок 1. Структура Администрации Крутинского муниципального района

В области управления земельно-имущественными отношениями полномочия районной Администрации заключаются в следующем:

- формирование проекта бюджета и отчета о его исполнении, проектов программ социально-экономического развития муниципального образования и проектов правовых актов по вопросам местного самоуправления;
- обеспечение исполнения бюджета, муниципальных правовых актов и программ социально-экономического развития территории муниципального образования;
- осуществление строительства и содержание автомобильных дорог общего пользования и мостов, находящихся в муниципальной собственности;
- организация мероприятий по охране окружающей среды в границах муниципального образования;
- обеспечение охраны и сохранения объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) местного (муниципального) значения;
- организация благоустройства и озеленения, использования и охраны городских лесов;
- осуществление подготовки генерального плана муниципального образования, правил землепользования и застройки, ведения информационной системы обеспечения градостроительной деятельности, резервирования и изъятия, в том числе путем выкупа, земельных участков в границах муниципального образования для муниципальных нужд, земельный контроль за использованием земель;
- формирование и содержание муниципального архива и т.д.

В структуре администрации Крутинского района вопросами управления земельно-имущественным комплексом, в той или иной мере, занимаются комитет финансов и контроля, управление сельского хозяйства, отдел имущественных отношений и сектор строительства и архитектуры [2].

Комитет финансов и контроля разрабатывает проект муниципального бюджета, обеспечивает исполнение муниципального бюджета, ведет учет средств муниципального бюджета, участвует в разработке проектов программ развития муниципальной собственности. Результатом деятельности этого комитета является разработка «Концепции социально-экономического развития Крутинского муниципального района Омской области до 2020 года», утвержденная Постановлением Главы Крутинско-

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

го муниципального района № 601 от 30 октября 2006 года, и муниципальная программа «Развитие экономического потенциала Крутинского муниципального района Омской области», утвержденная Постановлением Главы района от 30 ноября 2013 года № 901. Цель этих документов – обеспечить устойчивое экономическое развитие района, повысить качество управления муниципальным имуществом и финансами. Сроки реализации программ – 2014 – 2020 годы.

Управление сельского хозяйства осуществляет проведение государственной и муниципальной политики в сфере агропромышленного комплекса района, функции и полномочия управления установлены администрацией Крутинского района. Этот орган является соисполнителем муниципальной программы «Развитие экономического потенциала Крутинского муниципального района Омской области».

Отдел имущественных отношений организует и осуществляет управление муниципальной собственностью, реализует иные полномочия в соответствии с федеральным законодательством и Положением об отделе имущественных отношений Крутинского муниципального района Омской области от 10 сентября 2009 года. В 2014 году были заключены договоры продажи земельных участков в границах населенных пунктов из муниципальной собственности общей площадью 9 га, договоры аренды на земельные участки в границах населенных пунктов из муниципальной собственности площадью 84 га и за границей населенных пунктов площадью 62 га.

Сектор строительства и архитектуры занимается обеспечением подготовки документов территориального планирования, документации по планировке территории, реализации схемы территориального планирования, осуществлением контроля за соблюдением действующего законодательства. Схема территориального планирования Крутинского муниципального района Омской области разработана в рамках муниципального контракта между Администрацией Крутинского муниципального района Омской области и ЗАО «ЦГТ» в 2012 году.

Управлением землями лесного фонда занимается Крутинский лесхоз (филиал бюджетного учреждения Омской области «Омское Управление лесами»). Основой осуществления использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов, расположенных в границах Крутинского лесничества



Рисунок 2. Динамика изменения состава земель Крутинского муниципального района Омской области

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

является лесохозяйственный регламент разработанный на 10 лет. Лесохозяйственный регламент Крутинского лесничества разработан Главным управлением лесного хозяйства Омской области и ООО «Лесресурс» (г. Новосибирск) в 2008 году.

Осуществлением государственного кадастрового учета недвижимого имущества, кадастровой деятельности, государственной кадастровой оценки земель, государственного мониторинга земель, государственного земельного контроля на территории Крутинского района занимается Тюкалинский отдел Управления Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Омской области (Крутинский сектор). Этот орган также осуществляет функции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, оказанию государственных услуг в сфере ведения государственного кадастра недвижимости. В течение 2014 года регулярно проводился плановый контроль по использованию земель района. Выполнен большой объем работ по предоставлению и постановке на кадастровый учет земельных участков для индивидуального жилищного строительства, производственной и предпринимательской деятельности, садоводства и огородничества.

Общая площадь Крутинского муниципального района Омской области на 01 января 2015 года составляет 572133 га. Распределение земель по категориям в динамике показывает, что за последние пять лет изменения произошли в категориях земель сельскохозяйственного назначения, земель населенных пунктов и земель лесного фонда (рисунок 2).

За период с 2010 года по 2014 год площадь земель сельскохозяйственного назначения уменьшилась на 115191 га, это связано с переводом лесных участков в земли лесного фонда и перевода 281 га из категории земель сельскохозяйственного назначения в категорию земель населенных пунктов (Решение Главы Крутинского городского поселения от 14.09.2011 года № 87).

В структуре земель Крутинского муниципального образования на земли сельскохозяйственного назначения приходится 53% от площади района, наименьший процент занимают земли особо охраняемых территорий и объектов 0,003% (рисунок 3).

Динамика изменения земель по категориям и видам угодий показывает, что уменьшение земель сельскохозяйственного назначения произошло за счет уменьшения лесных площадей на 115191 га, пастбищ на 281 га. Фонд перераспределения земель с 2010 года по 2013 год увеличился на 208 га пашни, 434 га сенокосов и 58 га пастбищ. Такое увеличение фонда перераспределения земель произошло из-за отказа от земельных участков, выделенных для ведения личного подсобного хозяйства гражданам и изъятия участков в счет не востребуемых земельных долей.

Распределение земель Крутинского района по формам собственности на 1 января 2015 года представлено в таблице 1. Анализ таблицы показал, что в федеральной собственности находится большая часть земель района 35% (201261 га), значительная часть 31,18% (178395 га) является собственностью граждан и юридических лиц, почти треть 33,49% (191655 га) является неразграниченной государственной собственностью, переданной в ведение муниципальному образованию.



Рисунок 3. Структура земель Крутинского района Омской области на 01.01.2015 год

СЕКЦИЯ № 3. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

В собственности Омской области находится 0,03% (153 га) от общей площади района и меньше одного процента 0,12% (669 га) земель является собственностью муниципального образования.

Таблица 1. Распределение земель Крутинского муниципального района Омской области по формам собственности на 1 января 2015 года.

Форма собственности	Площадь	
	га	%
Государственная (неразграниченная)	191655	33,49
Федеральная	201261	35,18
Субъекта Российской Федерации	153	0,03
Муниципальная	669	0,12
Частная собственность:		
– граждан	174631	30,52
– юридических лиц	3764	0,66
Всего земель в границах района:	572133	100

По землям сельскохозяйственного назначения за последние годы произошли следующие изменения. Собственность граждан с 2010 года по 2014 год уменьшилась на 1320 га, соответственно увеличилась площадь земель муниципальной собственности на 639 га и государственной (неразграниченной) на 681 га. В 2012 году 281 га земель государственной (неразграниченной) собственности переведено в категорию населенных пунктов. Изменения произошли в связи с отказом собственников от земельных участков, выделенных им для ведения личного подсобного хозяйства и изъятием невостребованных земельных долей (2012 год).

Площадь земель населенных пунктов за анализируемый период увеличилась на 281 га (расширение границ населенных пунктов за счёт земель государственной (неразграниченной) собственности), в том числе 24 га выделено для продажи гражданам под индивидуальное жилищное строительство и ведения личного подсобного хозяйства, 30 га выделено для нужд муниципалитета.

По землям промышленности и иного специального назначения в 2014 году площадь земель, находящихся в собственности субъекта РФ, увеличилась на 11 га за счёт государственной (неразграниченной) собственности.

Земли лесного фонда, находящиеся в федеральной собственности, в 2012 году увеличились на 115191 га, это связано с переводом лесных площадей из категории земель сельскохозяйственного назначения.

Анализ деятельности органов местного самоуправления показал, что для повышения эффективности управления землёй и иными объектами недвижимости в границах Крутинского муниципального образования следует провести следующие мероприятия [3]:

- упорядочить состав муниципального имущества и обеспечить его учет;
- провести полную инвентаризацию объектов, находящихся в муниципальной собственности Крутинского муниципального района, и оформить права на них;
- совершенствовать методики оценки эффективности использования муниципального имущества, повышения доходности его использования в бюджетной системе Крутинского муниципального района;
- провести анализ перечня изъятых из оборота и ограниченных в обороте земель, оценить их с целью дальнейшей оптимизации земельного фонда.

Выполнение вышеперечисленных мероприятий будет способствовать решению ряда проблем, связанных с развитием земельно-имущественных отношений на территории Крутинского района Омской области. Повышение эффективности управления земельными ресурсами и иными объектами недвижимости позволит увеличить поступление налоговых и иных платежей в бюджет муниципального образования и, соответственно, положительно повлияет на экономический потенциал района.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: система Консультант Плюс, 2016 – Режим доступа: www.consultant.ru.
2. Положение от 26.09.2005 года № 50 «Об Администрации Крутинского муниципального района» [Электронный ресурс]: официальный сайт Администрации Крутинского района, 2016 – Режим доступа: <http://krutin.omskportal.ru>.
3. Тимонина С.А. Формирование эффективной системы управления земельными ресурсами сельских территорий //Вестн.ОмГАУ. – 2013.-№2(10) – с.18-23.
4. Шмарова Г.М. Основы государственного и муниципального управления: учебник – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – 320 с.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ СЕКТОР КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Сурамбаева А.Т.,
старший преподаватель, КГТУ им. И.Раззакова

В статье описывается энергетический сектор как стратегическая отрасль развития экономики. Также рассмотрен электробаланс и проблемы энергетического сектора регионов Кыргызской Республики.

Ключевые слова: электроэнергетика, энергетический сектор, гидроэнергетика, электробаланс.

Электроэнергетика является стратегически важной отраслью и одним из основных факторов развития промышленного и сельскохозяйственного производства Кыргызской Республики. За последние несколько лет в Кыргызстане совершились многочисленные преобразования в системе производственных отношений и производственных сил. В истории страны произошли такие события как: процессы либерализации, финансовой стабилизации, приватизации, финансовой реструктуризации, налоговой и инвестиционной привлекательности; реформы энергетического сектора; приватизация и земельные реформы, которые наложили отпечаток на экономическое развитие государства. Однако трудно оценить влияние каждого из этих процессов, поскольку каждый из них имеет тенденцию оказывать многогранное влияние. И одним из главных процессов является электроэнергетика, которая представляет базовую отрасль народного хозяйства, определяющую экономическое развитие государства, в развитии которой заинтересованы все социально-экономические институты – органы власти разных уровней, население, хозяйствующие субъекты, научно-исследовательские организации и прочие. Динамика общего баланса электроэнергии показана в таблице 1.

Таблица 1. Электробаланс за 2010-2014 гг. (млн киловатт-часов)

Наименование показателей	2010	2011	2012	2013	2014
Произведено электроэнергии	12062,9	15158	15168,3	14011,4	14571,5
Получено из-за пределов республики	76,3	6,6	-	29,6	286,2
Потреблено электроэнергии, в т.ч.:	10503,8	12370,4	13579,8	13665,8	14785,3
промышленностью	4152,1	4898,6	5599,4	5905,3	7292,7
сельским хозяйством	1718,2	2138,8	2467,6	2551,6	2517,3
транспортом	51,5	57,8	56,3	51	58,6
строительством	39,3	65,5	77,2	81,1	97,8
коммунальным хозяйством	-	-	-	-	-
социальной сферой	1516,3	2135,2	2137	2235,5	2187,3
Потери в электросетях общего пользования	3026,4	3074,5	3242,3	2841,3	2631,6
Отпущено за пределы республики	1635,4	2794,2	1588,5	375,2	72,4

Данные Национальный статистический комитет, Промышленность КР 2015

Как видно из таблицы, за последние пять лет в 2012 году было произведено максимальное количество электроэнергии. Потребителями электроэнергии являются в основном такие отрасли, как промышленность, транспорт и строительство. За пределами республики отпущена электроэнергия, которая каждым годом уменьшается на 302,8 млн кВтч. Исследование показало, что рынок электроэнергии представляется сложным по своей структуре и включает в себя не только производителей и покупателей, но и сложную инфраструктуру, позволяющую учесть все особенности электроэнергии как товара и предоставить возможность рынку нормально функционировать. Однако, согласно внедрения Среднесрочной тарифной политики на электрическую и тепловую энергию на 2014-2017 гг., показаны хорошие результаты, что позволяет нашей энергосистеме снимать напряжение вокруг дефицита электроэнергии. Дефицит электроэнергии в прошлом году составлял 2 млрд 300 млн кВтч, в этом году – 1 млрд 600 млн кВтч. Только за счет новых тарифов за 7 месяцев этого года было сэкономлено 1 млрд 200 млн кВтч. В Кыргызской Республике тарифы на электроэнергию считаются одними из самых низких в Европе и Центральной Азии, что способствует неэффективному использованию энергии, острой нехватке денежных средств на техническое обслуживание и недостаточному объему новых инвестиций в сектор – все это в совокупности приводит к низкому уровню надежности и качества энергоснабжения. В Кыргызстане долгое время электроэнергия стоила 70 тыйынов за 1 кВтч, этот тариф держался последние 13 лет. За последний год немного поднялся тариф до уровня 77 тыйынов, то есть рост на 10%. Потребление выше 700 кВт для отопления оплачивается по другому тарифу – это средневзвешенный тариф – 2,16 сома за 1 кВтч, рассчитан он уже с учетом импорта электроэнергии.

Кыргызская Республика на данном этапе использует импортную электроэнергию практически на протяжении всего года. В первом и четвертом квартале, использовали электрическую энергию из Казахстана, она немного дороже, стоимость – 5,60 сом за 1 кВтч, для населения – 2,16 сом, для прочих потребителей (промышленность, сельское хозяйство, бюджетные потребители и прочие) – 2,24 сома. В начале года эти тарифы были 2,05 сома для населения, 2,19 сома для прочих; рост не такой большой, примерно от 11 до 16%. Стоимость энергоресурсов, входящая в состав себестоимости любого продукта, играет важную роль в ценообразовании товара.

Сектор энергетики в Кыргызской Республике, обладающий богатым гидроэнергетическим потенциалом, страдает от глубоко укоренившихся структурных проблем, обеспечивая около 4% ВВП и 16% промышленного производства, 10% доходов государственного бюджета [8].

Освоение гидроэнергетического потенциала Кыргызстана, составляющего порядка 142 млрд кВт.ч. электроэнергии, является основной стратегией программы развития энергетики республики [9]. Производство электроэнергии год за годом уменьшается, в том числе на гидроэлектростанциях и тепловых электростанциях. Гидроэнергетика – одновременно имеет очень много плюсов и минусов. Много плюсов потому, что гидроэнергетика не загрязняет окружающую среду, а стоимость электроэнергии существенно ниже, чем в других возобновляемых источниках. Минусы, так как в годы маловодья нуждается в поддержке других, более затратных, источников энергии.

Постсоветские государства Центральной Азии были объединены единым энергетическим кольцом, что позволяло вести бесперебойное электроснабжение государств региона, а также компенсировать дефицит в зимнее время у одних за счет других участников системы. Северные регионы Кыргызстана получают электроэнергию через линии электропередач Казахстана, а южные регионы получают через узбекские линии. Казахстан и Узбекистан уже не зависят от энергетического кольца, поскольку они уже давно завершили строительство своих линий электропередач. В Кыргызстане 50% вырабатываемой электроэнергии осуществляется с юга страны на север транзитом через Узбекистан и Казахстан. В случае выхода Узбекистана из кольца север региона республики окажется без электроэнергии, в связи с этим энергетическую отрасль необходимо модернизировать и улучшать, поскольку за более чем 20 лет независимости страны в этой сфере отсутствовали какие – либо нововведения.

Одной из основных проблем энергетической отрасли является тот факт, что модернизация, реабилитация и расширение электроэнергетической системы не проводились более двух десятилетий ввиду отсутствия в отрасли собственных средств. До настоящего времени в высоковольтных сетях 110-500 кВ используется оборудование производства 1970-1980-х годов выпуска, которое полностью изношено и давно нуждается в замене. За последние 20 лет на гидроэлектростанциях ощущается острый недостаток инвестиций на ремонт, реконструкцию и замену изношенного оборудования [10]. Сочетание этих проблем, наряду с циклами маловодья, приводит к повторяющейся нехватке электроэнергии в зимний период, что, в свою очередь, приводит к серьезным последствиям для населения и экономики. Ситуация, сложившаяся зимой 2014-2015 гг., оказалась особенно тревожной из-за значительно сократившихся притоков воды в Токтогульское водохранилище, обусловленных недостаточным уровнем осадков и таяния ледников, а также нехваткой запасов угля и мазута в связи с тяжелым финансовым состоянием энергетического сектора и значительным ростом потребления электроэнергии в последние годы. Нерациональный и некомпетентный подход в управлении этой сферой требует детального и комплексного решения проблем, направленного на развитие отрасли. Интеграция Кыргызстана в объединенную энергетическую сеть ЕАЭС потребует от страны решения всех вышеперечисленных проблем, исполнения новых условий.

Список использованной литературы:

1. Среднесрочная стратегия развития электроэнергетики Кыргызской Республики на 2012-2017 годы
2. Среднесрочные программы развития электроэнергетики и топливной промышленности на период 2013-2017 гг.
3. Национальный статистический комитет, Промышленность КР 2015.
4. Касымова В.М. Основные проблемы развития энергетики Республики Кыргызстан. Теплоэнергетика. – Москва: Энергоатомиздат. – №8.
6. Караталов О. Энергетические ресурсы Кыргызстана «Общество и экономика» – 2008 г. № 6 с. 168-175.
7. Койчуев Т. О концепции и национальных проектах экономического развития КР «Общество и экономика» – 2008 г с.97 – 111.

Интернет-ресурсы

8. <http://www.knews.kg/econom>
9. <http://mineconom.gov.kg>
10. <http://www.nisi.kg/ru-analytics>

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Тимофеев Е.И.,

*Саратовский социально-экономический институт (филиал)
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Саратов*

Современные реалии в очередной раз доказывают, что социально-экономические условия развития Российской Федерации постоянно меняются. Некоторые радикальные преобразования не получается предугадать вовсе, в частности, касающиеся инновационных разработок. Область научных изобретений по сравнению с остальными ведущими сферами страны очень сильно подвергается критике, особенно в текущих условиях внешних экономических вызовов. Предприниматели отказываются инвестировать средства в отечественную науку в силу высокой степени риска, кроме того, им привычнее и легче работать с зарубежными организациями, которые, по их мнению, считаются «проверенными».

В настоящее время в период возрастающего влияния новой техники на развитие социально-экономического уровня региона одним из центральных звеньев в этом направлении является инновационная деятельность. Инновационные ресурсы – органическая часть производственного потенциала. Эти ресурсы, определяя глубины и масштабы инновационной деятельности, выполняют функции соединительного звена между наукой и производством. Инновационная деятельность, обеспеченная соответствующими ресурсами, определяет конкурентоспособность продукции, технологии, организации труда и производства [2].

Региональный инновационный потенциал в Российской Федерации формируется органами государственной власти субъектов Российской Федерации с учетом государственной инновационной политики Российской Федерации и интересов региона.

По причине сложившейся экономической ситуации на мировой арене (влияние макроэкономических показателей) государственные органы разрабатывают различные программы и стратегии, которые должны способствовать привлечению финансовых инвестиций в отечественную инновационную сферу, а также увеличению количества научных специалистов.

Инновационный потенциал является составным элементом социально-экономической политики страны, отражает отношение государства к интеллектуальным разработкам, определяет цели, направления, формы деятельности органов власти РФ в сфере науки, техники и реализации достижений науки и техники.

Если говорить о развитии инновационного потенциала на уровне региона, то прежде всего следует затронуть такое понятие, как «инновационная политика», т.е. своеобразное перестроение уже существующих связей между частями всей системы инноваций, что подразумевает за собой предельное внимание за деятельностью организаций и учреждений; также совокупность мер, принимаемых органами государственной власти РФ в соответствии с законодательством РФ в целях создания необходимых правовых, экономических и организационных условий, а также стимулов для юридических и физических лиц, осуществляющих инновационную деятельность. Подразумевается, что повышение инновационного потенциала невозможно без грамотной работы органов власти, которые выступают в качестве управленческого элемента по различным вопросам, касающимся разработки и внедрения нововведений, а также полноценного социально-экономического развития субъектов РФ.

Необходимо выделить несколько факторов, без которых невозможно осуществление инновационной политики регионального уровня:

- благоприятная экономическая и правовая среда в отношении предпринимателей, участвующих в инновационной деятельности;
- государственная поддержка коммерциализации результатов научной деятельности и совершенствование механизмов взаимодействия субъектов инновационной сферы, заинтересованных в социально-экономическом развитии (высшие учебные заведения, научные организации, социально ориентированный бизнес) ;
- развитие инфраструктуры инновационной системы;
- поддержание отраслевой специализации региона и его кадрового состава.

Меры по активизации инновационного развития регионов должны в первую очередь оказывать прямое воздействие на барьеры создавшихся различий между регионами, с одной стороны, а с другой – учитывать их конкурентные преимущества.

Следует отметить основные элементы, влияющие на поддержание инновационного потенциала региона:

- рыночный спрос на нововведения;
- наличие вполне эффективных механизмов коммерциализации идей и разработок;
- спецификация прав собственности на результаты интеллектуальной деятельности;
- налоговая политика государства;
- инновационная инфраструктура;
- наличие разнообразных инструментов для финансирования инновационных проектов с очень высокой степенью риска на всех стадиях развития инновационной компании.

Таким образом, для формирования в субъектах РФ эффективного инновационного потенциала и реализации крупномасштабных приоритетных научных проектов требуется создание инновационной системы, которая органично вписывалась бы в общенациональную социально-экономическую стратегию. Добиться указанного возможно при совместной работе федеральных и региональных органов государственной власти, используя при этом различные методы и формы регулирования (создание венчурных инновационных фондов и сети технопарков, содействие в получении и поддержании в силе охранных документов на объекты интеллектуальной собственности, предоставление государственных гарантий, налоговых льгот и др.), гармонично вписывающиеся в рыночную систему и способствующие активному проведению инновационной деятельности в регионах страны [2, с. 110]. Кроме того, необходимо постоянно поддерживать взаимосвязь между государственными структурами и сферой бизнеса, а также контактировать с интеллектуальной средой, ведь именно научные специалисты, изобретатели и разработчики являются самым главным звеном в формировании инновационного потенциала региона, а значит, играют первостепенную роль в социально-экономическом развитии.

Не стоит отрицать, что Россия отстает от своих потенциальных конкурентов по динамичности социально-экономического развития, в частности, в сфере инновационных разработок. Научная сфера должна способствовать постепенному снижению зависимости экономики от экспорта сырья. Для этого необходимо большое количество финансовых средств, поэтому следует актуализировать роль банков в реализации стратегии инновационного развития экономики.

Исходя из общечеловеческих ценностей, можно утверждать, что целью развития инновационного потенциала на современном этапе является улучшение качества жизни населения, которое остается одним из основных показателей социально-экономического состояния страны.

Инновационное развитие социально-экономической системы в субъектах РФ требует формирования сети долгосрочных взаимосвязей и устойчивых многоуровневых отношений между субъектами инновационной деятельности, обеспечивающих создание и внедрение инноваций во всех сферах хозяйства региона. Во многом возможность перехода хозяйства региона на инновационный путь развития связана с наличием на территории субъекта РФ развитой инновационной системы,

соответствующих квалифицированных кадров, а также с высокой восприимчивостью хозяйствующими субъектами новых идей, знаний и технологий различного функционального и прикладного значения [1, с. 161].

Инновационный потенциал следует рассматривать не только как определенные независимые ресурсы, но и как основной элемент социально-экономического развития региона. Повышение качества жизни населения невозможно без научных разработок, их внедрение в производственный процесс способствует формированию современной системы, которая и является фундаментом для реализации последующих перспективных планов.

Библиографический список:

1. Колбасенко О.Е., Петров А.М., Хрулёв Е.А. Формирование и развитие региональной инновационной системы: теоретико-методологический аспект // Саратов, ССЭИ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2014.

2. Региональная экономика. Учебное пособие для студентов специальности 080103.65 «Национальная экономика» направления подготовки 080100.62 «Экономика» // Под ред. С. А. Жданова, О. Г. Тэйслиной; М-во образования и науки Российской Федерации, Саратовский гос. социально-экономический ун-т, Каф. нац. и региональной экономики. Саратов, 2011.

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНОВ

Фомина Т.Ю.,

старший преподаватель ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова Севастопольский филиал

Современная туристско-рекреационная индустрия весьма многообразна и является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства, но присутствие глубоких противоречий в организационной структуре данной отрасли является главным показателем современного состояния этой сферы. Классификационная структура отрасли указывает на ее специфику, что, в свою очередь, требует продвижения и реализации туристического продукта или услуги, а также особой системы управления. Туристско-рекреационные услуги – это услуги по размещению, питанию, транспортному, информационно-рекламному обслуживанию, а также услуги учреждений культуры, спорта, быта и развлечений, направленные на удовлетворение потребностей туриста. Продажной первичной единицей туристического продукта на туристском рынке, как правило, является тур (т.е. комплекс услуг, предоставляемых клиенту туристической компанией), при этом, находят спрос и отдельные туристические услуги. Развитие туристско-рекреационной отрасли осуществляется под влиянием усиления процессов глобализации, интернационализации, перехода к информационному обществу, нарастания кризисных явлений в мировой экономике и роста конкурентной борьбы на международном рынке туристско-рекреационных услуг. В этих условиях необходимо определение нового направления стратегического развития туристско-рекреационной сферы и ее активного интегрирования в систему мирового туристского движения.

В условиях экономических преобразований в обществе, туристско-рекреационная область перешла из государственного сектора экономики и переживает изменения, которые сопровождаются формированием новой системы межрегиональных и внешнеэкономических связей. Закономерно-

стью развития рынка туристско-рекреационных услуг становится рост конкуренции. Согласно мирового рейтинга конкурентоспособности стран в сфере туризма, разработанного сотрудниками Мирового экономического форума (World Economic Forum's), позиции отдельной страны на мировом рынке определяются такими факторами, как государственная политика и законодательство в сфере туризма; природоохранное законодательство; безопасность; уровень здравоохранения и санитарное состояние; приоритетность туристской сферы для органов власти; инфраструктура воздушного транспорта; инфраструктура наземного транспорта; туристская инфраструктура; инфраструктура телекоммуникаций; уровень цен; людские ресурсы; отношения местного населения к туристам; природные и культурные ресурсы.

Ресурсный фактор по-прежнему играет важную роль в распределении международных туристских потоков, однако на успешность национального и регионального туристского продукта возрастающее воздействие оказывает инновационная деятельность предпринимателей и управленческих структур в сфере туризма.

Система организации туристско-рекреационного комплекса в настоящее время отражает происходящие в стране процессы перехода от централизованной административной системы, базирующейся на государственной форме собственности к хозяйственному механизму, включающему различные формы собственности. Ликвидация механизма контроля сопровождалась отсутствием координирующей системы регулирования и изменений в концептуальных подходах к развитию области, привели к изменению ее эффективности и признания как источника пополнения бюджета всех уровней. В наше время рекреационно-туристические возможности рекреационных зон используются не в полном объеме. Необходимость развития этой сферы и использование рекреационных ресурсов освещено в Законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», где указано на необходимость условий для стимулирования отрасли, как высокорентабельной в национальной экономике страны. Таким образом обуславливается необходимость выявления путей эффективного функционирования этой сферы путем анализа международного опыта и применения адаптированных методов к современным условиям для улучшения экономических показателей туристско-рекреационного комплекса. Большая научно-исследовательская работа по проблемам функционирования туристско-рекреационной отрасли проделана отечественными и зарубежными учеными такими как: Квартальнов В.А., Копач М.В., Федорченко В.К., Лукьянова Л.Г., Гринен Л.С., Дж. Уокер, М. Хаммер, и другие. Анализируя работы ученых можно сказать о том, что все научные разработки подлежат дальнейшему уточнению и проработкам в развитии отрасли в целом. Выявление проблем в развитии рекреационной сферы позволяет дать полную оценку проблемам, которые существуют в туристско-рекреационной сфере регионов и снижает их эффективное функционирование. К таким проблемам относятся:

- несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей эту отрасль с точки зрения рыночной экономики;
- несоответствие системы управления туристско-рекреационной сферы к внутригосударственным и региональным условиям хозяйствования;
- отсутствие реестра регионального уровня объектов деятельности сферы туристско-рекреационного комплексов;
- несовершенство материально-технической базы предприятий сферы туризма;
- несоответствие качества услуг мировым стандартам;
- нецелевое и недостаточное использование территории рекреационных зон;
- использование рекреационных территорий с нарушением экологических стандартов;
- несовершенство налогового законодательства в повышении инвестиционных потоков в туристско-рекреационный комплекс;
- несовершенна система профессиональной подготовки специализированных кадров;
- несовершенство качественных характеристик субъектов индустрии туризма и их способности удовлетворять потребности различных категорий туристов.

Анализ развития туризма в регионах выявляет не только главные проблемы в развитии туристско-рекреационной сферы, которые самым прямым образом влияют на эффективность деятельности хозяйствующих субъектов, но и определить основные пути решений и реализации этих проблем для формирования путей эффективного развития отрасли с предложением следующих мер:

- усовершенствование законодательной базы в развитии деятельности туристско-рекреационной зоны;
- разработка программ на межрегиональном и межведомственном уровнях по развитию и поддержке приоритетных видов туризма;
- внедрение программ поддержки субъектов, предоставляющих туристско-рекреационные услуги с учетом продвижения и популяризации местного туристического продукта;
- разработка методов по регулированию цен на местный тур продукт и его внедрение;
- разработка комплексных программ по вопросам научно-технического и экономического сотрудничества с регионами России, с целью двухстороннего сотрудничества по определению путей увеличения объемов по предоставлению туристских услуг;
- разработка программ по отслеживанию плотности туристских ресурсов и их рационального использования;
- внедрение программ по поддержке въездного социального туризма;
- углубление партнерских отношений между предприятиями, осуществляющих услуги туристско-рекреационного характера;
- использование финансовых средств, полученных от субъектов, осуществляющих туристическую деятельность, на развитие рекреационной инфраструктуры и развитие экологических программ;
- проведение мониторинга рынка и маркетинговых исследований с целью изучения спроса на услуги туристско-рекреационной деятельности и предупреждение негативных сторон этого бизнеса;
- разработка новых бизнес моделей по удовлетворению потребностей рынка, что позволит сформировать потенциал всей деятельности туристско-рекреационной сферы, направленных на удовлетворение потребностей, качества и безопасности услуг.

Следует так же отметить, что усовершенствование договорно-правовой базы внутренних и внешних отношений и углубление сотрудничества на всех уровнях туристско-рекреационной сферы дает возможность для более эффективной деятельности. Объективность трансформации в системе управления отраслью регионов, а так же система правового регулирования и внедрение региональных программ развития заинтересует предпринимателей и инвесторов в усилении туристско-рекреационных зон, решению экологических проблем, что прямым образом приведет к привлечению и повышению как отечественных так и зарубежных туристических потоков.

Библиографический список:

1. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 29.06.2015 г. N 132-ФЗ.
2. Бессонова В.Б. Туристский регион: содержание и границы понятия // Межвузовский сборник научных трудов. – 2006.- Выпуск 3. – С. 287-295.
3. Стафийчук В.И. Рекреалагия / В.И. Стафийчук-К: « Альтерпрес ». – 2008. – С. 214-219.
4. Туменова С.А. Курортно-туристский комплекс региона: стратегии, приоритеты, механизмы.– Нальчик: Издательство КБНЦ РАН, 2009. – С.110 – 122.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Епанчинцев В.Ю.,

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Сравнительная характеристика национальных и международных стандартов учета требует уточнения того, что российские стандарты бухгалтерского учета, то есть положения по бухгалтерскому учету (далее ПБУ), изначально разрабатывались на основе международных стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Кроме того, изменения, регулярно вносимые в ПБУ, преимущественно направлены на устранение расхождений с международными стандартами финансовой отчетности (далее МСФО). Таблица 1 показывает, что системы МСФО и ПБУ во многом схожи, однако имеют различия, обусловленные адаптацией международных стандартов к особенностям экономики России [3].

Таблица 1. Сравнительная характеристика российской системы учета основных средств с МСФО

Признак	ПБУ	МСБУ (МСФО)
Понятие и основные критерии признания основных средств	Материальные активы, одновременно отвечающие условиям: – использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд; – использование в течение длительного времени (свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев); – не предполагается последующая перепродажа данных активов; – способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем	Материальные активы, которые используются компанией для производства или поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду другим компаниям или для административных целей и которые предполагается использовать в течение более чем одного периода (параграф 6 МСБУ 16). Критерии признания активов: – с большой долей вероятности можно утверждать, что компания получит будущие экономические выгоды, связанные с активом; – себестоимость актива может быть оценена
Стоимостный критерий при отнесении имущества к основным средствам	Активы, в отношении которых выполняются условия, предусмотренные выше, и стоимость которых находится в пределах лимита, установленного в учетной политике организации, но не менее 100000 руб. за единицу (в налоговом учете)	Не является определяющим. Как правило, компания устанавливает лимит, выше которого расходы капитализируются, а ниже – списываются на текущие расходы. Величина такого лимита зависит от размера компании, от области ее деятельности и от других факторов
Порядка учета биологических активов	Не предусмотрено специальных положений по учету таких активов, кроме «Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств», утвержденных приказом Минфина России от 13.10.2003 г. № 91н. В отчетности биологические активы отражаются в составе ОС или запасов	Установлены особые условия для порядка учета биологических активов (МСБУ 41 «Сельское хозяйство»). В отчетности они показываются отдельно

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Доходные вложения в материальные ценности	Основные средства, предназначенные исключительно для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование или во временное пользование с целью получения дохода. Отражаются в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности в составе доходных вложений в материальные ценности	В МСБУ существует отдельный стандарт для учета таких активов (МСБУ 40 «Инвестиционное имущество»)
Поступление основных средств		
Покупка актива: 1. включение в ПС процентов по заемным средствам, взятых на их приобретение; 2. учет расходов на демонтаж, ликвидацию, восстановление окружающей среды, обязательство по которым возникает в момент признания основных средств и в период их использования; 3. ЗОС, взятые в лизинг.	1. Затраты на займы увеличивают стоимость ОС, если это инвестиционный актив (ПБУ 15/08 «Учет расходов по займам и кредитам»); 2. Расходы, которые производятся в период использования ОС, не увеличивают их стоимость, а учитываются в период их возникновения; 3. Оценка основных средств производится в размере лизинговых платежей	1. При этом действует МСФО 23 «Затраты по займам», которое допускает (по выбору организации) включение процентов по кредитам и займам в первоначальную стоимость или их учет в качестве текущих расходов в периоде возникновения; 2. Включаются в стоимость объектов; 3. Действует МСБУ 17 «Аренда». При этом арендатор учитывает полученные в лизинг основные средства по справедливой стоимости или стоимости лизинговых платежей в будущем в зависимости от того, какая из сумм меньше
Создание актива организацией	Стоимость основного средства формируется в сумме расходов на его создание (ПБУ 6/01).	Стоимость основного средства формируется в сумме расходов на его создание (МСБУ 16).
В уставный капитал	Стоимостью признается денежная оценка, согласованная учредителями (ПБУ 6/01)	Первоначальная стоимость определяется по фактическим затратам (МСБУ 16) или переоцененной стоимости (МСБУ 36 «Обесценение активов»)
Безвозмездно	Первоначальная стоимость определяется как текущая рыночная стоимость основного средства на дату принятия к бухгалтерскому учету в качестве вложения во внеоборотные активы (ПБУ 6/01)	МСФО отдельно не рассматривают такие сделки
По договору мены	Если стоимость полученного имущества определить нельзя, то она определяется по текущим рыночным ценам (ПБУ 6/01)	Если стоимость полученного имущества определить нельзя, то тогда используется показатель балансовой стоимости передаваемого имущества (МСФО 16)

Методика учета основных средств в международной практике разработана в соответствии с требованиями следующих МСБУ: № 16 «Основные средства»; № 17 «Аренда»; № 4 «Учет амортизации». В российском учете разработано ПБУ 6/01 «Учет основных средств» [1,2,3].

Одним из важнейших положений МСБУ 16 «Основные средства» является разрешение использования двух моделей учета объектов основных средств, а именно:

- модели учета по себестоимости (по исторической стоимости);
- модели учета по переоцененной стоимости.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Первая модель учета является традиционной. Она используется для учета основных средств во всех национальных бухгалтерских системах. При выборе второй модели учета основные средства должны отражаться по переоцененной стоимости, которая представляет собой справедливую стоимость на дату переоценки.

Справедливая стоимость – это цена, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства при проведении операции на добровольной основе между участниками рынка на дату оценки. То есть справедливая стоимость – это стоимость, которая складывается в сделке между хорошо осведомленными независимыми сторонами, желающими совершить такую сделку [3].

Таким образом, положения международных и национальных стандартов в части учета основных средств имеют достаточно много общих положений, и в то же время отличны друг от друга. Например, в части критериев отнесения объектов имущества к основным средствам; порядка учета биологических активов. Действие в настоящее время финансовых санкций США, Евросоюза и других американских сателлитов, а также ответные экономические меры Российской Федерации сократили объем внешнеэкономических отношений с родоначальниками МСФО. Однако даже с учетом данных обстоятельств устранение выявленных в статье расхождений является обязательной составляющей при создании единых стандартов бухгалтерского учета основных средств в международных масштабах, что, в свою очередь, обеспечит доступность и простоту понимания бухгалтерской отчетности заинтересованными пользователями.

Библиографический список:

1. Приказ Минфина РФ от 30.03.2001 г. № 26н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01)» (с изменениями и дополнениями от 24.12.2010 г.) [Электронный ресурс]. – М., [2015]. – Режим доступа : информационно-правовая справочная система КонсультантПлюс (дата обращения : 30.01.2016 г.).
2. Международный стандарт финансовой отчетности от 25.11.2011 г. (IAS) 17 «Аренда» № 160н (с изменениями и дополнениями от 18.07.2012 г.) [Электронный ресурс]. – М., [2015]. – Режим доступа : информационно-правовая справочная система КонсультантПлюс (дата обращения : 17.01.2016 г.).
3. Международный стандарт финансовой отчетности от 25.11.2011 г. (IAS) 16 «Основные средства» № 160н (с изменениями и дополнениями от 17.12.2014 г.) [Электронный ресурс]. – М., [2015]. – Режим доступа : информационно-правовая справочная система КонсультантПлюс (дата обращения : 17.01.2016 г.).

РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Жанузакова С. К.,

магистр менеджмента, старший преподаватель, Инновационный евразийский университет

Статья посвящена предпринимательским рискам (понятие, факторы риска, группы риска), а так же возможности управления непредвиденными ситуациями.

The article is devoted to entrepreneurial risk (the concept, risk factors, risk groups), as well as unforeseen situations management.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Согласно ст. 10 Гражданского кодекса РК «Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя» [6]. Исходя из данной статьи, управление предпринимательскими рисками становится особенно актуальной.

Различные как внешние, так и внутренние факторы, в последнее время усугубившиеся под влиянием нового экономического кризиса, в разной мере оказывают влияние на состояние предпринимательства. Причем это касается всех видов предпринимательских рисков, что связано с природой их взаимосвязи.

Таким образом основной задачей предпринимателя является не отказ от риска вообще, а выбора решений, связанных с управлением рисками на основе объективных критериев.

Анализ сущности риска позволил выделить три подхода к трактовке термина «риск» представленного в таблице 1.

Таблица 1. Анализ определении рисков

№	Автор	Определения	Основные критерии
1	Айвазяна С.А.	«риск – это возможность таких последствий принимаемых стратегических решений, при которых поставленные цели частично или полностью не достигаются» [7].	Последствия принимаемых решений
	Гончаренко Л.П.	«риск – возможность наступления событий с отрицательными последствиями в результате определенных решений или действий» [3].	
2	Хохлов Н.В.	«риск – событие или группа родственных случайных событий, наносящих ущерб объекту, обладающий данным риском» [9].	Событие или группа событий обладающих риском, неблагоприятные ситуации
	Тэпман Л.Н.	«риск – это возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и исполнения бюджетов предприятия» [8].	
3	Бланк И.А.	«риск – вероятность возникновения неблагоприятных последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления его финансово хозяйственной деятельности» [2].	Условия его деятельности, опасность специфики деятельности, образ действий
	Балабанов И.Т	«риск – это возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества [1].	
	Киржнер Л.А., Киенко Л.П.,	«риск – это образ действий в условиях неопределенности, ведущих в конечном результате, к победе успеха над неудачей» [5].	

Выше представленная таблица свидетельствует о расхождении ученых во мнении определения риска в трех направлениях.

Первая группа ученых сходится во мнении что принятие управленческих решений толкает предпринимателей на риск.

Вторая группа доказала, что события и случаи подвергают предпринимателей риску.

Третья группа утверждает, что предприниматель ведет рискованную деятельность.

На наш взгляд это вполне уместно так как риски возникают на всех этапах деятельности предприятия.

Данные рисунка наиболее точно определяют сущность риска и указывают на многогранность данного аспекта, что в свою очередь подчеркивает ее неопределенность и сложность в управлении.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

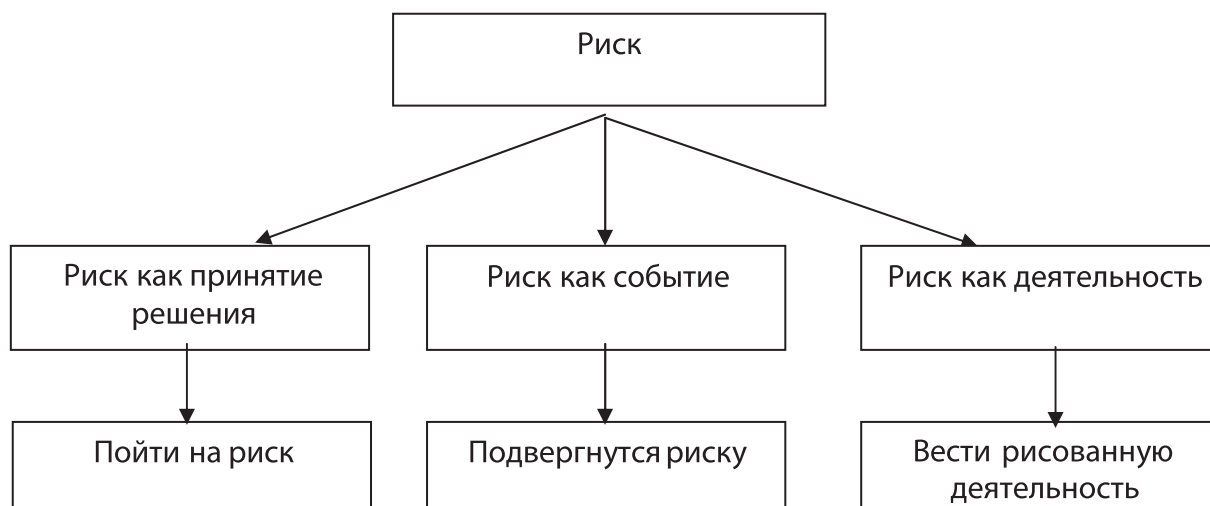


Рисунок 1.2. Основные подходы в определении риска

В ходе анализа теории риска, выяснилось, что споры ведутся не только по определению, но и по классификации рисков и на сегодняшний день в экономической литературе представлено большое множество видов риска. Вышеизложенное подчеркивает необходимость детального рассмотрения вопроса, где основной задачей является определение признака классификации риска, для выявления источника и объекта риска для своевременного принятия мер по минимизации его воздействия (таблица 2).

Таблица 2. Классификация рисков по признакам

№	Признаки классификации	Виды рисков
	По происхождению	Внешние Внутренние
	По природе возникновения	Субъективные Объективные
	По степени допустимости	Допустимые Недопустимые
	По степени правомерности	Правомерные Неправомерные
	По возможному результату	Чистые Спекулятивные
	По степени прогнозируемости	Прогнозируемые с большой точностью Труднопрогнозируемые Непрогнозируемые
	По возможности страхования	Страхуемые Частично страхуемые Нестрахуемые
	По времени проявления	Перспективные Текущие Ретроспективные
	По масштабу	Локальные Отраслевые Региональные Национальные Международные
	По частоте возникновения	Разовые Периодические Постоянные

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

По времени воздействия	Долгосрочные Среднесрочные Краткосрочные
По степени управляемости	Управляемые Неуправляемые
По уровню риска	Малые Средние Высокие
По степени вероятности	Вероятные Маловероятные Невероятные
По уровню потерь	Допустимые Критические Катастрофические
По объекту возникновения	Отдельная операция Направление деятельности Деятельность всей организации
По уровню управления	Стратегические Тактические Оперативные
По этапу управленческого решения	На стадии принятия решения На стадии реализации решения
По степени сложности	Простые Сложные Интегральные
По мере рациональности	Рациональные Нерациональные Авантюрные
По мере определенности	Детерминированные (известные) Стохастические (неизвестные) Инновационные
По восприятию людьми	Добровольные Вынужденные
По виду деятельности	Маркетинговые Экономические Инновационные Юридические Структурные технические Производственные Логистические Финансовые Коммерческие Страховые Кадровые Управленческие

Вышепредставленное множество признаков риска говорят о его разнообразии и соответственно различности, так как один риск совсем не похож на другой своим проявлением и последствиями, что наталкивает нас на мысль о его качественной специфике, точнее о качестве тех или иных рисков. По данному вопросу заслуживает внимания работа Ермасовой Н.Б., где она качество риска попыталась определить следующим образом «качество риска – это ожидаемый результат рисковой ситуации» [4].

На наш взгляд данное определение наиболее точно подчеркивает взаимосвязь качества риска с ожиданиями владельца риска, единственно необходимо дополнить совокупностью отличительных признаков и последствиями результата рисковой ситуации.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Таким образом качество риска – это совокупность характерных признаков рисковой ситуации, и связанные с ними ожидаемые отрицательные последствия, измеряемые через величину ущерба.

Следовательно в процессе исследования рисков предпринимательской деятельности большое внимание следует уделять учету ее специфики. Это, во-первых, позволит на начальном этапе анализа ограничить круг исследуемых рисков до тех из них, которые оказывают непосредственное воздействие на работу компании. Во-вторых, учет специфики деятельности позволит установить приоритет исследования профильных рисков, требующий рассмотрения в первую очередь тех из них, которые оказывают на деятельность организации наибольшее воздействие (таблица 3)

Таблица 3. Специфические риски отраслей экономики

	Обрабатывающие производства	Добыча полезных ископаемых	Сельское хозяйство	Топливо энергетический комплекс	Строительство
Общие внешние риски	Изменения в законодательной базе. Изменения системы налогообложения. Экономическая, социальная и экологическая политика. Коррупция. Конкуренция. Рост цен на энергоносители. Низкая покупательская способность. Повышение цен на ГСМ. Сдерживание цен на производимую продукцию.				
Частные внешние риски	Сырьевые поставки. Снижение импортных пошлин. Появление товаров заменителей. Непредвиденное изменение спроса.	Изменение цен на мировом рынке. Экологическая политика. Техногенные риски.	Неблагоприятные погодные условия. Увеличение цен на корма. Падение закупочных цен на продукцию. Возникновение эпидемий. Снижение уровня государственных субсидий.	Изменение цен на мировом рынке. Техногенные. Истощение природных ресурсов	Повышение цен на строительные материалы. Погодно-климатические условия. Несоостоятельность заказчика
Общие внутренние риски	Моральный износ личного фактора, устаревшая материально-техническая база. Нерациональное использование инвестиций. Снижения цен на реализацию продукции. Маркетинговые риски. Снижения ликвидности и финансовой устойчивости. Низкая мотивация работников. Неэффективная система оплаты труда. Потери высокопрофессиональных кадров. Снижения производительности труда. Потери рабочего времени по разного рода причинам. Низкая инновационная активность.				
Частные внутренние риски	Низкая конкурентоспособность продукции и цен. Устаревшие технологии переработки. Брак продукции.	Отставание разведки запасов полезных ископаемых от их добычи. Нарушение правил техники безопасности	Нарушение посевных технологий. Низкий уровень квалификации работников. Деградация земель из-за отсутствия удобрений. Отсутствие условий для хранения продукции	Спад производительности труда. Простой оборудования. Отсутствие необходимого количества исходных материалов. Физический и моральный износ оборудования	Ошибки при проектировании. снижение конкурентоспособности. Ошибки при выборе поставщиков и субподрядчиков. Некорректно заключенные договора подряда и поставки. Не выполнение условий договоров.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Таким образом, более детальное выявление общих и частных отраслевых рисков дает возможность проанализировать, оценить и управлять рисками, максимально воздействуя на него, тем самым противостоять дестабилизирующей природе риска, сохранения равновесия и устойчивость предприятия.

Библиографический список:

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, – 1996. – 192 с.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т.2. Киев: Ника – Центр, 1999. С.203.
3. Гончаренко, Л. П. Риск-менеджмент : учеб.-метод. пособие / Л. П. Гончаренко, С. А. Филин. – Москва : КНОРУС, 2007. – 216 с.
4. Ермасова Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. – 380 с.
5. Киржнер Л.А., Киенко Л.П. Менеджмент организаций. – М.: КНТ, -2009. – 688 с.
6. Предпринимательский Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК
7. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др. / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998.
8. Тэпман Л.Н. Т96 Риски в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. ВА Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с.
9. Хохлов Н.В. Управление риском: Учеб. пособие для вузов. -М.: Юнити-Дана, -1999. -239 с.
10. Метелев С.Е., Иванкин Н.К., Косьмин А.Д. Менеджмент: теория и практика. / Монография. Федеральное агентство по образованию, РГТЭУ Омский институт (филиал). – ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – С. 1-186.
11. Метелев С.Е., Завгородняя Т.В., Машкина А.Н. Кредитный риск: методы оценки и пути минимизации. Учебное пособие./ Издательство Погорелова Е.В., 2009. –140 с.
12. Метелев С.Е., Е.А. Кандрашина Финансовый менеджмент. Омск: Издатель Погорелова Е.В., 2008.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Зими́на К.В.,
магистрант

Филоно́нко Л.А.,
доцент, к.п.н., филиал ОмГПУ в г. Таре

В статье анализируются современные информационные технологии, определена роль информационных систем в бухгалтерской деятельности. Проанализированы разнообразные бухгалтерские программы с позиции их оптимального выбора для конкретного предприятия.

The article analyzes the modern information technology, defines the role of information systems in the financial activities. We analyzed a variety of accounting programs from the standpoint of the optimal choice for a particular company.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, наблюдения, измерения, регистрации, обработки и получения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах и хозяйственных операциях хозяйствующего субъекта и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета. Первоочередной задачей бухгалтера является наведение порядка в учете всех ценностей. Учет должен быть так организован, чтобы в любой момент можно было получить сведения о том, сколько и какого имущества у предприятия, организации, где оно находится, в каком состоянии, как используется, кто отвечает за его сохранность. Без компьютера в этих вопросах обойтись трудно.

Роль информационных систем в бухгалтерской деятельности неопределима, очевидны их преимущества по сравнению с ручным ведением бухгалтерского учета. Бухгалтерские, справочно-правовые и аналитические программные продукты позволяют бухгалтеру быть современным и мобильным [6]. Вопросами, связанными с использованием информационных технологий в бухгалтерском учете, занимаются В.Г. Гетьман, Е.Г. Лаврушина, Е.В. Моисеенко, И.А. Слободняк, А.А.Скорнякова, Т.И.Фрадина и другие ученые.

Современные информационные технологии охватывают самые разнообразные стороны бухгалтерского учета. Современный руководитель сегодня не может принимать управленческие решения без обладания достоверной информацией, которую предоставляет автоматизированная система бухгалтерского учета. Программы, используемые бухгалтерами, являются неотъемлемыми помощниками в их работе [5].

На современном этапе не существует единой, общепринятой классификации бухгалтерских программ. В основном все бухгалтерские программы ориентируются на размер предприятия и состав выполняемых ими функций. Исходя из накопленного опыта составления и применения программ компьютеризации бухгалтерского учета, можно выделить четыре группы. Дадим краткую характеристику пакетов этих групп программ [1]:

1) Пакеты «Комплексная система бухгалтерского учета». Впервые данные программы были разработаны в 50-х годах XX века, чтобы осуществлять комплексную механизацию бухгалтерского учета на счетно-перфорационных машинах. С 70-х годов XX века комплексы бухгалтерских задач стали обрабатываться на универсальных ЭВМ, где использовались « типовые проектные решения по бухгалтерскому учету » по каждому участку учета. К продуктам данной группы относятся программы: «Интеллект-Сервис», «Микро-Плюс», «Пролог», «Омега», «Турбо-Бухгалтер» и другие.

2) Пакеты «Мини-бухгалтерия». В 1994 г. был отмечен «пик» числа производителей, которые предлагали программы для ведения бухгалтерского учета. К программным продуктам данной группы можно отнести следующие базовые варианты пакетов: «1С: Бухгалтерия», «Турбо-Бухгалтер», «Инфо-Бухгалтер», «Финансы без проблем». Эти программы пользуются широким спросом на современном рынке бухгалтерских программ, так как они способны удовлетворять потребности большинства коммерческих фирм, а также сравнительно недорогие. Пакеты «Мини-бухгалтерия» нашли успешное применение на малых предприятиях, где небольшая численность сотрудников и небольшой объем информации.

3) Пакеты «Интегрированная бухгалтерская система». Большая часть данных программ была разработана на основе пакетов «Мини-бухгалтерия». Данные программы предназначены для малого и среднего бизнеса, а также предприятий численностью в бухгалтерии 2–5 человек. Примерами пакетов данной группы могут служить программы корпорации «Парус» и фирмы «1С», «Инфин», «Суперменеджер», «Инфо-Бухгалтер», «Интеллект Сервис» и другие.

4) «Корпоративные системы управления финансами и бизнесом». Данные системы сложны в применении, дорогостоящие и требуют индивидуальной настройки под каждого клиента. К отечественным организациям, разрабатывающим корпоративные системы для крупных предприятий, относятся: корпорация «Галактика», фирмы «Инфософт», «Никософт», «Омега», «Цефей», «Звезда».

Далее представим аналитический обзор современных программных средств, используемых в бухгалтерском учете: как «БЭСТ ОФИС», «1С-Предприятие», «Инфо-Бухгалтер», «Консультант-Плюс», «Парус», «ИНЭК Холдинг».

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Система **БЭСТ-ОФИС** является простым и мощным инструментом учета, планирования и анализа хозяйственной деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. Отличительной особенностью системы является нацеленность на управление бизнесом. Программный комплекс БЭСТ-ОФИС предназначен для автоматизации ведения управленческого, бухгалтерского и налогового учета на предприятиях малого и среднего бизнеса, специализирующихся в сфере оптовой торговли и оказания услуг.

Компания БЭСТ объявила о том, что с 1 октября 2007 года комплексная система для малого бизнеса БЭСТ-ОФИС распространяется на условиях FreeWare. Начиная с версии 3.7/2, БЭСТ-ОФИС становится абсолютно бесплатным программным продуктом, доступным для всех малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, желающих внедрить информационные технологии.

Концепция построения системы БЭСТ-ОФИС основана на том, чтобы, с одной стороны, максимально облегчить труд работников бухгалтерии, с другой – предоставить руководству и управленческому персоналу возможность оперативного доступа к информации о состоянии дел на предприятии для принятия управленческих решений.

БЭСТ-ОФИС является полнофункциональной системой. После установки и настройки системы не требуется приобретать и устанавливать какие-либо дополнительные компоненты. Используя входящий в поставку встроенный язык программирования VBA (Visual Basic for Applications), пользователь может практически неограниченно наращивать функционал системы собственными силами. При этом можно в полной мере воспользоваться преимуществами интегрированной среды MS Office, например, подключить к БЭСТ-ОФИС MS Word и создавать любые документы и отчеты, используя все возможности этого текстового процессора.

Продуманная система представления информации с большим количеством настроенных управленческих отчетов делают БЭСТ-ОФИС надежным средством информационной поддержки принятия управленческих решений. Входящие в состав БЭСТ-ОФИС модуль ведения и контроля договорной деятельности, модуль формирования бюджетов предприятия и система учета взаиморасчетов помогут управленческому персоналу проанализировать и оптимальным образом организовать работу предприятия. Аналитическая система «Директор», предназначенная для руководства, позволяет в режиме реального времени осуществлять контроль материальных и финансовых потоков и анализировать сводные результаты деятельности предприятия [2].

Система программ «1С: Предприятие 8» включает в себя платформу и прикладные решения, разработанные на ее основе, для автоматизации деятельности организаций и частных лиц. На сегодняшний день программные продукты компании «1С» являются неким стандартом для работы бухгалтерского, управленческого и других видов учета в малом и среднем бизнесе. Работодатели требуют от своих сотрудников обязательных навыков работы именно с этим программным продуктом.

Гибкость платформы позволяет применять «1С: Предприятие 8» в самых разнообразных областях:

- автоматизация производственных и торговых предприятий, бюджетных и финансовых организаций, предприятий сферы обслуживания и т.д.
- поддержка оперативного управления предприятием;
- автоматизация организационной и хозяйственной деятельности;
- ведение бухгалтерского учета с несколькими планами счетов и произвольными измерениями учета, регламентированная отчетность;
- широкие возможности для управленческого учета и построения аналитической отчетности, поддержка мультивалютного учета;
- решение задач планирования, бюджетирования и финансового анализа;
- расчет зарплаты и управление персоналом;
- другие области применения.

Существует версия «1С: Предприятие 8.2», которая была разработана компанией «1С» специально для обучения. В ней есть ряд ограничений, но на процесс освоения платформы эти ограниче-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ния не оказывают никакого влияния. Самое важное, что электронная версия продукта (без коробки и книг) предоставляется компанией «1С» бесплатно [8].

Инфо-Бухгалтер. Эта современная бесплатная программа бухгалтерского учета не требует специального обучения. При этом бухгалтер не стеснен в совершаемых действиях, так как любые «специфические операции учета» в «Инфо-Предприятии» стандартны. Преимущество по сравнению с другими бухгалтерскими программами заключается в том, что в её основе лежит «Единый журнал операций», содержащий исходные данные по бухгалтерскому, налоговому и/или управленческому учету. Программа «Бухгалтерия» не зависит от используемых режимов налогообложения (ОРН, УСН, УСН на основе патента, ЕСХН, ЕНВД) и учётной политики. Кроме того, для нескольких организаций или работающих сообща индивидуальных предпринимателей возможно ведение консолидированного учёта всех их в единой базе данных.

Профессиональная версия программы «Инфо-Бухгалтер» предназначена для автоматизации бухгалтерского и налогового учета компаний различных видов деятельности (производство, торговля, услуги, общественное питание, образование и т.д.) любых форм собственности и, по мнению пользователей и многих авторитетных специалистов, считается наиболее легкой в освоении и использовании среди других программ бухгалтерского и налогового учета. В отличие от других бухгалтерских программ, программа для бухгалтерии «Инфо-Бухгалтер» представляет собой программу комплексной автоматизации учета: все разделы бухгалтерского и налогового учета уже включены в стандартную поставку профессиональной версии. Программа достаточно универсальна и позволяет полностью удовлетворить потребности большинства пользователей по автоматизации всех участков бухгалтерского и налогового учета.

Консультант Плюс – компьютерная справочно-правовая система в России разрабатывается компанией «Консультант Плюс» и содержит свыше 79 миллионов документов по состоянию на сентябрь 2015 г. Система широко используется юристами, бухгалтерами, кадровыми специалистами, руководителями организаций, специалистами госорганов, учеными, студентами юридических и экономических вузов. Распространяется через сеть региональных информационных центров (РИЦ), состоящую из 300 центров, расположенных в крупных городах, и более 400 сервисных подразделений в небольших населенных пунктах. У пользователей есть возможность качать демо-версии «Консультант Плюс», также можно воспользоваться онлайн версией.

«Консультант Бухгалтер» – специализированный комплект для бухгалтера, включающий нормативные акты, книги, путеводители по налогам, сделкам, кадровым вопросам, а также консультации в удобной форме «вопрос-ответ».

«Консультант Бизнес» – комплект, направленный на применение юридическими и финансовыми подразделениями коммерческой компании, включает в себя законодательные акты по всем отраслям хозяйственной деятельности, путеводители по налогам, сделкам, судебной практике, корпоративным вопросам, применению трудового права, госзакупкам, материалы судебной практики и прочее. Это универсальный комплект, содержащий основные документы федерального законодательства, практику высших судов, подборку путеводителей для юристов и бухгалтеров, бухгалтерскую и юридическую прессу, книги, а также актуальные комментарии к кодексам и законам РФ [4].

Система «ПАРУС-Предприятие 7» предназначена для малых и средних хозрасчетных предприятий различной отраслевой принадлежности (торговля, сфера услуг, элементарное производство, реклама и СМИ, общественное питание, туризм, иностранные компании и др.). Это простая, удобная, но в то же время мощная полнофункциональная система, позволяющая автоматизировать бухгалтерский учет, основные торговые процессы и складской учет, расчет заработной платы и кадровый учет. Может эксплуатироваться как на одном, так и на нескольких (в пределах 15-20) объединенных в локальную сеть компьютерах.

Система построена по модульному принципу и представляет собой набор модулей, каждый из которых предназначен для автоматизации одного из основных видов деятельности предприятия, может работать как в автономном режиме, так и совместно с другими модулями комплекса, образуя

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

единое информационно-управленческое пространство масштаба предприятия.

Каждый модуль (Бухгалтерия, Реализация и склад, Комплекс, Учет договоров, Комплектование, Заработная плата, Кадры) может работать как самостоятельное приложение, но в полной мере достоинства модулей реализуются при использовании их в качестве единого программного комплекса с общей базой данных. Бухгалтерская часть комплекса представляет собой универсальную полнофункциональную бухгалтерскую систему с новыми возможностями, предоставляемыми Windows-интерфейсом. Система вобрала в себя весь многолетний опыт ПАРУСа и его многочисленных клиентов.

Система предназначена для широкого круга предприятий, её пользователями могут быть:

- главные бухгалтеры и бухгалтеры по разделам учета;
- менеджеры по сбыту и складские работники;
- специалисты финансово-экономических отделов.

Достоинства системы:

- простота освоения;
- широкие функциональные возможности;
- высокая надежность функционирования;
- типовые настройки на различные типы предприятий;
- сокращение затрат на автоматизацию путем выбора оптимальной комплектации с возможностью ее дальнейшего наращивания;
- возможность анализа учетных данных и информации в базе данных [7].

К сожалению, не существует бесплатной версии этой программы.

Программный комплекс **ИНЭК-Холдинг** завершает серию и позволяет выполнить полный комплекс работ бухгалтерии. Данный программный продукт, включая в себя возможности программного комплекса «ИНЭК-Аналитик», позволяет анализировать, планировать и контролировать предприятия всех видов деятельности. Назначение программы: финансово-экономический анализ, планирование и контроль результатов деятельности предприятий всех отраслей. Функции программы:

- финансово-экономический анализ деятельности предприятия;
- бизнес-планирование;
- инвестиционное проектирование;
- план-фактный контроль деятельности предприятия, мониторинг его состояния [3].

Существует демонстрационная версия, которая построена по принципу работающей программы. Пользователи имеют возможность в свободном режиме просматривать результаты анализа текущего состояния предприятий (режим факт) и подготовленных бизнес-планов (режим план) на представленных в демо-версиях примерах предприятий и организаций разных отраслей.

Сегодня нет такого учебного заведения, которое бы не применяло в учебном процессе информационные технологии. Студенты в процессе обучения не только продолжают пополнять свои знания в области информатики, но и знакомятся с новыми информационными технологиями при изучении специальных дисциплин и профессиональных модулей. Бухгалтерский учет является самым сложным и трудоемким процессом учета, использование в настоящее время компьютерных технологий при обработке информации просто необходимо.

Бухгалтер-профессионал должен не только знать структуру и содержание бухгалтерского учета, но и умело владеть законодательной базой, которая время от времени претерпевает существенные изменения. Для этого студенты должны владеть навыками работы в программе «Консультант Плюс». Электронное пособие «Консультант Плюс: Высшая школа» выпускается дважды в год – к осеннему и весеннему семестрам учебного года и пользуется большой популярностью среди студентов и преподавателей. Также студенты осваивают не только «ручной» бухгалтерский учет, но и автоматизированное ведение бухгалтерского учета с помощью компьютерной программы «1С: Бухгалтерия». Знакомство студентов с программой «1С: Бухгалтерия» начинается на 2 курсе при изучении дисциплины «Основы бухгалтерского учета». На практических занятиях студенты учатся

заполнять документы вручную и параллельно заполняют те же самые документы в компьютерной бухгалтерии, тем самым видят огромное преимущество компьютерной бухгалтерии перед «ручной». На 3 курсе студенты специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» осваивают профессиональный модуль «Автоматизация профессиональной деятельности», в рамках которого изучаются теоретические основы, формируются практические умения и навыки работы в программе «1С: Бухгалтерия» при решении сквозной задачи.

Таким образом, в последнее время автоматизация бухгалтерского учета на предприятии является одной из наиболее важных задач. При этом существует проблема: в условиях разнообразия бухгалтерских программ выбрать оптимальную программу для конкретного предприятия, ведь приобретение и внедрение элементов выбранного программного обеспечения требует значительных материальных и трудовых ресурсов. Поэтому, с одной стороны, автоматизация учетных процессов необходима, но, с другой стороны, для правильного выбора системы автоматизации бухгалтерского учета важно четко представлять, как ведется бухгалтерский учет на предприятии и что предлагается на рынке программных продуктов.

Библиографический список:

1. Анализ рынка бухгалтерского программного обеспечения [Электронный ресурс] – URL: <http://referaty2010.narod.ru/a.html>
2. БЭСТ-ОФИС (FreeWare) – Бесплатная комплексная система для малого бизнеса [Электронный ресурс] – URL: <http://www.bestnet.ru/programs/best-office/>
3. ИНЭК-Холдинг [Электронный ресурс] – URL: <http://inec.ru/>
4. Консультант Плюс – справочная правовая система [Электронный ресурс] – URL: <http://консультантплюс/>
5. Макарова Л. М. Эволюция применяемых информационных технологий в бухгалтерском учете [Текст] / Л. М. Макарова, О. В. Коробкова // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 380-383.
6. Моисеенко Е.В., Лаврушина Е.Г. Информационные технологии в экономике. [Электронный ресурс] – URL: http://abc.vvsu.ru/Books/inform_tehnolog/page0026.asp
7. ПАРУС-Предприятие7 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.parus.com/solutions/middle/products/parus7/>
8. Программа 1С [Электронный ресурс] – URL: <http://www.1c.com/>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ибраев А.А.,
*преподаватель, Кыргызская государственная Юридическая Академия
Кыргызская Республика*

В статье рассматриваются методы налогового стимулирования как фактор повышения предпринимательской активности посредством использования патентной системы налогообложения. Выделены основные проблемы и предложены возможные пути их решения.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

This article discusses methods of tax incentives as a factor of business activity through the use of the patent system of taxation. The main problems and suggest possible solutions.

Патентная система налогообложения – это специальный налоговый режим, предусматривающий замену собой определенных налогов и являющийся подтверждением оплаты этих налогов. Патент – это документ, удостоверяющий право налогоплательщика осуществлять определенный вид деятельности. Это, пожалуй, и есть единственные схожие черты между патентной системой налогообложения в Кыргызской Республике и Российской Федерации.

Несомненно, как в нашей стране, так и Российской Федерации главной причиной введения патентной системы является стимулирование малого предпринимательства, но разница в подходе наших законодателей к осуществлению этой цели огромна. В первую очередь, следует отметить, что в Кыргызской Республике правом вести деятельность на основе патента обладают как частные предприниматели, так и физические лица без регистрации в качестве ЧП, более того этим правом обладают и юридические лица, если дело касается обязательного патентирования. В России же субъектом Патентной системы налогообложения могут выступать только индивидуальные предприниматели.

Рассмотрим же основные положения патентирования в налоговой системе Кыргызской Республики:

Отдельные виды налогов могут уплачиваться путем приобретения обязательного или добровольного патента. Обязательный патент заменяет собой налог на прибыль, налог с продаж и НДС на облагаемые поставки. Его обязаны применять юридические лица и частные предприниматели, в отношении следующих видов деятельности: а) Услуги саун, бань, за исключением муниципальных бань; б) услуги бильярда; в) услуги обменного бюро; г) услуги дискотек и ночных клубов; д) услуги круглосуточных автостоянок; е) услуги ломбардов; е) услуги парикмахерских и салонов красоты; ж) услуги частной стоматологии; з) услуги аренды рекламных щитов; и) услуги по мойке автотранспортных средств; к) услуги по экспорту сельскохозяйственной продукции. Что касается добровольного, патента, то он заменяет собой налог на прибыль и налог с продаж, а видов деятельности, которыми можно заниматься при его приобретении ранее насчитывалось более 200, а ныне 81.

Что же касается основной разницы между добровольным и обязательным патентированием, то здесь законодатель преследует совершенно разные конечные цели. Подсчитать реальную прибыль получаемую предпринимателями при ведении деятельности, которая подлежит обязательному патентированию, представляется крайне сложным для сотрудников государственной налоговой службы. Более того, проверить результаты деятельности этих предпринимателей при помощи стандартных мероприятий налогового контроля фактически невозможно, так как, к примеру, невозможно подсчитать количество человек, в течение дня посетивших того или иного стоматолога или салон красоты. Внезапные налоговые проверки так же не решают данную проблему, в виду того, что устраивать их бесконечно попусту трата времени и средств налоговой службы. То есть, в случае с обязательным патентированием законодатель пренебрег получению 10% действительной прибыли налогоплательщика в виде налога на прибыль, так как ее в любом случае крайне тяжело подсчитать, и решил обложить его фиксированной суммой обязательного патента. И действительно, получение фиксированной суммы налога лучше, чем постоянные попытки со стороны налогоплательщика сокрыть свой реальный доход. При добровольном же патентировании законодатель преследует цель упрощения ведения налогового учета для рядового налогоплательщика, решившего попробовать себя в предпринимательстве. Об это говорит и достаточно большое количество видов деятельности, для осуществления которых можно приобрести патент, так и тот факт, что приобрести добровольный патент может и частный предприниматель и физическое лицо без регистрации в качестве ЧП. Патент в Кыргызской Республике – это и документ предоставляющий право осуществления определенной предпринимательской деятельности, и подтверждение получения доходов в течение времени, в котором он действовал, и налоговая отчетность за этот период. Важно отметить, что патент на осуществление отдельных видов деятельности, как например, услуги частного стоматолога,

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

не заменяет собой лицензий и других специальных разрешений, выдаваемых уполномоченными на то государственными органами.

Патент обладает рядом преимуществ, а именно:

- предприниматель приобретает патент на определенный период времени, что позволяет ему после окончания срока его действия прекратить свою деятельность без проведения каких-либо специальных процедур;
- предприниматель освобождается от необходимости представления в органы налоговой службы налоговой отчетности по этим видам деятельности и от уплаты по ним налогов.

Деятельность, осуществляемая налогоплательщиками на основе патента, не подлежит выездной налоговой проверке, что также является большим стимулом для предпринимателей.

Базовая сумма добровольного патента устанавливается Правительством Кыргызской Республики по согласованию с профильным комитетом Жогорку кенеша (Парламента КР) по представлению уполномоченного налогового органа и может быть скорректирована в пределах базовой суммы в зависимости от сезонности, доходности, вида и места деятельности.

Базовые ставки обязательного патента установлены в Налоговом кодексе Кыргызской Республики и могут быть скорректированы в зависимости от численности населения:

Коэффициенты в зависимости от численности населения в населенных пунктах, в тыс. чел.						
Более 500	250-500	100-250	50-100	20-50	10-20	До 10
1	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,1

Но при всех этих плюсах, а также стабильности поступлений в государственный бюджет от этого специального режима, Государственная налоговая служба Кыргызской Республики планирует полностью отказаться от него в течение трех лет, и заменить его, возможно более громоздкой по содержанию «Единой системой уплаты налогов». К чему это приведет предсказать на данный момент тяжело, так как налогоплательщики совсем недавно стали понимать все преимущества патентирования, а теперь им придется осваивать совершенно новый специальный режим, механизм применения которого находится пока в стадии разработки.

Патентирование хоть и не является панацеей от всех проблем малого предпринимательства, но все же являлось достаточной простотой для понимания и применения системой налогообложения. Отказ от данного специального налогового режима возможно на некоторое время выбьет из колеи определенную прослойку предпринимателей, полюбивших патентирование за отсутствие какой-либо бухгалтерской отчетности и излишних проверок со стороны налоговой службы.

Применение патентирования в Российской Федерации хоть и началось в недалеком 2013 году, но уже нашло, как и своих сторонников, так и противников. С 1 января 2013 года вступили в силу изменения в Налоговый кодекс РФ, которыми вводится патентный режим налогообложения для предпринимателей. Прежде всего тем что патентная система вводилась для того, чтобы поэтапно к 2018 году отменить специальный налоговый режим в виде единого налога на вмененный доход. Применять ПСН могут только индивидуальные предприниматели. Юридические лица которые имеют маленький уровень доходности, небольшую численность рабочих не в праве применять данную систему налогообложения. В таком случае встает вопрос, что делать таким юридическим лицам после полной отмены единого налога на вмененный доход? Такое правило относительно применения ПСН юридическими лицами не соответствует Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Среднесписочная численность сотрудников при ПСН ограничена до 15 человек, хотя для ЕНВД это граница устанавливается на уровне 100 человек. То есть налогоплательщику переходящему с ЕНВД на патент придется либо сокращать штат, либо брать несколько патентов, что отразится на его налоговой нагрузке в целом. Налоговой базой для патентирования в РФ является потенциально возможный к получению индивидуальным предпринимателем годовой доход, тогда как в КР налоговой ставкой по видам деятельности является

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

фиксированная сумма, которая может быть скорректирована в зависимости от местонахождения объекта (применяется корректировочный коэффициент, в зависимости от населенности того или иного населенного пункта), а также ставка может быть скорректирована в зависимости от сезонности вида деятельности. В Российской Федерации, если патент получен на срок от 6 месяцев до календарного года, одна треть суммы налога уплачивается в срок не позднее 25 календарных дней после начала осуществления предпринимательской деятельности, указанной в патенте, а оставшиеся две трети – в срок не позднее 30 календарных дней до дня окончания налогового периода. Получение патента на срок менее 6 месяцев не дает налогоплательщику возможности при получении отрицательного результата деятельности вернуть сумму уплаченного налога.

Основными минусами патентной системы налогообложения является ограничение по численности работников и территориальное ограничение – патент действует только в пределах территории одного субъекта Российской Федерации. Проблемой также является оплата патента, так как индивидуальный предприниматель, выбравший данную систему налогообложения, должен располагать определенными денежными средствами для покупки патента, то есть оплата налога происходит до момента получения предпринимателем фактического дохода. Несмотря на освобождение от представления отчетности о своей деятельности в виде декларации в налоговые органы, индивидуальный предприниматель обязан вести книгу учета доходов отдельно по каждому полученному патенту. А в случае применения индивидуальным предпринимателем труда наемных работников он обязан вести отчетность по начислению и выплате заработной платы.

В настоящее время получается так, что наши государства в вопросе применения патентирования для налогообложения движутся в противоположных направлениях. Кыргызская Республика планирует отказаться от него полностью к 2019 году, а в Российской Федерации патентирование находится на стадии становления и развития. Но одно можно сказать точно, система патентирования применялась в Кыргызской Республике и применяется в Российской Федерации сейчас с одной и той же целью – стимулирование экономической активности субъектов малого предпринимательства.

Библиографический список:

1. «Налоговый кодекс Кыргызской Республики» от 17.10.2008.
2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ.
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ.
4. Метелев С.Е., Купбаева Г.С. Новая патентная система – выбор за предпринимателем // *Налоги и финансовое право*. – 2013. – №3. С. 15-19.
5. Метелев С.Е., Е.А. Кандрашина *Финансовый менеджмент*. Омск: Издатель Погорелова Е.В., 2008.

МОНИТОРИНГ ФАКТОРОВ И ИНДИКАТОРОВ КРЕДИТНОГО РИСКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Иевлева А.А.,
к.э.н., Воронежский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

В статье представлена специфика условий, в которых функционирует и осуществляет кредитную деятельность современный банк, а также проанализирована сущность и современное содержание понятия «индикатор кредитного риска» Предложена авторская методика комплексной оценки индикаторов риска.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

The article presents the specifics of the environment in which functions and to lend a modern bank, as well as analyzed the nature and content of the current "credit risk indicator" concepts The author's method of complex assessment of risk indicators.

Мониторинг факторов кредитного риска осуществляется в процессе кредитного мониторинга, который является значимым этапом кредитного процесса с момента предоставления кредита заемщику и до погашения возникших на этой основе его финансовых обязательств перед банком. Он направлен на раннюю идентификацию проблемных кредитов путем отслеживания негативных факторов, связанных с заемщиком, которые оказывают влияние на его кредитоспособность (резкое снижение дебиторской задолженности; снижение коэффициентов ликвидности; падение объемов продаж, падение доходов от оперативной деятельности и др.).

Кредитоспособность заемщика общепринято определяется не только как возможность, но и желание погасить кредит, поэтому мониторинг не ограничивается контролем финансового состояния заемщика и его поручителей. Соответственно, под контроль со стороны банка попадает также целевое использование кредита, адекватность кредитных требований заемщиков и ряд других показателей. В частности, Банк России в Положении № 186-П характеризует мониторинг как «постоянное наблюдение за деятельностью предприятия путем проведения опросов об изменении экономической конъюнктуры, инвестиционной активности, финансового положения, <...>» [3].

Однако в широком смысле кредитный мониторинг сводится к наблюдению за качеством кредитного портфеля посредством контроля показателей длительности просроченных платежей, периодичности поступления текущих доходов по кредитному портфелю в виде процентных и иных платежей, предусмотренных кредитным договором, адекватности размера сформированных резервов. При организации мониторинга кредитного портфеля должно также учитываться влияние факторов, возникающих непосредственно в среде функционирования банка, в том числе факторов мезосреды, обобщенные в работе [7].

Мониторингу подвергается, как правило, уже сформированный портфель. Но непосредственно процессу формирования портфеля предшествует планирование портфеля, в процессе которого задаются показатели его доходности, ликвидности и риска. Банк должен стремиться обеспечить соответствие планируемых и фактических значений указанных показателей. Таким образом, мониторинг состояния кредитного портфеля должен охватывать «процессы, связанные с переходом потенциального портфеля в форму действующего портфеля, с изменением пропорций между структурными элементами выделенных подпортфелей, обеспечением необходимых параметров портфеля» [1, с. 194].

Кредитный мониторинг как процесс базируется на определенных принципах, которые, на наш взгляд, должны способствовать минимизации риска и повышению качества кредитного портфеля, поэтому:

1. Этапы кредитного мониторинга должна соответствовать стадиям движения кредита, существования кредитной задолженности, а также этапам формирования кредитного портфеля;
2. Требуется установление периодичности контрольных мероприятий, проводимых банком, с учетом характера отслеживаемых факторов, типа заемщика, вида кредитного продукта, подпортфеля либо сегмента кредитного портфеля.

Количественно оцененный фактор выступает индикатором кредитного риска, а результаты кредитного мониторинга используются при его прогнозировании и разработке мероприятий по его ограничению. Общее понимание индикатора сводится к тому, что он представляет собой критерий, отражающий процесс либо состояние наблюдаемого объекта. И как справедливо отмечает Е.В. Травкина, «индикаторы сообщают об активизации и инициации агрессивных факторов окружающей среды, а также о возможно формирующихся при этом и усиливающихся рисках» [6, с. 49].

Применение индикаторов банковских рисков соответствует так называемому индикативному подходу к оценке эффективности управления рисками в банковской сфере деятельности, основан-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ному на концепции прогноза развития коммерческого банка [6]. Используемые для целей мониторинга и управления банковскими рисками индикаторы, как правило, образуют систему, на основе которой может быть построен интегральный индикатор банковских рисков. Его использование существенно повышает информативность результатов мониторинга, делает их более прозрачными, а, следовательно, понятными для различных категорий субъектов мониторинга (от клиентов до непосредственно банков и Центрального банка).

Мониторинг индикаторов кредитного риска целесообразно проводить по банковской системе в целом, в ее региональном разрезе, а также по группам коммерческих банков. В условиях, когда требуется данные дистанционного мониторинга кредитного риска, в качестве источника информации используется банковская отчетность.

Один из подходов к построению интегрального показателя уровня кредитного риска предложен в работе В. И. Корнейчука [2], который использует балльно-весовой метод оценки индикаторов, включающих 21 показатель. Не все из задействованных автором коэффициентов могут быть рассчитаны на основании данных публичной отчетности. На наш взгляд, целесообразно предложить универсальный набор показателей, который может быть использован именно в практике дистанционного мониторинга кредитного риска по кредитному портфелю. Другим отличием предлагаемого нами подхода является шкала оценок, которая в большей степени соответствует международной практике, а, следовательно, делает подход более универсальным (Таблица 1).

Для оценки кредитного риска по каждому индикатору определяется вес индикатора (WK_i) путем умножения оценки индикатора на показатель его значимости (устанавливается экспертно). Согласно данным Таблицы 1 максимальное значение показателя веса ($MaxWK$) равно 75. Оба показателя используются для расчета интегрированного индикатора уровня кредитного риска (Формула 1), пороговые значения которого соответствуют Таблице 2.

Таблица 1. Шкала оценки индикаторов кредитного риска банков, в процентах

Наименование индикатора кредитного риска	Оценка индикатора					Показатель значимости (экспертный)
	1	2	3	4	5	
1. Показатель доли просроченных кредитов, %	< 1	1–2	2–3,5	3,5–5	> 5	3
2. Показатель размера резервов на потери по кредитам, %	< 5	5–20	20–30	30–45	> 45	3
3. Норматив Н 7, %	< 50	50–100	100–500	600–700	> 700	2
4. Норматив Н 9.1, %	< 20	20–30	30–40	40–45	> 45	2
5. Норматив Н 10.1, %	< 0,5	0,5–1	1–1,5	1,5–2	> 2	2
6. Показатель существенного увеличения кредитования за месяц, %	< 5	5–6	6–8	8–10	> 10	2
7. Агрегированный показатель качества портфеля кредитов по кредитному риску, %	< 5	5–15	15–30	30–50	> 50	1

Примечание к шкале оценок: «1» – сильный; «2» – удовлетворительный; «3» – посредственный; «4» – критический; «5» – неудовлетворительный.

Источник: составлено автором

$$U_{kr} = \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n WK_i}{MaxWK} \right) \times 100\%, \quad (1)$$

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

где U_{kr} – уровень кредитного риска, рассчитанный по индикаторам риска,
 WK_1 – весовой коэффициент индикатора,
 $MaxWK$ – максимально возможный суммарный весовой коэффициент индикаторов при условии, что все индикаторы имеют низкую оценку состояния.

Таблица 2. Пороговые значения интегрированного показателя уровня кредитного риска коммерческого банка

Уровень кредитного риска (Ukr)	Значение
Низкий	70-80 %
Умеренный	60-70 %
Проблемный	40-60 %
Критический	20-40 %
Высокий	Менее 20 %

Источник: составлено автором

Неофициальным показателям, но которые непосредственно отражают уровень кредитного риска, присвоен показатель значимости равный трем. К ним отнесены показатель доли просроченных кредитов (рассчитывается по отношению ко всему кредитному портфелю) и показатель размера резервов на потери по кредитам (рассчитывается как отношение резервов, созданных под кредитную задолженность, к величине совокупного кредитного портфеля).

Показателям, которые подвергаются мониторингу Банком России и должны обязательно соблюдаться коммерческими банками, присвоен вес равный два. К таким показателям отнесены нормативы кредитного риска, установленные Инструкцией 139-И [4], а также показатель существенного увеличения кредитных операций, установленный в [5].

Значимость, равна единице, присвоена агрегированному показателю качества кредитного портфеля по кредитному риску, который определяется как отношение совокупного кредитного риска к величине собственных средств коммерческого банка. Этот показатель достаточно важен в качестве индикатора кредитного риска, так как показывает, какая часть собственных средств требуется для его покрытия. По значению этого показателя может быть дана оценка портфелю от сильного (значение показателя менее 5 %) до неудовлетворительного (значение свыше 50 %). Несмотря на важность показателя, он дает лишь общее представление о кредитном риске коммерческого банка.

Расчет интегрированного показателя уровня кредитного риска проведен по данным официальной отчетности пяти крупнейших банков РФ (Таблицы 3).

Таблица 3. Оценка индикаторов кредитного риска пяти крупнейших банков РФ на 01.12.2015 г., в процентах

Наименование индикатора кредитного риска	Газпром-банк		ВТБ 24		ФК Открытие		Россельхозбанк		Альфа-Банк	
	Mk	Vk	Mk	Vk	Mk	Vk	Mk	V	Mk	Vk
1. Показатель доли просроченных кредитов	1,6	2	5,8	5	3,3	3	9,8	5	9,5	5
2. Показатель размера резервов на потери по кредитам	9,03	2	8,8	2	4,6	1	9,8	2	16,1	2
3. Норматив Н7	314,2	3	82,3	2	272,4	3	98,1	2	282,7	3
4. Норматив Н9.1	9,6	1	–	1	20,4	2	–	1	–	1
5. Норматив Н10.1	0,2	1	0,4	1	0,2	1	0,9	2	0,04	1
6. Существенное увеличение кредитных операций за месяц	0,3	1	0,9	1	0,7	1	2,9	1	0,9	1

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

7. Агрегированный показатель качества кредитного портфеля кредитов по кредитному риску	59	5	128	5	81	5	88,5	5	150,7	5
8. Весовой коэффициент индикатора, VKi	29	–	36	–	31	–	38	–	38	–
9. Уровень кредитного риска по индикаторам, Uki	61,3	Mod	52	Prob	58,7	Prob	49,3	Prob	49,3	Prob

Примечание: «Mk» – значение индикатора; «Vk» – оценка индикатора, по шкале Таблицы 1; «Mod» – оценка «умеренный уровень риска»; «Prob» – оценка «проблемный уровень риска».

Источник: составлено автором по данным официальной отчетности банков

Таким образом, результаты комплексного мониторинга кредитного риска отражают в целом проблемный уровень риска у группы рассматриваемых банков, за исключением Газпромбанка. Полученные данные являются следствием негативных тенденций, проявившихся в 2015 г. (Таблица 4), вероятная концентрация которых должна быть контролируема банками.

Таблица 4. Динамика значимых индикаторов кредитного риска пяти крупнейших банков РФ за 12 месяцев 2015 г., в процентах

Индикатор кредитного риска	Темп прироста индикатора				
	Газпром-банк	ВТБ 24	ФК Открытие	Россельхоз-банк	Альфа-Банк
1. Показатель доли просроченных кредитов	101,56	9,13	13,60	10,89	127,26
2. Показатель размера резервов на потери по кредитам (п.4/п.3)	85,29	17,97	-7,54	-5,12	62,37
3. Кредитная задолженность	9,26	0,82	143,84	18,35	0,80
4. Резерв на возможные потери	98,41	18,58	121,21	10,41	63,52

Источник: составлено автором

Все банки демонстрируют рост доли просроченных кредитов. Изменение показателя более чем в два раза выявлено у Альфа-Банка и Газпромбанка. И если для Альфа-Банка он уже связан с заметными проблемами (высокая доля просроченных кредитов, фактическое отсутствие роста кредитного портфеля банка (менее 1 %), несопоставимая с этим динамика резервов), то у Газпромбанка есть еще определенный запас прочности. ФК Открытие – это единственный банк, активно наращивающий кредитование, поддерживая резервы и долю просроченной задолженности на среднем уровне.

Предложенная методика комплексной оценки индикаторов риска может быть адаптирована под большее число показателей, доступных субъекту мониторинга. Она дает возможность не только сравнивать сопоставимые внутри группы показатели банков, но выявлять тенденции в динамике кредитного риска.

Библиографический список:

1. Иевлева, А.А. Мониторинг состояния портфеля розничных кредитных продуктов коммерческого банка [Текст] // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2012. – № 17. – С. 193-198.
2. Корнейчук, В.И. Основные индикаторы кредитного риска коммерческого банка [Текст] / В.И. Корнейчук // Вестник МГПУ. Серия «Экономика». – 2015. – № 2 (4). – С. 33-40.
3. О проведении мониторинга предприятий Банком России [Электронный ресурс] : положение Банка России № 186-П от 19 марта 2002 г. / СПС «Гарант».
4. Об обязательных нормативах банков [Электронный ресурс] : инструкция Банка России от 3 декабря 2012 г. N 139-И / СПС «Гарант».

5. О неотложных мерах оперативного надзорного реагирования [Электронный ресурс] : письмо Банка России от 15.04.2013 N 69-Т / СПС «Гарант».
6. Травкина, Е.В. Индикативный подход к оценке банковских рисков [Текст] / Е.В. Травкина // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 41 (296). – С. 49-52.
7. Федосова, С.П. Факторы мезосреды розничного кредитования (на примере ЦФО РФ) [Текст] / С.П. Федосова, Т.А. Еловацкая, А.А. Иевлева // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 5. – С. 152-156.

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Калайтан Н.А.

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Статья посвящена вопросам использования процессного подхода к стратегическому управлению предприятием. Представлены основные достоинства и недостатки процессного подхода.

Ключевые слова: *стратегическое управление, стратегические решения, технологии достижения стратегических целей, процессный подход, промышленность.*

Стратегическое управление для российских компаний приобрело наибольшую значимость в середине 90-х годов. В это время компании смогли накопить некоторый опыт работы в условиях рынка, а усиливающаяся конкуренция, нестабильность внешней среды выдвинули на первый план вопросы выбора стратегии дальнейшего развития. Это связано с упреждающим характером стратегии: менеджеры пытаются воздействовать на события во внешней среде. Современные вызовы лишь добавляют актуальности стратегическому планированию.

Отправной точкой формирования стратегии является видение будущего компании, которое трансформируется в стратегические цели. Видение формируется на основе информации о внешней среде и внутренних возможностях компании. Далее на основе стратегического анализа разрабатываются пути достижения стратегических целей (стратегические решения).

Особенности стратегических решений:

- они направлены на перспективные цели компании, на ее будущее, поэтому характеризуются высоким уровнем риска;
- в отличие от тактических решений множество альтернативных вариантов в этом случае не определено, сама процедура формирования возможных альтернативных исходов играет важную роль;
- стратегические решения субъективны по своей природе, заранее трудно оценить их последствия, которые имеют долговременный характер;
- для стратегических решений большое значение имеет качество решения, а не быстрота и своевременность его принятия;
- стратегические решения связаны со значительной неопределенностью, поскольку находятся под воздействием внешних, не контролируемых фирмой факторов;
- стратегические решения инновационны по своей природе, для их восприятия они должны быть открытыми и понятными сотрудникам;
- стратегические решения связаны с вовлечением значительных ресурсов, как правило, необратимы и имеют долгосрочные последствия для компании [4].

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

К числу основных направлений стратегических целей можно отнести решения по устойчивому развитию организации, устойчивому успеху, устойчивой конкурентоспособности и деловому превосходству. Владельцы компаний самостоятельно определяют главное направление своего бизнеса.

Стратегическое управление направлено на наращивание и реализацию стратегического потенциала компании и включает в себя этапы анализа, планирования и реализации стратегии.

Отметим, что для успешной реализации стратегических решений необходима их сбалансированность с операционной эффективностью.

Переменные, которые определяют выбор стратегии, на практике с трудом поддаются количественному выражению, их взаимосвязи сложно формализуемы, а оценка неопределенностей и риска затруднительна.

Одной из проблем стратегического планирования является эффективный перевод своих стратегических планов в скоординированные действия, т.е. разработка механизма реализации решений [3].

К актуальным управленческим теориям, применяемым передовыми компаниями, относятся: философия (постулаты и принципы) Э. Деминга, методология Ф. Кросби «Ноль дефектов», концепция всеобщего управления качеством (TQM), методология «Бережливое производство», теория ограничений систем Э. Голдратта, методы Г. Тагути и робастного проектирования, фрактально-кластерная теория управления, логистический менеджмент. Приведенные теории возникали в разные времена в связи с эволюцией подходов к управлению бизнесом и изменениями потребностей потребителей в разные периоды [1].

Отдельные средства, методы и технологии достижения стратегической цели представлены на рисунке 1. Их количественный и качественный набор определяется материальными возможностями и уровнем компетентности сотрудников.

Большинство российских предприятий используют функциональную систему управления, где каждая организация представлена как механизм, выполняющий определенный набор функций. Функция – это задача, которую решает компания для собственного выживания и для достижения поставленных целей. При такой системе легче формировать организационную структуру. Однако обособленность подразделений друг от друга, отсутствие ориентации на внешнего потребителя, мнение начальника, а не результаты делового процесса снижают общую эффективность такого управления.

В основе же процессного подхода лежит выделение в организации бизнес-процессов и управление ими. Каждая организация разрабатывает свой перечень процессов, исходя из специфики производства и стратегических целей развития.



Рисунок 1 – Средства, методы и технологии достижения стратегической цели

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

При моделировании механизмов управления процессы рассматриваются как управляемые активные объекты. Бизнес-процесс описывает то, как функция выполняется, в какой последовательности и в каких вариантах, как взаимодействуют между собой. При этом бизнес-процесс не является реально реализуемым действием в текущий момент времени. Он – всего лишь представление таких действий, абстракция, модель, которое может быть реализовано или нет. Таким образом, эффективность бизнес-процессов – это идеальная оценка деятельности, получаемая в процессе того или иного моделирования [5].

Методология управления процессами включает в себя: определение владельцев процесса; описание границы интерфейсов процесса и самого процесса с помощью программного инструмента; установку точек контроля процесса; измерение показателей процесса в точках контроля; анализ полученной информации и разработку предложений по совершенствованию.

Выделим основные достоинства и недостатки процессного подхода к управлению.

К достоинствам процессного подхода относится то, что стратегические проблемы в работе руководителей доминируют над оперативными; существует четкая система взаимных связей внутри процессов и в соответствующих им подразделениях; критерии эффективности и качество работы подразделений и организации в целом согласованы и определены; четкая система единоначалия.

Сложности при использовании процессного подхода могут быть связаны с работой в одной команде людей различной функциональной квалификации, что неизбежно приводит к некоторым задержкам и ошибкам при передаче работы между членами команды. Кроме того, высока зависимость результатов работы организации от квалификации, личных и профессиональных компетенций работников.

Обычно описанием бизнес-процессов занимаются организации, внедряющие систему менеджмента качества (ИСО). Необходимым условием построения системы управления бизнес-процессами является выполнение принципов менеджмента качества, сформулированных в ИСО 9000:2000.

Важнейшей задачей менеджмента после разработки стратегии является построение эффективной организации, способной реализовать принятую стратегию.

Сегодня управление бизнес-процессами особенно актуально, так как процессное управление дает ряд преимуществ и на рынке имеются специализированные системы и решения (BPM – Business Process Management). В целом процессная структура значительно повышает управляемость компании и способствует достижению стратегической цели.

Современная концепция развития управления бизнес-процессами предполагает более тесную координацию деятельности функциональных частей организации и повышение их гибкости.

Библиографический список:

1. Антипов Д.В., Щипанов В.В. Интеграция управленческих подходов для обеспечения развития организации // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. № 2. С. 134-139.
2. Дронова О.Б. Методические основы планирования ресурсов организации при процессном подходе к управлению // Вестник алтайской науки. 2014. № 2, 3. С. 249-253.
3. Кольке Г.И. Отличительные черты внутрифирменного планирования зарубежных стран // Сибирский торгово-экономический журнал. 2015. № 2 (21). С. 32-34.
4. Маркова В. Д. Внутрифирменное планирование: Учебное пособие / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск. 2008. – 160 с.
5. Шарипов Т.Ф., Кирилюк И.В., Алтаева А.А. Системно-процессный подход к управлению на машиностроительном предприятии // Экономика и управление в XXI век: Тенденции развития. 2012. № 6. С. 134-140.

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДОЛОГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО КОНТРОЛЛИНГА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Калинина Н. М.,

Омский институт (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова

Глобализация мировой экономики, развитие рыночных отношений, интеграция России в единое экономическое пространство подняли на новый уровень вопросы управления. Общеизвестно, что в эндогенной среде промышленной организации управление выступает в качестве специфического мобилизационного механизма, способствующего реализации ее потенциала в процессе достижения намеченных целей и решении круга поставленных задач. В экзогенной среде управление ориентировано на поддержание отношений с внешним окружением.

В современных экономических условиях в большинстве случаев выбор приемов и способов управления осуществляется промышленной организацией самостоятельно. В связи с этим особое значение приобретают вопросы исследования закономерностей развития научных основ управления, его методологической составляющей, а также поиск и внедрение в практику управленческих инноваций. Следует отметить, что до XXI в. управленческие инновации не составляли область научных интересов ученых, что было обусловлено, прежде всего, отсутствием текущего видимого измеримого эффекта от их внедрения, как то имеет место при внедрении технологических инноваций.

Автором данной работы был проведен анализ многочисленных научных публикаций, посвященных проблемам развития менеджмента в XXI веке, по результатам систематизации которых можно выделить такие особенности эволюции управления, как [1; 2; 3]:

- интеграция методов государственного регулирования и приемов и способов рыночного управления;
- ориентация на стратегические цели управления;
- непрерывный мониторинг целевых установок компании и их своевременная корректировка в зависимости от изменений условий бизнес-среды;
- активное применение методологии ситуационного подхода;
- преодоление «управленческого разрыва» вследствие повышения уровня профессионального мастерства специалистов в области управления;
- вариативность в принятии управленческих решений;
- разработка и внедрение управленческих инноваций;
- активное применение экономико-математических методов в решении управленческих проблем;
- усиление информатизации управления в контексте глобализации информационного пространства;
- развитие организационной культуры.

Указанные тенденции обуславливают интерес отечественных промышленных организаций к использованию новейших эффективных систем, методик и инструментов управления, способствующих своевременному и адекватному реагированию на изменение условий хозяйствования, а также решению приоритетных проблем экономического развития, предопределяющих стабильный успех в будущем. Это становится возможным благодаря интегрированному контроллингу, который, с одной стороны, позиционирует себя как принципиально новую концепцию управления, а с дру-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

гой, в той или иной степени интегрирует в себя традиционные принципы организации и управления промышленными организациями и функционально-ориентированные управленческие процессы. Следует заметить, что если менеджмент с полным основанием имеет право считаться одним из важнейших научных достижений XX века, то контроллинг, доказавший свою эффективность на практике на рубеже веков, а равно как интегрированный контроллинг можно считать существенным результатом становления и важнейшим стратегическим направлением развития методологии управления в XXI веке.

Для отечественной экономики в современных условиях хозяйствования главной задачей является поиск путей обеспечения устойчивого развития российских промышленных комплексов. Одним из таких путей выступает формирование и развитие на предприятиях систем контроллинга, что отвечает задачам национальной политики в области качества, ориентированной на достижение и поддержание соответствующего уровня конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей как на внутреннем, так и на внешнем рынках и в конечном итоге является залогом поступательного развития экономики России и ее интеграции в мировое экономическое пространство.

В традиционном, классическом, понимании контроллинг не является для современных промышленных предприятий управленческой инновацией. Становление и развитие рыночных отношений в России вызвало повышенный интерес со стороны руководителей и специалистов экономических служб к контроллингу, а отдельные предприятия успешно осуществляли внедрение отдельных его элементов и инструментов в практику управления. Однако результаты изучения, анализа и обобщения зарубежного и отечественного опыта создания контроллинговых систем позволяют говорить о том, что функционально-целевое назначение систем контроллинга и область решаемых задач за рубежом и в России существенно отличаются друг от друга.

Так, в практике управления западными компаниями система контроллинга выступает в качестве реальной поддержки управления путем информационного обслуживания менеджмента по ключевым направлениям функционирования предприятия, децентрализации управления и координации деятельности структурных единиц в рамках сложных организационных образований, согласования процессов стратегического и оперативного планирования, проведения контроля фактических результатов и прогнозирования ожидаемых значений показателей, создания и функционирования системы внутреннего учета и отчетности.

Что касается опыта отечественных предприятий, то данными промышленными образованиями также предпринимались попытки создания и внедрения систем контроллинга. Обобщая практический опыт российских хозяйствующих субъектов, следует отметить тот факт, что при построении контроллинговых систем акцент был сделан на планирование. Отмечая неудовлетворительное состояние его традиционных процедур, внимание менеджеров всех уровней управления в процессе проектирования указанных систем концентрировалось, как правило, на поиске, адаптации и практическом применении оптимизационных методов формирования производственной программы, соблюдении принципов точности и оперативности в планировании, оценке различных вариантов плана и прогнозировании конечных результатов деятельности предприятия на основе имитационного моделирования. К тому же инструментальная база контроллинга ограничена составлением бюджетов структурных подразделений, а информационная база представлена данными бухгалтерского учета. Перечисленные особенности, типичные для отечественных предприятий, свидетельствуют о функционировании упрощенного варианта оперативного, преимущественно финансового, контроллинга с ориентацией на планово-контрольные расчеты, оставляя до конца не решенной проблему повышения эффективности управления хозяйствующим субъектом в условиях неопределенности внутренней среды и растущей сложности внешних отношений. Поэтому актуальность внедрения интегрированного контроллинга, учитывающего существующего разработки в области проектирования и организации контроллинговых систем и отражающего особенности современного этапа развития данного явления, очевидна.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

При постановке на современном промышленном предприятии системы интегрированного контроллинга следует учитывать особенности российского промышленного менеджмента, обладающего такими чертами, как:

- доминирование вертикальных организационных структур и связей;
- полифункциональность структурных подразделений и, как следствие, наложение и пересечение функций;
- доминирование неформальных методов контроля внутренней среды предприятия, а значит, сложность перехода к четкой количественной оценке;
- слабая степень развития мониторинга качества изменений среды хозяйствования предприятия;
- специфика отечественного управленческого менталитета, порождающая определенный уровень консерватизма менеджеров, усложняющий процесс принятия управленческих решений и повышающий степень субъективности последних.

В заключение хотелось бы отметить наметившуюся общую тенденцию превращения контроллинга в перспективный. В связи с этим интегрированный контроллинг в организации должен помогать в генерации идей и принимать активное участие в решении стратегических задач. Эта функция актуализируется в связи с тем, что конкурентная среда становится все более жесткой, и предприятия вынуждены пересматривать свои стратегии. Соответственно, интегрированный контроллинг будет двигаться в стратегическом направлении, выбирая оптимальные пути достижения поставленных стратегических целей и адаптируя предприятие к изменениям стратегического плана.

Библиографический список:

1. Евсеева С. А. Менеджмент XXI века: направления и задачи развития для современного менеджера [Текст] / С. А. Евсеева, К. С. Пшеничная // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2012. - № 17. – С. 44-47.
2. Рябков О. А. Особенности инновационного управления в XXI веке [Текст] О. А. Рябков // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2012. - № 4. – С. 77-81.
3. Токарь Н. В. Управление в XXI веке [Электронный ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2013. – № 4. – URL: <http://jurnal.org/articles/2013/ekon36.html> (дата обращения 25.06.2014 г.).

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ПОРТФЕЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Койлубаев М А.,

соискатель, Академия государственного управления при Президенте Кыргызской Республики.

В статье рассмотрены подходы к использованию кредитных средств и генезис развития «теории портфельных инвестиций» в Кыргызской Республике.

The article describes the approaches to the use of loan funds and the genesis of the «theory of portfolio investments» in the Kyrgyz Republic.

Вхождение Кыргызстана в Евразийский экономический союз (ЕАЭС), основной целью которого является не только обеспечение свободы движения товаров, услуг и рабочей силы, но и свободного продвижения капитала и проведение скоординированной, согласованной или единой

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

политики в отраслях экономики [5], открывает для отечественного фондового рынка новые продукты и инструменты международного рынка капитала. К традиционным фондовым продуктам помимо облигаций и акций, добавятся новые продукты, такие как депозитарные расписки, фьючерсы, опционы, варранты, индексы, свопы и т. д., которые позволят реализовать более сложные и тонкие стратегии управления доходностью и риском финансовых сделок, отвечающие индивидуальным потребностям инвесторов, требованиям управляющих активами, спекулянтов и игроков на фондовом рынке.

На сегодняшний день в научной среде большое внимание уделяется так называемой теории портфельных инвестиций, именуемой на Западе как «portfolio theory» или «portfolio investments», которая успешно зарекомендовала себя в процессе управления финансовыми активами. Также следует отметить, что в последнее время все большее число инвестиционных менеджеров и управляющих инвестиционных фондов на Западе успешно применяют на практике методы портфельной теории.

Стоит обратить внимание, что до возникновения классической теории портфельных инвестиций преобладал традиционный подход к инвестированию, который имел следующие недостатки:

1. Основное внимание уделялось анализу поведения отдельных активов, таких как акции, облигации;
2. Основной характеристикой актива являлась только доходность, при этом такой фактор, как риск при инвестиционных решениях не получал четкой оценки.

По мнению ученых, современная теория портфельных инвестиций решает оба вышеуказанных недостатка. Центральной проблемой является определение набора активов с наибольшим уровнем доходности при наименьшем или заданном уровне инвестиционного риска. Существенным моментом в современной теории является учет взаимных корреляционных связей между доходностями активов, что позволяет финансовым менеджерам проводить эффективную диверсификацию портфеля, которая существенно снижает риск портфеля по сравнению с риском включенных в него активов.

При этом процесс становления современной теории инвестиций продолжает свое развитие. Сегодня среди ученых активно обсуждаются вопросы, связанные с основными принципами и результатами, влияния этой теории на современном финансовом рынке. Анализ последних научных исследований и публикаций, в которых положено начало решению исследуемой проблемы показал что, среди литературных источников по данной тематике наибольший интерес вызывает работа С.С. Петрова «Теоретическая макро модель формирования цен финансовых активов в процессах рыночного обмена», в которой он обосновывает, что для объяснения динамики рыночных цен финансовых активов классическая теория «статистики равновесного» ценообразования явно недостаточна [2]. Также заслуживает и изучения внимания работа О.Н. Володиной совместно с С.С. Петровым «Исследование ценообразования рискованных активов в нестационарных процессах и фондовом рынке» [1].

Из зарубежных ученых заслуживает внимание статья Уильяма Шарпа на тему: «Цены финансовых активов: теория рыночного равновесия в условиях риска» [4]. А также работа Гарри Марковица под названием «Выбор портфеля: эффективная диверсификация инвестиций» [3].

Рассмотрим основные этапы формирования теории портфельных инвестиций. Начальный этап развития теории инвестиций, относится к 20–30-м годам XX века. Данный период является периодом зарождения теории портфельных финансов как науки в целом. Данный этап в основном представлен научной работой И. Фишера («Теория процентной ставки и приведенной стоимости», которого считают отцом портфельной теории на Западе.

С 1952 год начался этап так называемой «современной теории инвестиций», который представлен работами американского ученого Г. Марковица. Именно с его именем связывают становление фундаментальных положений в портфельной теории. В статье под названием «Выбор портфеля: эффективная диверсификация инвестиций» он впервые предложил математическую модель формирования оптимального портфеля ценных бумаг. Им были приведе-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ны методы построения таких портфелей при определенных условиях. После проведенной Г. Марковицем формализации, с математической точки зрения задача по формированию оптимального портфеля представляла собой задачу квадратической оптимизации при линейных ограничениях.

Для построения пространства возможных портфелей Марковиц предложил использовать класс активов, вектор их средних ожидаемых доходностей и матрицу ковариаций.

На основе этих данных строится множество возможных портфелей с различными соотношениями доходность–риск.

Так как в основе анализа лежат два критерия, инвестор выбирает портфели:

– Либо поиском эффективных, или не улучшаемых решений. В этом случае любое другое решение, лучше найденных по одному параметру обязательно будет хуже по другому.

– Либо выбирая главный критерий (например, доходность должна быть не ниже определенной величины) остальные используя лишь в качестве критериальных ограничений.

– Либо задавая некий супер критерий, который является суперпозицией указанных двух (например, их функцией).

В 1990 году Г. Марковицу была присуждена Нобелевская премия по экономике в области развития «портфельной теории» и выходит его фундаментальный труд «Среднедисперсионный анализ при выборе портфеля и рынка капитала».

В первой половине 1960-х годов учеником Г. Марковица У. Шарпом была обоснована и предложена однофакторная модель рынка капиталов, в которой впервые появились такие финансовые категории как «альфа» и «бета» характеристики акций. На основе однофакторной модели У. Шарп предложил наиболее упрощенный и рациональный метод выбора оптимального портфеля, который сводил задачу квадратичной оптимизации к линейной. Такое решение сделало методы портфельной оптимизации применимыми на практике.

К 1970-м годам развитие компьютерного программирования, а также совершенствование статистической техники оценивания показателей «альфа» и «бета» отдельных ценных бумаг и индекса доходности рынка в целом привело к появлению первых пакетов программ для решения задач управления портфелем ценных бумаг.

Выводы У. Шарпа известны как модели оценки долгосрочных активов, основанные на предположении, что на конкурентном рынке ожидаемая премия за риск изменяется прямо пропорционально коэффициенту «бета» (стандартный измеритель риска).

Таким образом, принципы У. Шарпа, дополняющие портфельную теорию Г. Марковица, следующие:

1. Инвесторы предпочитают высокую ожидаемую доходность инвестиций и низкое стандартное отклонение, т.е. портфели финансовых активов, которые обеспечивают наиболее высокую ожидаемую доходность при данном стандартном отклонении, называются эффективными портфелями)

2. Если необходимо знать предельное влияние финансового актива на риск портфеля, то необходимо учитывать не риск финансового актива сам по себе, а его вклад в риск портфеля. Этот вклад зависит от чувствительности финансового актива к изменениям стоимости портфеля.

3. Чувствительность финансового актива к изменениям стоимости рыночного портфеля обозначается показателем «бета», при этом «бета» измеряет также предельный вклад финансового актива в риск рыночного портфеля.

4. Если инвесторы могут брать займы или предоставлять кредиты по безрисковой ставке процента, тогда им следует всегда иметь комбинацию безрисковых инвестиций. Состав такого портфеля акций зависит только от того, как инвестор оценивает перспективы каждого финансового актива, а не от его отношения к риску. Если инвесторы не располагают какой-либо дополнительной информацией, им следует держать рыночный портфель ценных бумаг.

5. Если каждый инвестор держит рыночный портфель и если «бета» показывает вклад каждой ценной бумаги в риск рыночного портфеля, тогда не удивительно, что премия за риск, требуемая

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

инвесторами, пропорциональна коэффициенту «бета». Премии за риск всегда отражают вклад в риск портфеля. Некоторые финансовые активы увеличат риск портфеля, и вы приобретете их только в том случае, если они к тому же увеличат и ожидаемый доход. Другие финансовые активы снизят портфельный риск, и поэтому вы готовы купить их, даже если они снижают ожидаемые доходы от портфеля. Если портфель, который вы выбрали, эффективен, каждый вид ваших инвестиций должен одинаково напряженно работать на вас. Так, если один финансовый актив оказывает большее влияние на риск портфеля, чем другой, первый должна приносить пропорционально более высокий ожидаемый доход. Если портфель эффективен, связь между ожидаемой доходностью каждого финансового актива и его предельным вкладом в портфельный риск должна быть прямолинейной.

Верно и обратное: если прямолинейной связи нет, портфель не является эффективным.

Сегодня модель Г. Марковица используется в основном на первом этапе формирования портфеля активов при распределении инвестируемого капитала по различным типам активов: акциям, облигациям, недвижимости и т. д. Однофакторная модель У. Шарпа используется на втором этапе, когда капитал, инвестируемый в определенный сегмент рынка активов, распределяется между отдельными конкретными активами, составляющими выбранный сегмент (т. е. по конкретным акциям, облигациям и т. д.).

Влияние портфельной теории Г. Марковица значительно усилилось после появления в конце 1950-х и начале 1960-х гг. работ Д. Тобина по аналогичным темам. В 1981 г. Д. Тобин также получил Нобелевскую премию в области изучения «портфельных инвестиций».

Сравнительный анализ моделей Г. Марковица и Д. Тобина позволяет выявить основные различия подходов к формированию и управлению инвестиционным портфелем, которые приведены в таблице 1.

Таблица 1. Отличие подходов Г. Марковица и Д. Тобина

Подход Г. Марковица	Подход Д. Тобина
<p>Подход Г. Марковица лежит в русле микроэкономического анализа, т.к. акцентирует внимание на поведении отдельного инвестора, формирующего оптимальный, с его точки зрения, портфель на основе собственной оценки доходности и риска выбираемых активов. К тому же первоначально модель Г. Марковица касалась в основном портфеля акций, т. е. рискованных активов.</p> <p>Акцент в работах Г. Марковица делался не на экономическом анализе исходных постулатов теории, а на математическом анализе их следствий и разработке алгоритмов решений оптимизационных задач.</p>	<p>Д. Тобин также предложил включить в анализ безрисковые активы, например, государственные облигации. Его подход является, по существу, макроэкономическим, поскольку основным объектом его изучения является распределение совокупного капитала в экономике по двум его формам: наличной (денежной) и наличной (в виде ценных бумаг).</p> <p>В подходе Д. Тобина основной темой становится анализ факторов, заставляющих инвесторов формировать портфели активов, а не держать капитал в какой-либо одной, например налично денежной, форме. Кроме того, Д. Тобин проанализировал адекватность количественных характеристик активов и портфелей, составляющих исходные данные в теории Г. Марковица.</p>

Следующий этап в развитии инвестиционной теории начинается с 1964 года. Он связан с моделью оценки капитальных активов (CAPM – Capital Asset Price Model), работами У. Шарпа (1964), Дж. Линтнера (1965), Я. Моссина (1966). По мнению специалистов, CAPM является макроэкономическим обобщением теории Г. Марковица. Основным результатом CAPM явилось установление соотношения между доходностью и риском актива для равновесного рынка. При этом важным

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

оказывается тот факт, что при выборе оптимального портфеля инвестор должен учитывать так называемый не «весь» риск, связанный с активом (риск по Г. Марковицу), а только часть его, называемую систематическим, или не диверсифицируемым риском. Эта часть риска актива тесно связана с общим риском рынка в целом и количественно представляется коэффициентом «бета», введенным У. Шарпом в его однофакторной модели. Остальная часть (так называемый несистематический, или диверсифицируемый риск) устраняется выбором соответствующего (оптимального) портфеля. Характер связи между доходностью и риском имеет вид линейной зависимости, и тем самым обычное практическое правило «большая доходность – значит, большой риск» получает точное аналитическое представление.

Третий этап в развитии современной теории инвестиций (1970-е гг.), характеризуется расширением и углублением математических средств финансового анализа. В 1973 году Майроном Шоулсом и Фишером Блеком была предложена модель опционов, получившая название модели Блека–Шоулса. Эта модель основывалась на возможности осуществления безрисковой сделки с одновременным использованием акции и выписанным на нее опционом. Стоимость (цена) такой сделки должна совпадать со стоимостью безрисковых активов на рынке, а поскольку цена акции меняется со временем, то и стоимость выписанного опциона, обеспечивающего безрисковую сделку, также должна соответствующим образом изменяться. Из этих предписаний можно получить оценку (вероятностную) стоимости опциона. Работы Ф. Блека и М. Шоулса, а также тесно связанные с ними работы Роберта Мертона получили признание и были использованы на практике. Так в 1997 году Нобелевская премия по экономике была присуждена указанным специалистам (Роберту Мертоу и Майрону Шоулзу). Комитет по назначению лауреатов также выдвинул для присуждения премии Фишера Блека, чья преждевременная смерть в возрасте 57 лет в 1995 году, помешала ему разделить эту честь.

Как показал проведенный анализ, генезис развития «теории портфельных инвестиций» в науке прошел три этапа развития:

- Первый этап – разработка математических основ для портфельной теории (И. Фишер).
- Второй этап – создание теории рыночного портфеля (Г. Марковиц, Д. Тобин, У. Шарп, Дж. Линтнер, Я. Моссин).
- Третий этап – формирование на основе теории рыночного портфеля теории оптимального портфеля (Ф. Блек, М. Шоулс).

Библиографический список:

1. Володина О.Н. Исследование ценообразования рискованных активов в нестационарных процессах и фондовом рынке / О.Н. Володина, С.С. Петров // Вестник Нижегородского Университета им. Н.И. Лобачевского. – 2006. – № 1. – С. 40–44.
2. Петров С.С. Теоретическая макромодель формирования цен финансовых активов в процессах рыночного обмена / С.С. Петров // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 3. – С. 249-257.
3. Markowitz H. Portfolio selection // Journal of finance. 1952. Vol. 7 ; no. 1. Pp. 77-91.
4. Sharpe W. Capital assets prices: a theory of market equilibrium under conditions of risk // Journal of finance. 1964. Vol. 19 ; no. 3. Pp. 425-442.
5. Евразийский экономический союз // [Электронный ресурс] URL: <http://www.eaeunion.org/#about> (дата обращения 15.12.2015).
6. Метелев С.Е., Чижик В.П., Елкин С.Е. Калинина Н.М. Инвестиционный менеджмент. Москва: из-во ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015 – 288 с.
7. Метелев С.Е., Тезикова В.В. Учет ценных бумаг / Учебное пособие. – Омск: Издатель ИП Васильев В.В., 2008. – 151 с.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТОВ

Колущинская О.Ю.,
Омский институт (филиал) РЭУ им Г.В. Плеханова

Воловиков Б.П.,
ОАО ОмПО «Радиозавод им. А.С. Попова»

Показатели финансовой состоятельности проекта для варианта модернизации ниже за счёт амортизационных отчислений, начисленных исходя из первоначальной стоимости оборудования и коэффициента линейной амортизации.

В качестве альтернатив были рассмотрены три возможных варианта снижения трудоёмкости: (– 20%); (– 40%); (– 60%). Ниже представлены результаты прогнозирования для всех трёх вариантов.

Таблица 1. Показатели доходности проекта при снижении трудоёмкости на 20%

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ		Отчетные месяца			ИТОГО
		1 мес.	12 мес.	24 мес.	
Выручка (нетто)	руб.	118431692	119993085	121832199	2882169264
Себестоимость проданных товаров	руб.	62080063	62723065	63437770	1506096091
Материалы и комплектующие	руб.	29768066	30003930	30274927	720415341
Оплата труда	руб.	20347731	20592918	20858462	494463999
Налоги, относимые на текущие затраты	руб.	7040315	7125150	7217028	171084544
Производственные расходы	руб.	4923950	5001068	5087352	120132207
Налог на прибыль	руб.	11269812	11453472	11678333	275201844
Чистая прибыль (убыток)	руб.	45079246	45813888	46713333	1100807378

Таблица 2. Финансовые показатели проекта при снижении трудоёмкости на 20%

ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ		1 мес.
Текущие затраты к выручке от реализации	%	52,40%
Прибыльность продаж	%	38,10%
Рентабельность по балансовой прибыли	%	91%
Рентабельность по чистой прибыли	%	73%

Таблица 3. Показатели доходности проекта при снижении трудоёмкости на 60% в рублях

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	Отчетные месяца			ИТОГО
	1 мес.	12 мес.	24 мес.	
Выручка (нетто)	118431692	119993085	121832199	2882169264
Себестоимость проданных товаров	59390031	60005979	60720683	1441026871
Материалы и комплектующие	29768066	30003930	30274927	720415341
Оплата труда	18349194	18574281	18839825	446121340
Налоги, относимые на текущие затраты	6348821	6426701	6518579	154357983
Производственные расходы	4923950	5001068	5087352	120132207
Валовая прибыль	59041661	59987105	61111516	1441142393
Административные расходы	2572	2659	2763	63951

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Прибыль (убыток) от продаж	59039089	59984447	61108752	1441078442
Налог на прибыль	11807818	11996889	12221750	288215688
Чистая прибыль (убыток)	47231271	47987557	48887002	1152862754

Таблица 4. Показатели инвестиционной привлекательности проекта модернизации при снижении трудоёмкости на 60%

ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ		1 мес.
Текущие затраты к выручке от реализации	%	50,10%
Прибыльность продаж	%	39,90%
Рентабельность по балансовой прибыли	%	99%
Рентабельность по чистой прибыли	%	80%

Таблица 5. Сравнение цеховых показателей суммарной чистой прибыли за период 24 месяца

Цеха	Суммарная чистая прибыль, руб.			
	МОДЕРНИЗАЦИЯ	-20%	-40%	-60%
ЦЕХ К	26 535 248	26 535 248	26 535 248	26 535 248
ЦЕХИ Н, М	222 253 898	246531 871	266 233 057	286 153 995
ЦЕХ В	360 925 747	360925 747	360 925 747	360 925 747
ЦЕЗ Д	98 114 255	111849 321	116 229 766	120 623 232
ЦЕХ А	66 802 709	75 178 543	76 131 813	77 386 367
ЦЕХ Р	56 745 845	56 745 845	56 745 845	56 745 845
ОСТАЛЬНЫЕ ЦЕХА	220 381 719	223040 803	223 784 508	224 492 319
ИТОГО:	1 051 759 421	1100807378	1126585 984	1 152 862 753

Увеличение суммарной чистой прибыли касается тех подразделений, в которых будет установлено новое оборудование. По цеху Н наблюдается линейная корреляция между показателями суммарной чистой прибыли и трудоёмкостью: на каждые 20% снижения трудоёмкости планируемое увеличение прибыли составляет 20 млн руб. за период 24 месяца. По цеху 35 это повышение менее заметно и составляет порядка 4 млн руб. на каждые 20% снижения трудоёмкости. В остальных подразделениях эффект от модернизации не наблюдается.

На основании проведенного исследования было рассчитано, что уже в первые два года реализации проекта «Металлорежущий инструмент» предприятие сможет реализовывать продукцию на 27 065 тыс. руб. в СФО.

Для сравнения в таблице 7 приведены основные финансовые показатели бизнес-проектов.

Таблица 7. Основные финансовые показатели

Проект	Чистая прибыль за 2 года проекта, тыс. руб.	Чистый приведенный доход, тыс. руб.	Коэффициент рентабельности чистой прибыли, %
Покупной режущий инструмент	891644	706631	12
Режущий инструмент собственного производства	937284	727455	13
Режущий инструмент собственного производства, с учетом реализации его сторонними организациями	940953	730421	13

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Таблица 6. Показатели эффективности за 2 года проекта после модернизации с использованием собственного инструмента и продаж его сторонним организациям в тысячах рублей

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	1 мес.	3 мес.	6 мес.	8 мес.	10 мес.	12 мес.	16 мес.	20 мес.	24 мес.	Итого
Выручка (нетто)	317 402	323 454	332 749	339 094	345 560	352 149	365 706	379 785	394 407	8509733
Себестоимость проданных товаров материалы и комплектующие	273 545	278 752	286 748	292 207	297 769	303 437	315 100	327 212	339 791	7332529
оплата труда	6 903	7 035	7 237	7 375	7 515	7 659	7 954	8 260	8 578	185 074
налоги, относимые на текущие затраты	17 426	17 758	18 268	18 617	18 972	19 333	20 078	20 851	21 653	467 196
Производственные расходы	4 531	4 617	4 750	4 840	4 933	5 027	5 220	5 421	5 630	121 471
амортизация	244 194	248 850	256 002	260 883	265 857	270 927	281 357	292 189	303 438	6546984
Валовая прибыль	492	492	492	492	492	492	492	492	492	11805
Прибыль (убыток) от продаж	43 857	44 702	46 001	46 888	47 791	48 712	50 606	52 573	54 616	1177204
Налоги, относимые на финансовые результаты	43 857	44 702	46 001	46 888	47 791	48 712	50 606	52 573	54 616	1177204
Прибыль до налогообложения	27	52	49	47	46	44	40	37	33	1012
Налог на прибыль	43 830	44 650	45 952	46 840	47 745	48 668	50 566	52 537	54 583	1176192
Чистая прибыль (убыток)	8 766	8 930	9 190	9 368	9 549	9 734	10 113	10 507	10 917	235238
	35 064	35 720	36 761	37 472	38 196	38 934	40 453	42 029	43 666	940953

Незначительный рост рентабельности и заметная положительная динамика по чистой прибыли свидетельствуют о финансовой состоятельности проекта. Ожидаемый срок окупаемости проекта собственного производства режущего инструмента составляет 1,8 года, что является вполне приемлемым для подобного рода инвестиций.

Реализация данного проекта не только сократит издержки на приобретение импортного инструмента, но также будет приносить дополнительный доход любому крупному производственному предприятию.

Библиографический список:

1. Воловиков Б.П. Метод выбора базовой стратегии предприятия на основе системного подхода/ Воловиков Б.П., Колущинская О.Ю. //М Вестник ОмГУ серия «Экономика». – 2010. – №2. – С. 14-21.
2. Стратегия развития оборонно-промышленного комплекса до 2015 года, Сайт relero.ru.
3. Чумаченко Н.Г. Техническое перевооружение и реконструкция производства. К.: Наукова думка, 2001. – с. 103.
4. Якименко Е.А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия // Экономика АПК: электронный журнал. 10.11.09. URL:
5. http://www1.asau.ru/doc/nauka/vestnik/2009/11/Economix_Yakimenko.pdf(дата обращения 21.12.14.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ МАЛЫХ ПРЕДПРИТИЙ

Кузьмина О.Е.,

к.э.н., Волгоградского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова

В статье раскрыты вопросы комплексной оценки эффективности инновационной деятельности малых предприятий, методы позитивного влияния на мотивационную сферу, восприимчивости людьми новых идей, их готовности и способности к поддержке и реализации новшеств.

The article deals with issues of a complex estimation of efficiency of innovative activity of small enterprises, methods of positive effects on the motivational sphere, the susceptibility of people of new ideas and their willingness and ability to support and implement innovations.

В современном обществе при выборе стратегии функционирования малого инновационного предприятия, для разработки и внедрения новых технологий недостаточно ограничиваться оценкой и учетом факторов только инновационной сферы. Причиной тому является резкое сокращение срока жизни инноваций, который вызывает повышение интенсивности появления на рынке все новых и новых товаров и услуг. Практически ежедневное обновление ассортиментных рядов на отдельных товарных рынках приводит к тому, что инновационные товары, или сегодняшние новинки, завтра таковыми не являются. На их смену приходят другие инновации. В производстве при таких условиях новые технологии очень быстро становятся текущими или даже устаревшими продуктами. Так, в мире на рынке карманных персональных компьютеров и сотовых телефонов новые модели появляются в среднем раз в три-шесть месяцев, оргтехника – чуть больше года, автомобили – через три-четыре года. Поэтому сегодня при разработке стратегий инновационного развития и определении инновационного потенциала предприятия следует оценивать не только возможности инновационной сферы, но и анализировать достаточность ресурсов для текущего производства инноваций. Речь, прежде всего, идет о проблеме одновременного финансово-экономического обеспечения производства недавно созданных инноваций, или существующих продуктов, и развития новых [7].

В экономической теории и хозяйственной практике для решения задач по анализу экономических возможностей предприятий широко применяется методика оценки финансовой устойчивости, характеризующая способность экономического субъекта обеспечивать производственный процесс [3]:

- 1) собственными оборотными средствами;
- 2) собственными оборотными средствами, долгосрочными и краткосрочными кредитами.

Наличие собственных оборотных средств. Этот показатель вычисляется как разность собственных средств и основных средств и вложений (внеоборотных активов) по формуле:

$$E_c = I_c - F \quad (1)$$

где: E_c – наличие собственных оборотных средств; I_c – источники собственных средств (итог разд. III баланса «Капитал и резервы»); F – основные средства и вложения (итог разд. I баланса «Внеоборотные активы»).

Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат. Рассчитывается как сумма собственных оборотных средств, долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов:

$$E_\Sigma = E_t + K_t = (I_c + K_t + K_t) - F \quad (2)$$

где: E_Σ – общая величина по основным источникам средств для формирования результатов и затрат; K_t – краткосрочные кредиты и займы (итог разд. V баланса «Краткосрочные обязательства»).

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Под *инновационными ресурсами* малого предприятия понимаем совокупность финансовых, интеллектуальных и материальных средств, которыми располагает предприятие для осуществления инноваций. Поэтому внутренние инновационные ресурсы предприятия включают:

- 1) персонал организации;
- 2) достигнутый технико-технологический уровень;
- 3) соответствие организационных структур управления и систем управления задачам инновационного процесса;
- 4) интеллектуальная собственность в форме нематериальных активов;
- 5) научно-технический задел в виде незавершенных инновационных проектов;
- 6) наличие эффективной коммуникационной инфраструктуры;
- 7) финансовое обеспечение инновационной деятельности.

Обязательным условием и источником инновационной деятельности предприятий является достигнутый *технико-технологический* уровень. Чем выше технико-технологический уровень производства, тем более радикальны бывают инновации и более недоступны для имитации у конкурентов.

В качестве инновационного ресурса предприятия большое значение имеют соответствующие *организационные структуры* и система управления, т.е. гибкость.

При оценке инновационного предприятия следует учитывать влияние различных посторонних факторов. Проведя анализ экономической литературы, получены данные об отсутствии систематизации классификаций факторов, потенциально влияющих на инновационное предприятие. К косвенно управляемым факторам относятся те факторы, влияние которых на инновационное предприятие не зависит от принятого управленческого решения. К частично управляемым факторам относят те факторы, результат влияния которых на инновационное предприятие зависит как от принятого управленческого решения, так и от внешнего воздействия. И непосредственно управляемые факторы те, чей результат влияния на инновационное предприятие зависит полностью от принятого управленческого решения [5]. Существующие методики оценки инновационного уровня включают в себя [8]:

- 1) исследование статистических данных разного уровня;
- 2) поиск показателей разнообразного интегрального значения.

В теории также имеются модели оценки альтернативного характера, оценивающие грамотность, представление, понимание и определенные компетенции предприятий в регионах. В ходе расчетов индексов или компонентов наличия потенциала инновативности у предприятий, большая часть авторов придерживается мнения равноценного влияния факторов, которые участвуют в образовании разнообразных показателей для каждого уровня инновационного развития в регионе [4]. Значительная часть авторов полагают, что удельный вес каждого фактора обязательно может быть оценен, чаще всего выступает метод экспертных оценок. Разумеется, таков подход к оценке, преи-

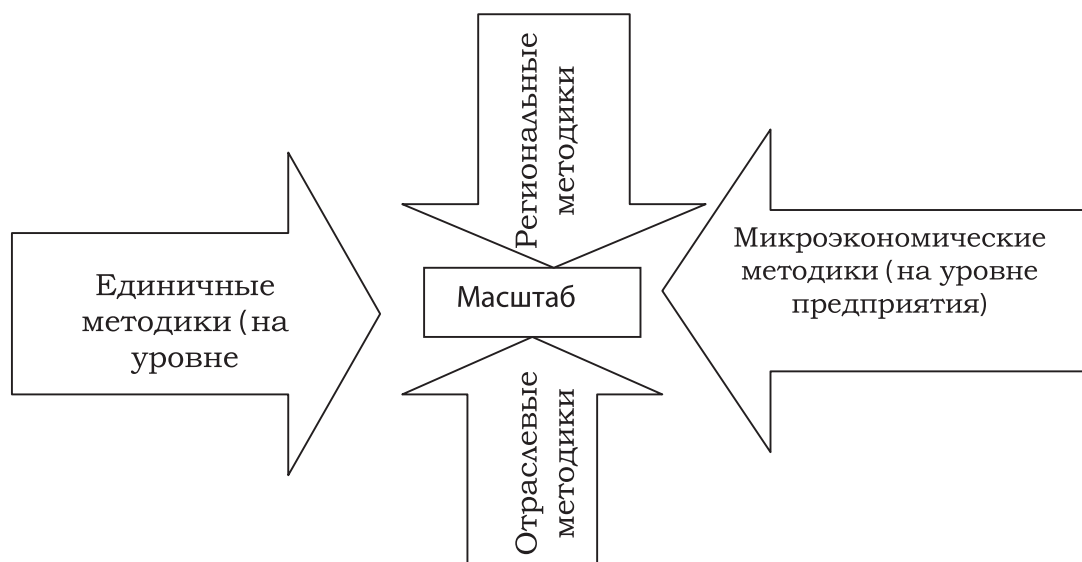


Рисунок 1. Основные составляющие инновационного предприятия.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

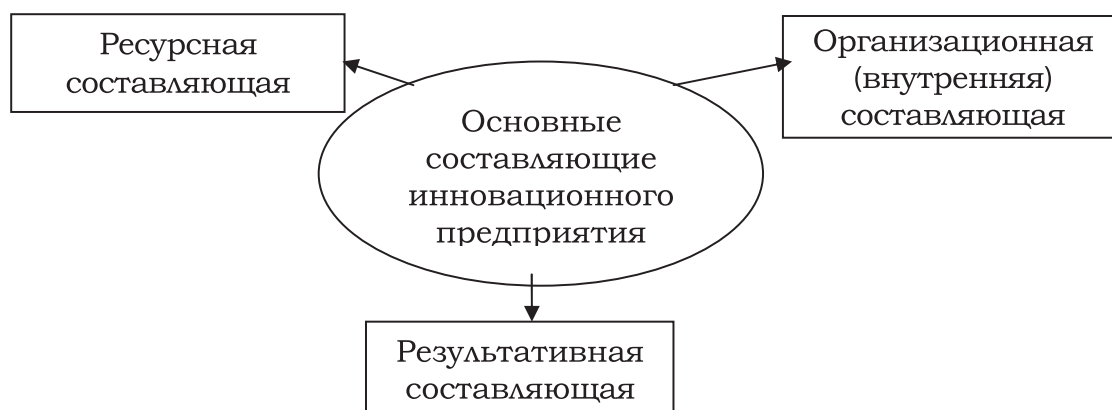


Рисунок 2. Основные составляющие инновационного предприятия.

мущественно первой стадии исследования, доступен и приемлем, но следует оказывать внимание целесообразно сформулированным подходам в оценивании удельного веса каждого из факторов влияния. Такой подход представит уточненные результаты расчетов или наиболее близкие к существующим оценкам уровня инновационного развития региона и к современным реалиям состояния инновационного потенциала для каждого предприятия. [3]. На рисунке представлены наиболее распространенные составляющие инновационного предприятия.

Продуктивно управлять инновационным предприятием и эффективно пользоваться инновационным развитием, предприятие имеет возможность при детальном определении объектов воздействия на управление, а именно элементов инновационного предприятия, и регистрацию комплексных факторных влияний на предприятие [10]. На рисунке 2 приведены основные составляющие, которые являются как объектом управления, так и инструментом воздействия на другие элементы хозяйственной системы инновационного предприятия.

Ресурсная составляющая инновационного предприятия, является основой для его формирования. Она включает в себя следующие основные компоненты, представленные на рисунке 3.

Не менее важная, чем ресурсная составляющая инновационного предприятия, является результативная составляющая, выступающая в качестве отражения результата реализации взаимодействия инновационного предприятия с технологическим процессом, представленная в виде новшества. Значимость этой составляющей и целесообразность обособленного выделения заключается в ее увеличении, способствуя развитию других составляющих, к примеру, ресурсной.

Изложенные подходы ко всем составляющим инновационного предприятия не будут достоверными при отсутствии акцента на тонкой взаимосвязи и взаимозависимости между ними.

Тонкая взаимосвязь ресурсной, внутренней и результативной составляющих инновационного предприятия указывают на необходимость изучения их оптимального соотношения. Например, малозначительный удельный вес ресурсной составляющей, обуславливается превалированием качественных изменений над количественными. А ограниченность необходимых ресурсов временем и пространством может быть полностью или частично преодолено интенсификацией их использования, применением новых методов организации процесса производства.

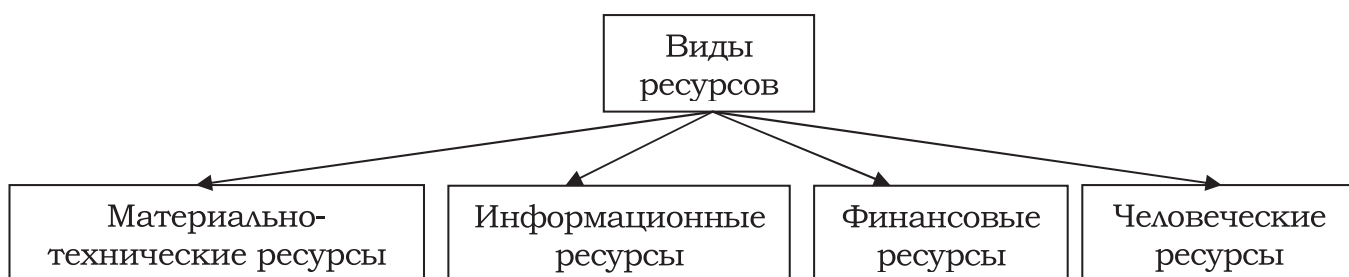


Рисунок 3. Компоненты ресурсной составляющей инновационного предприятия.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Заключающей составляющей инновационного предприятия, является организационная или внутренняя составляющая, обеспечивающая дееспособность и эффективность функционирования всех предыдущих элементов инновационного потенциала [1]. На схеме представлены основные характеристики внутренней составляющей.



Рисунок 4. Компоненты организационной или внутренней составляющей инновационного предприятия.

Данная составляющая сложная и важная, поэтому для полного ее анализа эксперты выделяют два подхода.

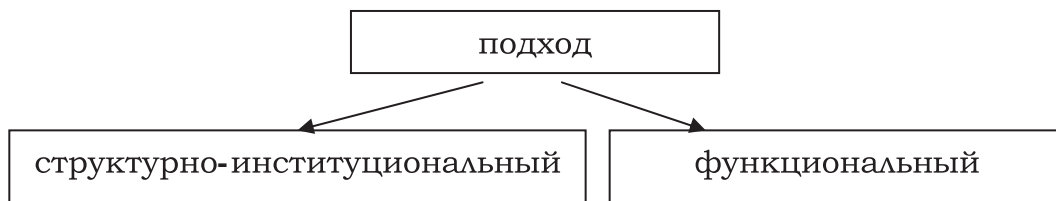


Рисунок 5. Подходы в определении внутренней составляющей.

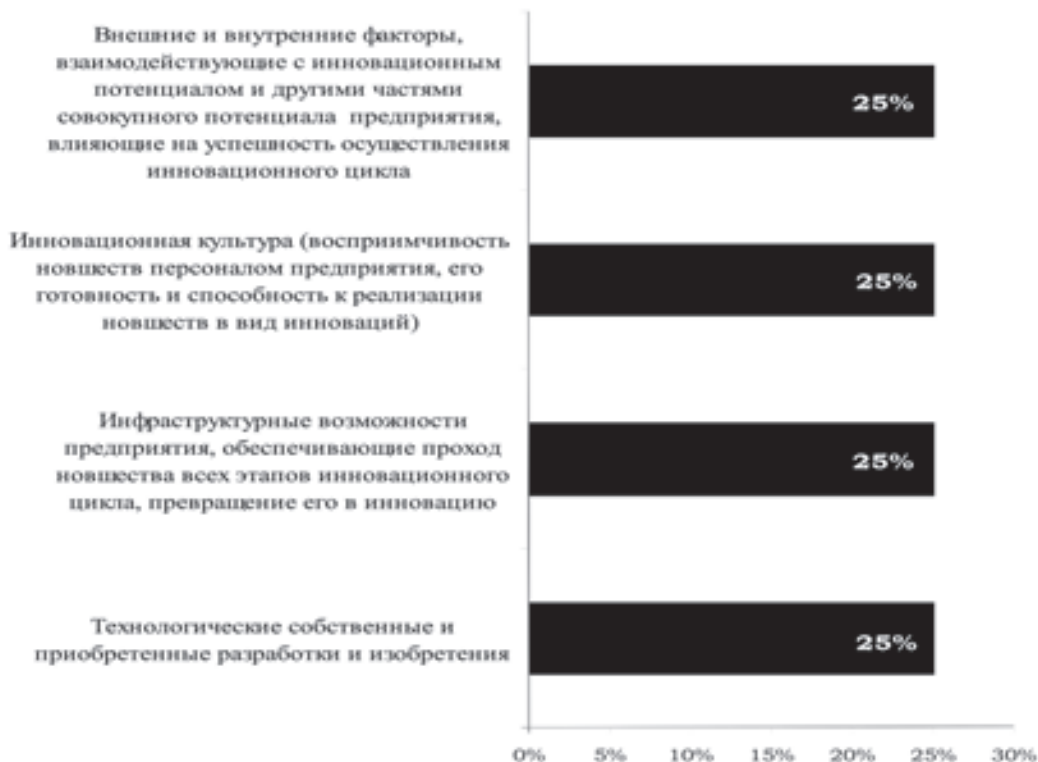


Рисунок 6. Составные части инновационного предприятия.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Очевидным остается факт определяющий предел отклонения величины составляющих инновационного предприятия от оптимального уровня. Иными словами дальнейшее изменение какого-либо элемента влечет за собой снижение отдачи от него самого или уменьшение эффективности функционирования остальных элементов, поскольку все они функционируют в системном единстве [2]. Поэтому трудности в оптимизации структуры инновационного предприятия являются актуальным, но в виду своей сложности требует отдельного более детального изучения.

В нынешнее время распространяется практика повышения эффективности работы предприятий с помощью разработки системы корпоративной культуры, включающей в себя элементы инновационной культуры. Прежде всего, это методы позитивного влияния на мотивационную сферу, восприимчивости людьми новых идей, их готовности и способности к поддержке и реализации новшеств. Согласно сферы экономической деятельности данная культура способна выступать силой, вводимой в оборот технологических, организационных и иных новшеств, обеспечивающих стремительное инновационное развитие предприятия или в целом региона. Идеи инновационной культуры являются основоположением в обустройстве инновационного пространства, широко используемым в достижениях науки и техники, для искоренения бедноты и других проявлений неравенства, обеспечивая равноправный доступ к высоким технологиям или высококачественной продукции.

Библиографический список:

1. Ангел О.В., Гончаров А.И., Гончарова М.В. Малое предпринимательство в современной России: конкуренция, планирование, финансы, риски: Монография // О.В. Ангел, А.И. Гончаров, М.В. Гончарова и др. – Вроцлав: Фонд «Русско-польский институт», 2015. – 280 с.
2. Бурмистрова Л.М. Финансы организаций (предприятий): Учебное пособие / Л.М. Бурмистрова. – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 224 с.
3. Горфинкель В.Я. Малый инновационный бизнес: Учебник / Под ред. В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 264 с.
4. Кучеренко А.И. Методы оценки инновационного потенциала и инновационной активности предприятия // НИР. Экономика фирмы, 2012, № 1(1) – С. 4-13.
5. Липсиц И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 320 с.
6. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 320 с.
7. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник / В.Г. Медынский. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 295 с.
8. Розенков Д.Н. Управление развитием отношений бизнеса, общества, государства // Управление. Научно-практический журнал, 2014, №2 (4) – С. 63-74.
9. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 607 с.
10. Угнич Е.А. Экономическая природа и противоречия развития венчурного капитала в российской экономике // Вестник Донского государственного технического университета, 2013, №7/8 (75) – С. 148-156.
11. Метелев С.Е., Завгородняя Т.В. Современный инновационный менеджмент / Учебное пособие. – Омск: изд-во «Компаньон», 2014 – 176 с.

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЦЕЙ

Муфтиева Г.Х.,
к.м.н., доцент

Бакиева Г.Р.,
к.э.н., доцент

Мухаметзянова А.О.

Уфимского института (филиала) РЭУ им.Г.В. Плеханова

В современных условиях рыночной экономики успех компании зависит от продуманной стратегии развития, которая состоит из постоянного наблюдения за новыми тенденциями в определенной отрасли рынка, незамедлительном реагировании на изменения ситуации и применения самых последних достижений в области технологий, дизайна и управления. Суть и содержание маркетинговой деятельности отражают объективные условия развития рынка, который в известной мере утрачивает хаотичность и подпадает под регулирующее воздействие заранее устанавливаемых хозяйственных связей, где особая роль отводится потребителю.

Осуществление маркетинговой деятельности выступает как объективная необходимость ориентации научно-технической, производственной и сбытовой деятельности фирмы (предприятия) на учет рыночного спроса, потребностей и требований потребителей.

Маркетинговый анализ – это совокупность специальных видов анализа, получивших распространение именно в маркетинге и особым образом решающих задачи, специфичные для маркетинга. Цель этого анализа – содействие подготовке принятия обоснованных управленческих решений в условиях неопределённости рыночной ситуации.

Главная цель организации маркетинговых мероприятий – соединить в единое событие время, место и атмосферу, для того чтобы незаинтересованный и занятой потенциальный потребитель обратил внимание и оценил предназначенную для него информацию о товаре или услуге.

Гостиница – имущественный комплекс (дом, здание, часть здания, иные постройки) с меблированными комнатами («номерами») для временного проживания путешественников.

Гостиницы различаются по вместимости, количеству номеров и количеству мест, предназначенных для проживания и т.д. Рассмотрим лишь некоторые из видов классификации.

Объектом анализа маркетинговой деятельности выступает гостиница «Азимут Отель Уфа», которая является прибыльной, развивающейся компанией. Предприятие имеет имидж лидера на рынке гостиничных услуг Республики Башкортостан. Основное направление деятельности общества – предоставление гостиничных услуг. Наибольшую часть номерного фонда отеля «Азимут» составляют одноместные однокомнатные номера «Комфорт» – 44%. Доля двухместных составляет 42%, а по количеству мест данные 2 категории являются лидерами, так как в сумме составляют 85,7% от общей доли мест гостиницы.

Процесс разработки маркетинговых мероприятий в гостинице «Азимут Отель Уфа» включает несколько этапов. Это выработка:

- основной маркетинговой стратегии предприятия (определение и разработка имиджа и миссии предприятия);
- товарной политики (какие услуги и с какими характеристиками предоставлять);
- ценовой политики (определение оптимального баланса цены продаж для производителя и потребителя);

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

- сбытовой политики (как, куда, с чьей помощью реализовывать услугу);
- рекламных кампаний (каким образом организовать продвижение товаров);
- анализ конкурентов (кто, как и почему работает лучше);
- анализ рынка (определение потребностей покупателей).

Фирма, предоставляя некачественную услугу, теряет покупателя, купившего некачественный сервис навсегда. Поэтому важно выяснить, сколько клиентов считают, что: 1) качество услуг не достаточно высокого уровня; 2) совсем не устроило качество проживания; 3) качество услуг устраивает полностью (табл. 1., рис. 1.). Своевременно заметив некачественную составляющую, фирма сможет своевременно исправить положение и не потерять клиентов.

Таблица 1. Отношение потребителей к качеству предоставляемых услуг гостиницы

	Качество услуг недостаточно высокого уровня	Качество не устроило совсем	Качество услуг устраивает
Клиентов (%)	10	5	85

Из данной таблицы видно, что 10% потребителей считают, что качество услуг недостаточно высокого уровня. Это значит, что нужно повышать качество предоставляемых услуг. А 85% опрошенных качество услуг полностью устроило и только 5% потребителей недовольны. Для наглядности построим диаграмму по результатам опроса потребителей о качестве предоставляемых услуг.

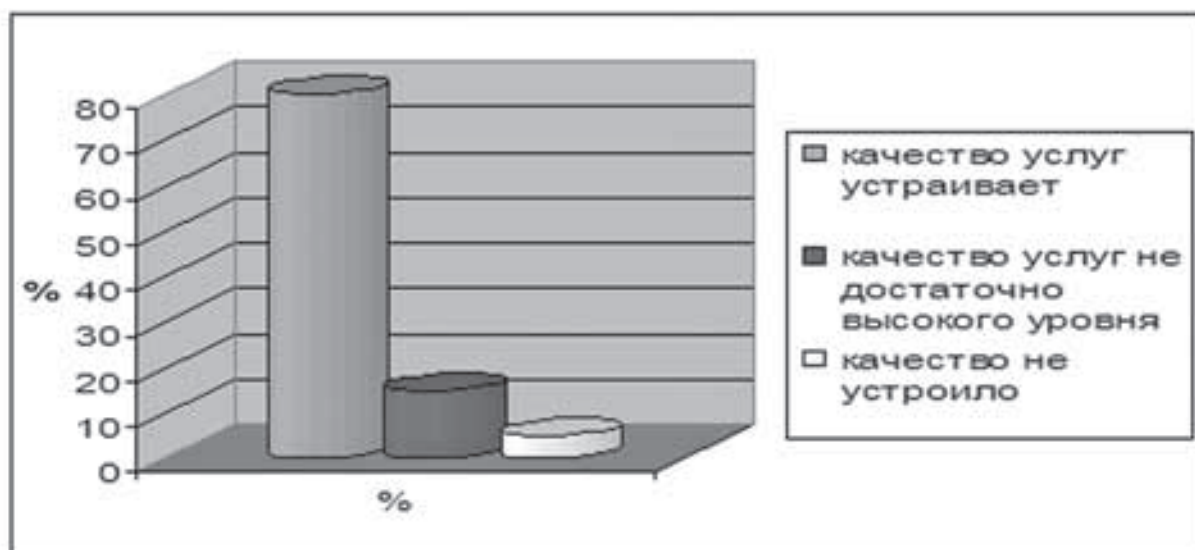


Рис. 1 Отношение потребителей к качеству купленных услуг

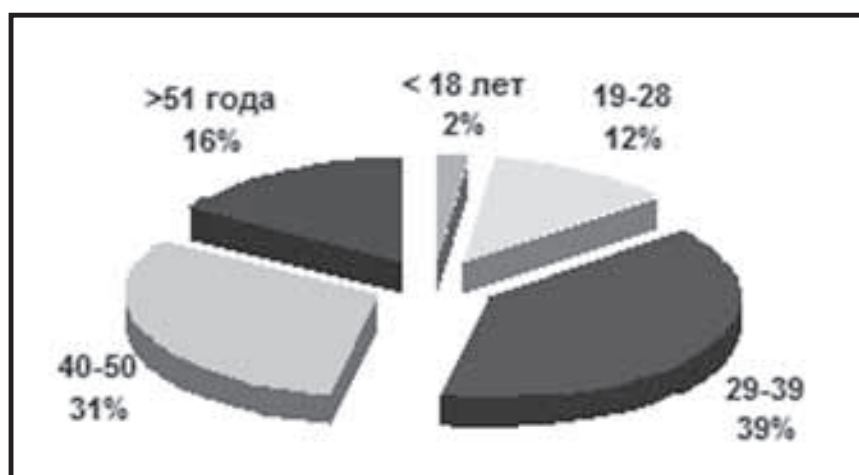


Рис. 2. Возрастной состав клиентов гостиничного комплекса (ГК) «Россия»

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

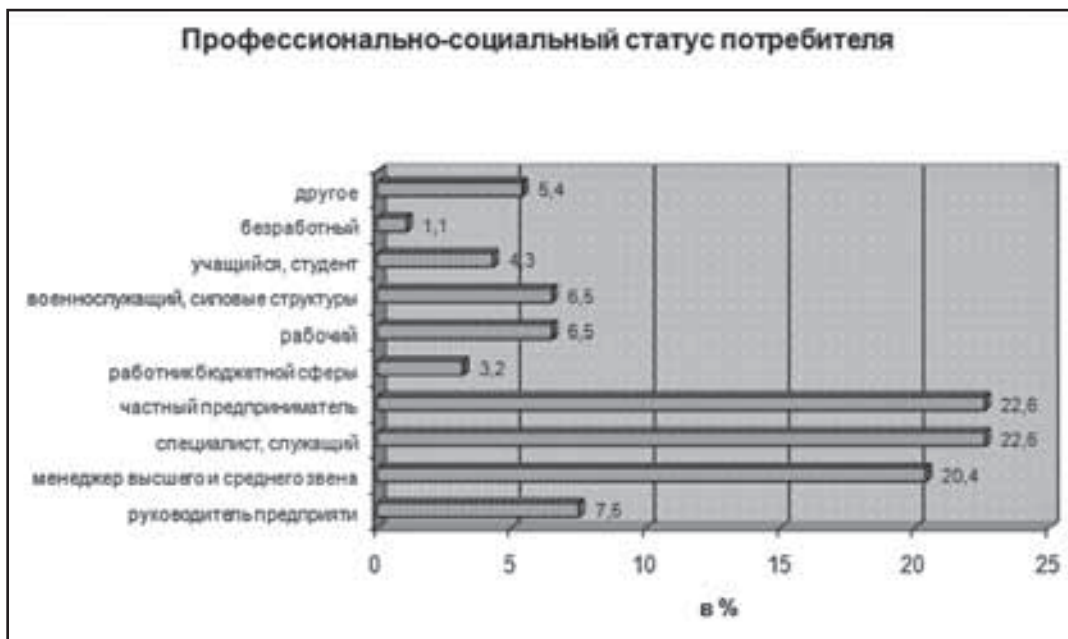


Рис. 3. Профессионально-социальный статус потребителя ГК «Россия»

Большинство опрошенных (84%) заняты в частном секторе, остальной процент приезжающих – иностранные пенсионеры. Большинство иностранных гостей являются гражданами Германии, Швеции, Финляндии, России. Основными потребителями гостиничных услуг являются мужчины (39%) в возрасте 29 – 39 лет и 40-50 лет (31%).

Больше половины опрошенных иностранных гостей приезжают в Уфу с деловыми целями, остальные – с туристическими.

На сайте <http://www.trivago.ru> имеется анкета для посетителей гостиницы, которая позволяет определить степень удовлетворенности гостей качеством обслуживания в гостинице и содержит рекомендации по улучшению деятельности.

Итак, анализ ответов показал, что гостиница вполне удовлетворяет потребностям гостей во время их пребывания и, в целом, постояльцы довольны качеством обслуживания в отеле, но 57 % посетителей в блоке «Какие бы дополнительные услуги Вы бы хотели видеть в гостинице «Россия»?» просят установить баню для отдыха после дороги.

Большинство гостей хотели бы посетить гостиницу «Россия» еще раз.

В большинстве случаев выбор гостиницы зависит от цены и от месторасположения, которое играет большую роль у гостей.

Для ГК «Россия» более приемлема стратегия глубокого проникновения на рынок предоставле-

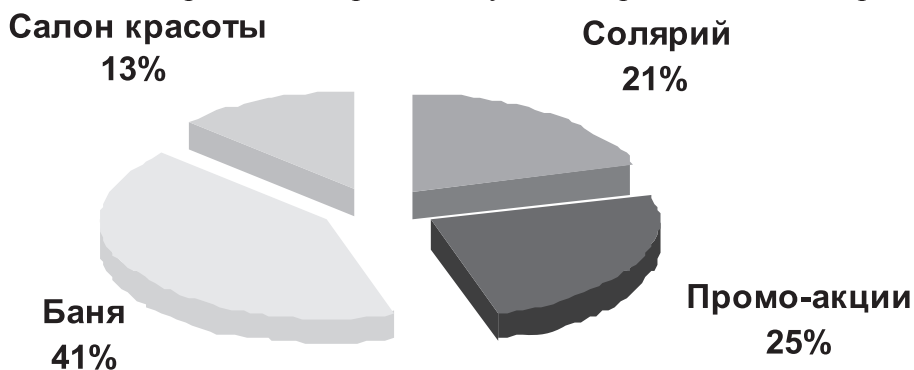


Рис. 4. Структура ответов гостей на вопрос: «Какие бы доп.услуги Вы бы хотели видеть в гостинице «Россия»?»

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

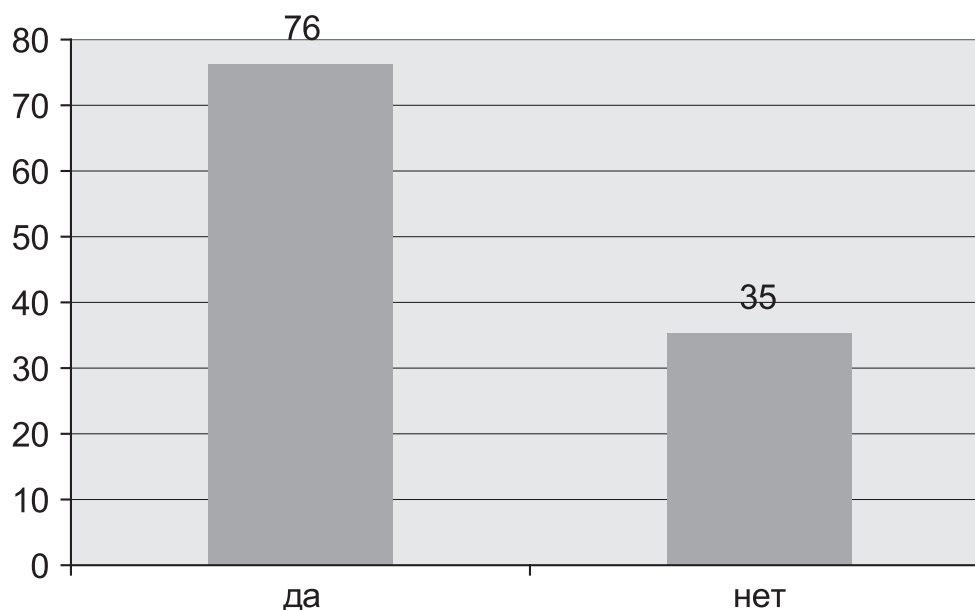


Рис. 5. Структура ответов гостей на вопрос: «Хотели ли Вы бы посетить гостиницу еще раз?»

ния услуг, так как он действует на прежнем рынке с теми же услугами, но перед ним стоит задача завоевать дополнительную долю рынка.

Для достижения этой цели предприятие использует два направления:

- повышение качества услуг;
- снижение цены на услуги.

На предприятии реализуется маркетинговый план снижения цены на услугу, как наиболее оптимальную в сложившихся экономических условиях хозяйствования предприятия, так как качество услуг на сегодняшний день как и у ГК «Россия», так и у его конкурентов удовлетворяет потребителей, и резервов увеличения качества на сегодняшний день недостаточно, чтобы увеличить долю рынка по продаже предоставляемых услуг.

Такая стратегия снижения цены на услуги выбрана не случайно: действительно, качественные услуги по предоставлению помещений в аренду и обслуживание мероприятий, в подавляющем своем большинстве, отличаются средней ценой реализации, а самые дешевые не удовлетворяют нормам качества. Таким образом, можно сказать, что основным маркетинговым планом в ГК «Россия» будет ценовая конкуренция.

По итогам опроса было выявлено, что среди 36 опрашиваемых, бренд гостиницы «Азимут От-

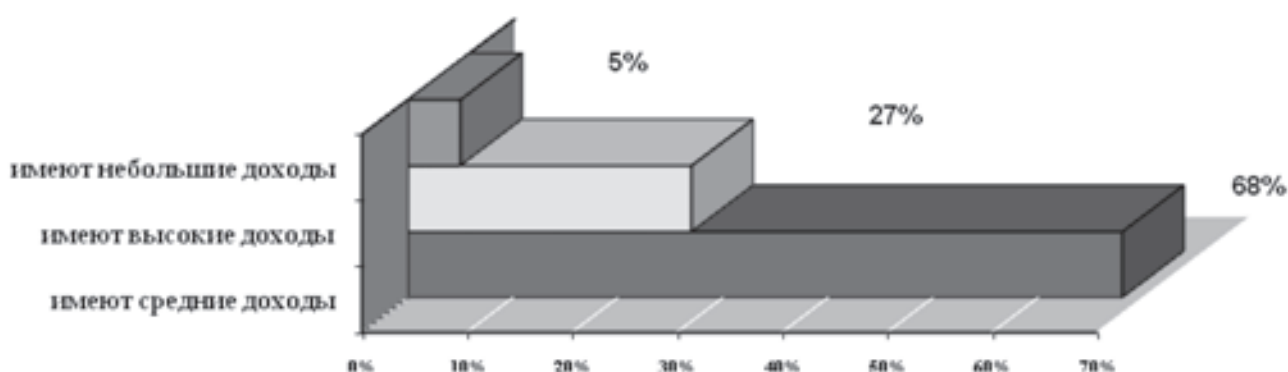


Рис. 6. Покупатели услуг фирмы по уровню доходов

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Денежные доходы покупателей являются наиболее важным фактором целевой аудитории, именно денежные доходы определяют покупательскую способность населения (рис. 6.).

Анализ показывает, что 68% покупателей отнесли себя к группе, имеющей средние денежные доходы. Поэтому фирме необходимо ориентироваться на покупателя, имеющего средние доходы. Рассмотрим процент клиентов, имеющие высшее, среднее или иное образование (рис. 7).

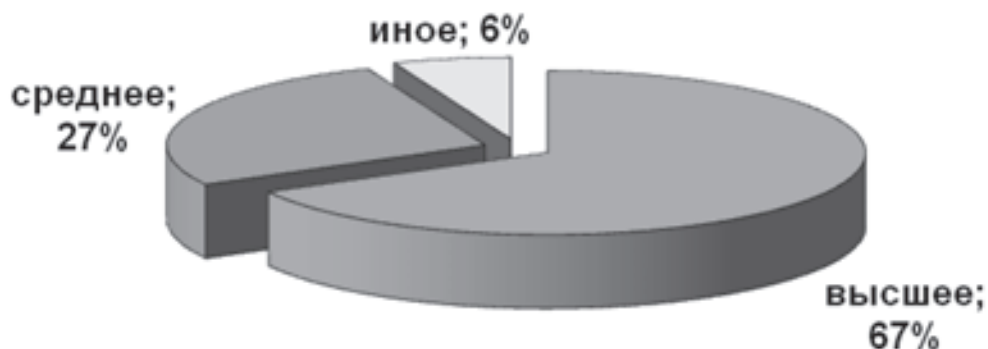


Рис. 7. Уровень образования покупателей услуг фирмы

Опрос показал, что более 67% покупателей услуг имеют высшее образование, а это значит, что фирма должна это учитывать при разработке дополнительных услуг, например экскурсии.

В 2009 году компания запустила собственную программу лояльности и партнерские программы с ведущими российскими и международными авиакомпаниями и банками, позволяющие гостям получать скидки и приятные бонусы за проживание в отелях сети. Кроме того, в каждом городе АЗИМУТ Hotels предлагает свой набор дополнительных услуг. Мы провели последний, завершающий, опрос по узнаваемости бренда ПАО «Азимут Отель Уфа» (рис. 8.).



Рис. 8. Опроса о гостинице «Азимут Отель Уфа»

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ель Уфа» узнали 86,1% респондентов, тогда как остальные неверно определили фирменный знак «Азимут Hotels».

Таблица 2. Динамика затрат на рекламу ГК «Россия» за три года

Средства рекламы	Годы			Отклонения (+, -)	Темп изменений, %
	базовый	доотчетный	Отчетный		
Печатная реклама	465	625,5	539,4	74,4	116
Реклама в прессе	8945	9381	14133	5188	157
Наружная реклама	40567	60407,1	60314,1	19747,1	148,6
Итого	50102	704136	74986,5	25009,5	149,7

Из показателей таблицы 2 можно сделать вывод, что расходы на рекламу за отчетный период увеличились на 149,7 % по сравнению с базовым годом. Анализ затрат без сопоставления с результатами не имеет смысла. Поэтому рассмотрим динамику эффективности затрат на рекламу ГК «Россия» за анализируемые года (табл. 3).

Таблица 3. Динамика эффективности затрат на рекламу ГК «Россия» за три года

Показатели	Годы		Отклонения, (+,-)	Темп изменений, %
	Доотчетный	Отчетный		
Выручка от продаж, тыс. руб.	138350	148412	10062	107,2
Затраты на рекламу, руб.	70413,6	74986,5	4572,9	106,5
Эффективность, тыс.руб.	1,81	2,22	0,41	122,7

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что в отчетном году при росте выручки от продаж на 10062 рублей эффективность затрат на рекламу возросла по сравнению с доотчетным годом, т.е. доход составил 2,22 руб. на 1 рубль затрат на рекламу, что на 0,41 % больше показателя доотчетного периода.

Следует обозначить и требования, предъявляемые к маркетинговому анализу, они соответствуют требованиям, предъявляемым к принятию решений:

- 1) поставленная цель должна быть достигнута с наименьшими затратами;
- 2) решение должно быть своевременным и оказывать воздействие на управляемый объект до тех пор, пока существуют объективные факторы, его породившие;
- 3) решение должно быть обеспечено всеми необходимыми ресурсами для его претворения в жизнь.

Библиографический список:

1. AZIMUT Отель Уфа – официальный сайт сети отелей-http://azimuthotels.com/russia/yfa/azimut_hotel_ufa
2. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе.-<http://31f.ru/diplom/651-marketingovye-issledovaniya-v-gostinichnom-biznese.html>
3. Медведев П.М. Организация маркетинговой службы с нуля. – СПб: Питер. – 2010. – С.55.
4. Мингазова Д.Н. Измерение удовлетворенности потребителя.// Серия «Все о качестве. Зарубежный опыт». – М.: НТК «Трек», 2002.-№ 33 – с.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Незаметдинова Э.В.,
ст. преподаватель

Зиязова Р.Р.,
ст. преподаватель Кыргызского Экономического Университета им. М.Рыскулбекова

Малые предприятия являются неотъемлемой частью эффективной экономики. Во всех развитых индустриальных странах сфера малого бизнеса играет важную роль в экономической системе государства. Заполняя вакуум между громоздкими гигантами, малые предприятия в некотором смысле цементируют экономику, используют пустующие рыночные ниши и стимулируют деятельность крупных корпораций. На предприятия малого бизнеса возложены вполне определенные функции, которые не выполняются или выполняются в недостаточной степени другими хозяйствующими субъектами. Небольшие фирмы играют роль фундамента рыночной экономики, связывают воедино все ее звенья. Эта функция малых предприятий предотвращает явление так называемой «лоскутной экономики», при которой изобилие одних товаров имеет место наряду с дефицитом других.

Другая важнейшая особенность мелких фирм – поддержание конкуренции, что обеспечивается их многочисленностью, гибкостью, большей свободой ценовой политики. Малые предприятия ускоряют заполнение товарного рынка требующимися потребителям товарами и внедрение несложных научно-технических достижений.

Но в то же время особенностью малого бизнеса, как и любого другого законопослушного бизнеса, является его универсальность, т.е., развиваясь и работая в собственных интересах, малый бизнес способствует развитию экономики и государства в целом. Эта деятельность в равной степени полезна как для всей экономики страны, так и для каждого гражданина в отдельности и поэтому заслуженно получила соответствующее государственное признание и поддержку [4, с.2].

В настоящее время в экономической литературе не существует единого строгого и устоявшегося определения малого предприятия. По мнению ряда авторов, такое определение всегда должно быть увязано с конкретной задачей исследования, масштабами страны, сферой производства и т.д., иначе говоря, раскрываться по контексту [5, с.128].

Развитие сферы малого предпринимательства способствует решению многих социально-экономических проблем – создание среднего класса, снижение безработицы, формирование рациональной структуры экономики, рост доходной части бюджетов всех уровней и др. Чем больше сектор гибких и подвижных малых предприятий и чем выше количество занятых в малом бизнесе, тем выше стабильность экономики.

Таблица 1. Уровень развития малого предпринимательства в разных странах

Страна	Число предприятий и предпринимателей, тыс. чел	Доля занятых на предприятиях, %	Доля продукции, %
Кыргызстан	439,2	19,1	39
Германия	2290	46	50-52
Франция	1980	49	55-56
Англия	2630	54	50-53
Италия	3920	73	57-60
Япония	6450	78	52-55
США	19300	нет данных	50-52

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

В Кыргызстане малый и средний бизнес как субъект экономики существует уже десятки лет и является одним из важнейших объектов реформ, направленных на создание эффективно работающей экономической системы – одной из составляющих успешного развития государства в целом. В соответствии с законодательством КР, под субъектами малого предпринимательства понимаются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, а также коммерческие организации и предприятия, осуществляющие экономическую деятельность с объемом валовой выручки до 3 000 000 сомов в год, в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия):

- в промышленности – 35 человек;
- в строительстве – 75 человек;
- на транспорте – 35 человек;
- в сельском хозяйстве – 50 человек;
- в научно-технической сфере – 25 человек;
- в оптовой торговле – 30 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 25 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 25 человек

[3, ст.3].

Необходимо определиться, как можно охарактеризовать менеджмент на малом предприятии. Менеджмент определяется как система принципов, методов, средств и форм управления, направленная на рациональное использование всех ресурсов предприятия во имя достижения поставленных целей.

Малыми предприятиями руководит сам предприниматель или наемный работник – менеджер. Помимо управления предприятием, ему приходится организовывать собственную работу. Круг выполняемых функций и лежащих на предпринимателе обязанностей шире, чем у наемного менеджера крупного предприятия, поскольку ему приходится выполнять полный цикл процедур управления всеми сторонами работы компании и принимать по ним решения. В результате может возникнуть ситуация, когда решение второстепенных вопросов начнет отодвигать на задний план решения первостепенных стратегических задач. Такое положение может негативно сказаться в инновационной сфере деятельности [6, с.50].

На малом предприятии добавляется еще и своя специфика, исходя из того, что, например, круг вопросов, охватываемых руководителем, весьма широк, или из того, что хочет того руководитель или нет, ему приходится теснее сотрудничать с подчиненными, чтобы они продуктивнее работали. Именно достижение продуктивности работы предприятия, получение конкретных результатов характеризуют менеджера (руководителя) как специалиста по управлению.

В этой связи различают менеджера (руководителя) по вкладу (выполнение соответствующей функции) и по результатам (иногда такой подход называют «управление по целям»).

Таблица 2. Различия подходов к управлению малым предприятием

Руководитель по результатам	Руководитель по вкладам
В своей деятельности принимает во внимание окружение как своего предприятия, так и внешнее	Активность концентрируется только на своих подчиненных и коллегах по работе
Вырабатывает принципы деятельности для своих подчиненных и для всего предприятия	Осуществляет принципы деятельности, выработанные другими

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Делегирует значительную долю другим, выступая хорошим «тренером»	Стремится держать все ниточки управления в своих руках, выступая в качестве «игрока»
Принимает во внимание требования сложившейся ситуации	Действует схематично даже в изменяющихся условиях
Дает подчиненным возможность показать себя	Стремится сам преподнести как свои, так и чужие идеи
Поощряет подчиненных ставить перед собой высокие цены	Заинтересован в основном только своей карьерой
Способен отличить существенное от несущественного (в смысле рационального использования времени)	Застревает в рутинных вопросах, на решение которых уходит большая часть его времени
Стремится совершенствоваться в областях, которые ему малоизвестны	Ограничивает свои интересы теми специальными областями, которые освоены им во время учебы и на практике
Прибегает к конструктивной критике деятельности организации	Критикует методы работы
Не боится риска и ответственности	Боится риска и стремится действовать наверняка

Но есть и другой тип руководителя, более предпочтительный для малого предприятия, так как малая фирма должна быть, по определению, более гибкой (что способствует быстрой адаптации к изменениям условий внешней среды) – тип руководителя по результатам. Мудрые владельцы малых предприятий подбирают управленческий персонал для фирмы именно такого типа руководства при совмещении полномочий собственника и руководителя.

Успехи и неудачи предприятия – это, в первую очередь, успехи и неудачи управления. И если малое предприятие работает плохо и нерентабельно, хозяину следует задуматься и, может быть, заменить не рабочих, а управляющего менеджера.

Кыргызский малый бизнес действует в условиях неустойчивой среды. Добиться успеха здесь невозможно, если дожидаться изменений и затем на них реагировать. Руководители, менеджеры малого бизнеса должны действовать как предприниматели. Это означает, что предприимчивый менеджер активно ищет возможности, добивается изменений и совершенствования работы фирмы, не боится риска, связанного с организацией нового предприятия или разработкой новых идей, продукции, вида услуг.

В этих целях менеджер не только сам должен быть предпринимателем, но и стремиться культивировать дух предпринимательства на предприятии, в коллективе, создавая атмосферу подлинно творческой деятельности, давая простор для использования индивидуальных способностей каждого сотрудника [2, с.12].

Современная система управления на малом предприятии должна быть простой и гибкой. Ее главным критерием должно быть обеспечение эффективности и конкурентоспособности работы предприятия. Это особенно важно для предприятий малого бизнеса, где без соблюдения этих условий трудно рассчитывать на успех.

Организация управления предполагает решение следующих вопросов:

- создание структуры предприятия;
- распределение полномочий.

Ключевым аспектом организации управления является создание структуры предприятия. Под структурой понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых взаимоотношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого [7, с. 9]. Элементами структуры являются отдельные работники,

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

службы и другие звенья аппарата управления. В рамках структуры протекает управленческий процесс (движение информации и принятие управленческих решений), между участниками которого распределены задачи и функции управления, а, следовательно, права и ответственность за их выполнение.

Организационная структура предприятия есть средство для достижения поставленных целей и задач. Работа над структурой должна начинаться с целей и стратегии. Структура следует за стратегией, определяется ею, т.е. структура меняется тогда, когда меняется стратегия.

Прежде чем определить структуру, необходимо проанализировать все виды деятельности, необходимые для функционирования предприятия, выделить ключевые из них, от которых зависит успех дела, затем распределить их по блокам.

Как показывает опыт, один из основных факторов, способствующих разорению малых предприятий – нехватка управленческих знаний у владельцев и управляющих этих предприятий. Поэтому они вынуждены прибегать к услугам консультационных фирм или привлекать на работу профессиональных менеджеров.

Жизнеспособными сегодня в Кыргызстане оказываются те малые предприятия, которые внедряют формы и методы управления, основанные на стратегии предприимчивости. Успех деятельности таких фирм обеспечивают систематические инновации в области продукции или услуг, позволяющие создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. В условиях рынка с его жесткой конкуренцией выживает и успешно развивается тот, кто «держит руку на пульсе» развития спроса и предложения и изменяет характер и направленность производства в соответствии с их требованиями.

Иными словами, главным требованием к управлению малым предприятием в условиях рынка является обеспечение его адаптивности (приспособляемости и гибкости) к меняющимся условиям хозяйствования.

Кыргызский малый бизнес многообразен. Он различается по целому ряду факторов, и каждый из них в той или иной степени влияет на особенности управления конкретной фирмой. Среди таких факторов следует отметить размер предприятия, численность и состав работающих, форму собственности, отрасль деятельности, объем и ассортимент выпускаемой продукции или услуг, организационную структуру предприятия и др.

Наибольшее влияние на определение конкретной организации управления оказывает размер предприятия, а точнее численность персонала. В зависимости от численности работающих на предприятии имеет свою специфику и менеджмент.

Задача менеджера (руководителя) фирмы заключается в том, чтобы с учетом всей совокупности специфических факторов конкретного предприятия определить оптимальную систему управления в целях достижения успеха.

Библиографический список:

1. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство. Теория и практика.-М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003.
2. Бухвальд Е., Виленский А. Дать шанс становлению малого бизнеса регионов // Бизнес и банки №12 – 2000.
3. Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 25.05.2007 г. №73
4. Касьянов А.В. Все о малом предпринимательстве. -М.: Бизнес, 2008.-347 с.
5. Крейнер Г.Б. и др. Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. – М.: Наука, 2002. – 166 с.
6. Переверзев М.П., Лунева А.М. Основы предпринимательства.-М.:ИНФРА-М, 2009. – 176 с.
7. Розенков Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2012. – 192 с.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ПРИМЕНЯЕМАЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сарварова В.Ф.,

Доманина Е.В.,

Пилипенко А.В.,

магистр экономики, ст. преподаватель, Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация. Данная статья посвящена проблемам анализа финансовой отчетности производственного предприятия. Проведенное исследование отражает зависимость финансовых показателей на конечные результаты деятельности фирмы.

This article deals with the problems of the analysis of financial statements of the industrial enterprise. The study reflects the dependence on the financial performance outcomes of the firm.

Управление коммерческим предприятием, которое может заниматься абсолютно любым видом деятельности, в любой отрасли, – задача не из лёгких. Она находится в пределах полномочий руководителей. И одним из составляющих элементов, имеющих существенное значение, в процессе управления будет являться анализ деятельности предприятия, в частности анализ, проводимый по данным финансовой отчётности.

Известно, что существует широкий перечень показателей, которые могли бы быть рассчитаны и по результатам которых, можно было оценить ликвидность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия. Но, по мнению ряда экономистов, расчёт всего имеющегося разнообразия показателей не всегда является целесообразным. Поэтому на примере ОАО «Спутник» в данной статье будут рассмотрены возможность определения оптимального, по мнению авторов, количество показателей достаточного для того, чтобы осуществлять эффективное оперативное управление.

Основными направлениями деятельности ОАО «Спутник» является производство яйца кур, уток, гусей и разведение молодняка по этим видам птицы, а также производство и переработка мяса птицы, производство продукции растениеводства.

Так, по фактической ситуации на предприятии, говорить о востребованности финансовых отчётов для целей управления и о качестве их составления не приходится, но, тем не менее, без ряда показателей обойтись не возможно [3].

По мнению автора статьи «Использование финансового анализа для управления компанией» Кубышкина Игоря, директора по консалтингу Департамента управленческого консалтинга компании IBS, выбор показателей будет, во-первых, зависеть от стратегии и цели компании. В указанной статье приводятся примеры из личных опытов ряда должностных лиц различных передовых компаний. Например, Кадырова Екатерина, являющаяся финансовым директором медицинского центра «АСК – Мед», считает, что важно учитывать и сроки проведения анализа, которые также будут определяться с учётом специфики деятельности фирмы и в зависимости от требований топ – менеджмента. Кроме того, определяющим могут оказаться возможности компании по сбору данных для управленческой отчетности. Существуют и компании, для которых не составит труда осуществлять ежемесячный, еженедельный или даже ежедневный анализ, так как они оснащены довольно развитой информационной базой [4].

Своим опытом, также в рамках данной статьи делится заместитель финансовой компании «Фосагро», находящейся в Москве, Черепанов Андрей, по мнению которого достаточно 5–7 показателей для того чтобы провести оперативный анализ и оценить эффективность деятельности фирмы.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Так, например, если компания по большей мере прибегает к использованию заёмного капитала, то ей стоит осуществлять расчет таких показателей, как ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость и, исходя из этого, важно учитывать и тот фактор, что заёмные средства целесообразно использовать только тогда, когда они обеспечивают прирост собственного капитала, а для этого необходимо произвести расчёт эффекта финансового рычага [6].

Мы предлагаем использовать систему показателей, которые должны быть рассчитаны при проведении анализа по данным финансовой отчётности (таблица 1).

Таблица 1. Финансовые показатели, используемые для управления предприятием (периодичность расчета – квартал/год) [4]

Показатели	Алгоритм расчета
Ликвидности	
Коэффициент текущей ликвидности	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам)
Коэффициент промежуточной ликвидности	Отношение наиболее ликвидных активов компании и дебиторской задолженности к краткосрочным обязательствам
Коэффициент абсолютной ликвидности	Отношение наиболее ликвидных активов компании к краткосрочным обязательствам
Финансовой устойчивости	
Коэффициент общей платежеспособности (доля собственных источников финансирования активов)	Отношение величины акционерного капитала к суммарным активам
Коэффициент автономии	Отношение собственных средств к общей сумме активов
Коэффициент финансовой зависимости	Соотношение заемного и собственного капиталов
Доля собственных источников финансирования оборотных активов	Отношение собственного капитала (за вычетом внеоборотных активов, долгосрочных пассивов и убытков) к оборотным активам
Коэффициент покрытия процентных выплат	Отношение операционной прибыли к расходам на выплату процентов
Эффективности основной деятельности	
Прибыльность продаж	Отношение прибыли от реализации к выручке от реализации
Рентабельность продукции	Отношение прибыли от реализации к затратам на производство и реализацию
Эффективности использования капитала	
Рентабельность активов, ROA	Отношение чистой прибыли к среднегодовой величине активов
Рентабельность инвестированного капитала, ROIC	Отношение величины прибыли до выплаты процентов и налогов, умноженной на разницу между единицей и налоговой ставкой, к сумме заемного и собственного капиталов
Рентабельность оборотного капитала	Отношение чистой прибыли к текущим активам
Рентабельность собственного капитала, ROE	Отношение чистой прибыли к собственному капиталу
Деловой активности	
Коэффициент фондоотдачи	Отношение выручки от реализации к средней стоимости внеоборотных активов за период

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Коэффициент оборачиваемости всех активов	Отношение выручки от реализации продукции к средней стоимости активов за период
Коэффициент оборачиваемости запасов	Отношение себестоимости продукции, реализованной за отчетный период, к средней величине запасов в этом периоде
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	Отношение выручки к средней величине оборотного капитала за период

По данным представленным в другой статье «Наиболее распространенные финансовые показатели», автором которой является Рябых Д., к основным показателям, которые должны быть рассчитаны для проведения оперативного анализа, относятся [7]:

- коэффициенты ликвидности;
- коэффициенты финансовой устойчивости;
- коэффициенты рентабельности;
- коэффициенты деловой активности;
- инвестиционные критерии.

При этом для некоторых показателей предусматриваются нормативные значения, которые находятся в определённом диапазоне и, исходя из полученных результатов показателей, делаются выводы и принимаются управленческие решения.

Также, автор данной статьи упоминает о том, что для различных отраслей устанавливаются различные диапазоны значений показателей.

Если два вышеуказанных перечня финансовых показателей примерно совпадают, то в рамках статьи Кубышкина И., финансовым директором медицинского центра «АСК – Мед» Кадыровой Екатериной приводятся и ряд других играющих не менее важную роль в анализе эффективности деятельности фирмы [4]:

- показатели соотношений дебиторской и кредиторской задолженности;
- сроки задолженности;
- оборачиваемость;
- частота и продолжительность задержек платежей;
- маржинальный доход.

Упоминается в статье и довольно распространённые и часто применяемые показатели динамики, по которым проводится горизонтальный и вертикальный анализ.

Итак, опираясь на опыт современных представителей крупных компаний, проведём анализ финансовой отчётности ОАО «Спутник» за 2012 – 2014 гг.

Таблица 2. Динамика показателей ликвидности баланса за 2012-2014 гг.

показатели	годы			нормативное значение	отклонение в динамике		
	2012	2013	2014		2013 от 2012	2014	
						от 2012	от 2013
Текущая ликвидность	72096	91389	82484	+	19293	10388	-8905
Общий показатель платежеспособности	8,3	11,2	7	≥ 1	2,9	-1,3	-4,2
Коэффициент абсолютной ликвидности	6,9	8,6	1,69	0,2-0,7	1,7	-5,21	-6,91
Коэффициент критической оценки	8,4	12,1	5,7	0,7-1,2	3,7	-2,7	-6,4
Коэффициент текущей ликвидности	30,3	40,4	20,1	1,2-1,7	10,1	-10,2	-20,3

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Коэффициент маневренности функционального капитала	0,7	0,7	0,8	min	0	0,1	0,1
Доля оборотных средств в активах	0,5	0,6	0,54	>0,5	0,1	0,04	-0,06
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,89	0,9	0,9	>0,05	0,01	0,01	0
Перспективная ликвидность	236913	214507	238510	+	-22406	1597	24003

Показатели текущей и перспективной ликвидности положительные, то есть предприятие считается платежеспособным. Все показатели за 2012-2014 гг. выше нормативных значений, некоторые из них в несколько раз. То есть предприятие может покрыть свои обязательства за счет любых активов в разы больше, чем у него есть.

Показатели текущей и перспективной ликвидности положительные, то есть предприятие считается платежеспособным [2].

Коэффициент абсолютной ликвидности увеличился в 2013 году в связи с ростом денежных средств и денежных эквивалентов и снижением величины текущих обязательств.

В 2014 году произошло снижение данного коэффициента, так как снизилась сумма наиболее ликвидных активов и ростом текущих обязательств.

Коэффициент критической оценки изменялся так же, как и выше рассматриваемый показатель. В связи с ростом дебиторской задолженности, финансовых вложений и денежных средств в 2013 году он увеличивается, а затем снижается в 2014 году до значения 5,7.

Так как, происходил прирост оборотных активов в структуре активов предприятия, в 2013 году коэффициент текущей ликвидности увеличился, а в связи с ростом текущих обязательств в 2014 г. снизился.

У предприятия имеется значительная доля запасов в структуре активов, в связи с чем, коэффициент маневренности функционального капитала высокий и увеличивается в динамике, что является негативной тенденцией, то есть большая доля рабочего капитала обездвижена в материальных оборотных активах. Темпы роста запасов опережают темпы роста выручки, что может привести к затовариванию предприятия [5].

Доля оборотных средств в активах находится в норме допустимого значения. В 2013 году увеличивается до 60 %, в 2014 г. снижается до уровня 2012 г. и составила – 50%.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами в течение анализируемого периода не изменялся и составлял 0,9, то есть 90 % средств предприятий являются собственными и финансирование текущей деятельности происходит в основном за счет собственных средств.

Таблица 3. Динамика показателей финансовой устойчивости за 2012-2014 гг.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	условия стабильности
Коэффициент капитализации	0,065	0,05	0,05	$\leq 1,5$
Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	0,89	0,9	0,9	$\geq 0,5$
Коэффициент финансовой независимости	0,94	0,95	0,95	$\geq (0,4-0,6)$
Коэффициент финансирования	15,4	20,9	19,5	$\geq 0,7$
Коэффициент финансовой устойчивости	0,98	0,99	0,97	$\geq 0,6$

По данным таблицы 3, можно сделать вывод о том, что предприятие использует для финансирования своей деятельности минимальную долю заемных средств, преимущественно используя собственный капитал.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Коэффициент обеспеченности собственными средствами подтверждает данный вывод, поскольку его значение отражает долю собственных средств в балансе предприятия, таким образом, организация имеет 90 % собственных источников [1].

Показатель финансовой независимости показывает удельный вес собственного капитала в структуре пассивов баланса, который равен 95%.

Коэффициент финансирования принимает значение на много превышающее нормативное, в связи со снижением заемного капитала, и соответственно приростом собственного, данный показатель увеличивается в 2013 г., а в 2014 г, снижается из-за прироста краткосрочной задолженности компании.

Почти 100% активов предприятия финансируются за счет устойчивых источников, то есть за счет суммы денежных средств собственного капитала и долгосрочных обязательств организации, что отражает последний показатель таблицы 3.

На последнем этапе анализа ОАО «Спутник» рассмотрим систему показателей рентабельности.

Таблица 4. Динамика показателей рентабельности за 2012-2014 гг.

Показатель	2012	2013	2014	Отклонение в динамике 2014 от 2012	Отклонение в динамике 2014 от 2013
Рентабельность продаж	26,3%	11,4%	14,2%	-12,1%	+2,8%
Рентабельность собственного капитала	17,2%	9,6%	9,0%	-8,2%	-0,6%
Рентабельность заемного капитала	286,5%	179,8%	190,0%	-96,5%	+10,2%
Рентабельность затрат	33,8%	15,3%	16,0%	-17,8%	+0,7%
Рентабельность внеоборотных активов	35,4%	20,9%	18,6%	-16,8%	-2,3%
Рентабельность оборотных активов	29,8%	16,3%	15,9%	-13,9%	-0,4%

Большая часть показателей рентабельности в течение рассматриваемого периода снижаются и принимают отрицательную тенденцию.

Прирост демонстрирует показатель рентабельности продаж, который в 2014 г. увеличился на 2,8 %, то есть на 1 тыс. руб. выручки приходится 2,8 % чистой прибыли.

Также в 2014 г. увечилась доходность заемного капитала на 10,2 %.

Однако данные значения прироста некоторых показателей доходности несравнимы с темпами их снижения в 2013 г., то есть в отчетном периоде рентабельность не достигла уровня даже 2012 г.

Судя по показателю рентабельности собственного капитала, можно отметить, что он принимает тенденцию снижения, и это может означать неэффективное использование заемного капитала, на фоне этого, существует риск потери доходности собственных средств.

В 2014 году прослеживается прирост рентабельности затрат на 0,7 %, то есть организация нашла резервы снижения затрат, либо увеличение прибыли, привело к росту их доходности.

Предприятие ОАО «Спутник» успешно функционирует, о чем свидетельствуют показатели коэффициента анализа, высокая доля собственных источников финансирования, высокие значения показателей рентабельности.

Компания является абсолютно независимой с точки зрения финансовой деятельности, финансово устойчивой и платежеспособной.

В течение рассматриваемого периода были замечены значительные отклонения показателей от нормативного значения, что было связано чаще всего с высокой долей собственного капитала предприятия.

Для более эффективной работы предприятия необходимо:

- провести ряд мер по повышению выручки: выход на новые рынки с последующей продажей большего объема продукции;

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

- снижение себестоимости может помочь, но в условиях кризиса (экономические запреты, инфляция) рискованно ставить на этот показатель, поскольку он может отразиться на качестве продукции;
 - более рациональное использование возросшего заемного капитала;
 - не допускать затоваривания в условиях растущего объема запасов;
- Также дополнительно для лучшего отражения ситуации стоит предоставить данные:
- об акциях компании на бирже;
 - других формах бухгалтерской отчетности: движение денежных средств, изменениях капитала.

Библиографический список:

1. Бурцев А. Л., статья: «Анализ финансовой устойчивости организации: теория и сфера применения», 2013
2. Васильева Л. С. Финансовый анализ: учебник / Л. С. Васильева, МВ. Петровская. – М.: КНОССРТ, 2009. – 544 с.
3. Гермалович Н.А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /Н.А. Гермалович. – М: Финансы и статистика, 2011. – 346 с.
4. Кубышкин И. /Использование финансового анализа для управления компанией// Финансовый директор/№ 4 – 2005 г. – http://www.cfin.ru/finanalysis/reports/finance_management.shtml
5. Пилипенко А.В., Лазарева О.С. Субъекты малого предпринимательства: понятие и классификация. В сборнике: The Seventh International Conference on Economic Sciences Proceedings of the Conference. 2015. С. 47-52.
6. Ровенских В.А. и Слабинская И.А. «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» – М.: Финансы и статистика, 2011. – 416 с.
7. Рябых Д. /Наиболее распространенные финансовые показатели/ -<http://www.cfin.ru/finanalysis/finratios.shtml>
8. Метелев С.Е., Е.А. Кандрашина Финансовый менеджмент. Омск: Издатель Погорелова Е.В., 2008.
9. Метелев И.С. Методология финансового подхода в управлении затратами предпринимательских структур: особенности применения в экономике инновационного типа. наука о человеке: гуманитарные исследования. 2014. № 4 (18). с. 241-245.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Сагиева А.Т.,
и.о. доцента кафедры КГЮА при Правительстве Кыргызской Республики

В статье рассмотрены тенденции развития малого предпринимательства Кыргызской Республики и его роль в развитии рыночной экономике страны. Выявлены и проанализированы основные факторы, влияющие на сдерживание развития и успешного функционирования малого бизнеса.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

The article examines trends in the development of small business of the Kyrgyz Republic and its role in the development of the country's market economy. It identifies and analyzes the main factors influencing the development of containment and successful operation of small businesses.

Предпринимательство в любой стране может развиваться при наличии определенных внутренних и внешних факторов, в совокупности обеспечивающих благоприятные возможности для развития цивилизованного устойчивого и успешного предпринимательства. Феномен предпринимательства [1] заключается в том, что оно является той движущей силой, которая заставляет функционировать другие факторы производства, такие как земля, труд и капитал. Речь, в первую очередь, идет о той колоссальной работе, которую осуществляет предприниматель по созданию фирмы или развитию существующей путем активизации всех факторов производства во внешней и внутренней среде для удовлетворения своих потребностей. Именно благоприятная среда создает разнообразие и эффективность предпринимательской деятельности. В связи с этим внешняя среда является условием зарождения и развития бизнеса, а деятельность предприятия во внутренней среде заключается в эффективном использовании внешних условий и факторов для достижения собственных коммерческих интересов. Как совершенно ясно теперь, в трудах – классиков фактически изложена точка зрения о новаторской инновационной функции предпринимательства, базирующаяся на постоянном комбинировании факторов производства, на поиске новых возможностей для достижения наилучших результатов. В связи с этим большое значение приобретают указания ученых о развитии конкуренции предпринимателей, об ограничении монополистической деятельности, а также против вмешательства государства в свободную предпринимательскую деятельность, о роли таких регуляторов предпринимательства, как налоги, проценты, акцизы и др.

В рыночной экономике субъектами, участвующими в хозяйственных отношениях, выступают собственно предприниматели, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск и под свою исключительную экономическую и юридическую ответственность, а также коллективы предпринимателей и предпринимательские ассоциации. В условиях рыночной экономики их деятельность понимается как предпринимательская деятельность.

Предпринимательство определяется как система производства для удовлетворения потребностей и желаний общества. Главным субъектом выступает предприниматель как движущая сила и посредник, который рационально соединяет ресурсы, организует и управляет процессом воспроизводства на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода.

Развитие предпринимательства определяется формированием благоприятных условий для предпринимательской деятельности, прежде всего наличием необходимых условий для свободы частного сектора и обеспечением его скорейшего роста в благоприятной среде конкуренции. Это достигается созданием законодательной и нормативной базы, необходимой для эффективного развития рыночных отношений, формированием элементов рыночной инфраструктуры (которая должна в полной мере обеспечить предпринимательскую деятельность), эффективным использованием экономических инструментов для регулирования предпринимательской деятельности. Важными показателями, характеризующими уровень развития предпринимательства, являются степень экономической свободы и формирование благоприятного инвестиционного климата в стране.

В Кыргызстане научным исследованием функционирования предпринимательства активно занимаются последние 20-30 лет. Объясняется это тем, что сам процесс возрождения предпринимательства начался на рубеже 80-90-х годов прошлого столетия. Важно конечно понять, что до этого момента научные исследования были направлены на поддержку социалистической системы управления. Только с распадом Советского Союза мы приобретаем собственный опыт становления предпринимательства как основного стержня рыночной экономики.

Проблема становления и развития предпринимательства в рыночных условиях изучается и исследуется учеными Кыргызстана с 80-х годов. В целом же такое явление как предпринимательство еще только получает свое теоретическое обоснование как важный фактор экономического роста в

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

рыночной экономике. Труды ученых направлены в основном на изучение самой предпринимательской деятельности, но необходимо также исследовать факторы, при которых может формироваться, существовать и развиваться этот вид деятельности. Поэтому, несмотря на большое количество публикаций, посвященных различным аспектам предпринимательства, исследование этой важной проблемы требует дальнейшей разработки. Современная ситуация диктует необходимость глубокого изучения вновь возникающих факторов предпринимательства, уточнения и пересмотра отдельных положений, адекватных рыночным преобразованиям. Об этом свидетельствует существование терминологической несогласованности, теоретической неопределенности ряда вопросов исследуемой проблемы. Кроме того, большинство публикаций ограничиваются рассмотрением частных вопросов функционирования предпринимательства и поэтому носят фрагментарный характер. Действительно, современным исследованиям свойственен узко экономический подход к рассмотрению проблем, что, в свою очередь, ограничивает их анализ в условиях системных трансформационных преобразований. Таким образом, возникает необходимость в исследовании факторов, влияющих на развитие предпринимательства, реакций на изменения внешней и внутренней среды и механизма государственного регулирования.

В связи с этим одним из важнейших условий существования предпринимательства является фактор государственных гарантий на сохранность и развитие предпринимательской среды в стране. Поэтому основное внимание уделено государственному регулированию и поддержке предпринимательства, как одному из важнейших факторов развития.

Ниже представлена характеристика важнейших факторов, влияющих на предпринимательскую среду: [2]

1. Экономические факторы: тенденция роста валового национального продукта, уровень инфляции, уровень безработицы, фискальная политика, уровень контроля над ценами и оплатой труда и др. Экономические проблемы, порожденные именно недостатками государственной экономической политики, являются первым ограничивающим фактором развития предпринимательства.

Государственная налоговая система на сегодняшний день является одним из сложных факторов, регулирующих предпринимательскую деятельность. Это связано с тем, что с одной стороны государство пополняет бюджет за счет налогов, но с другой стороны увеличение налогового бремени приводит к снижению количества добросовестных предпринимателей. Возможно, увеличение налогов приведет к увеличению объема теневой экономики, что в итоге плохо отразится на бюджете государства. На сегодняшний день картина налоговых поступлений по республике позитивная за анализируемый период с 2010 по 2014 г. В 2010 г. поступление налоговых доходов составило 19981147,6 тыс. сом, а в 2014 г. 39362731,0 тыс. сом, что в процентном соотношении увеличилось на 96%.

1. Социальные факторы – это прожиточный минимум и уровень жизни населения, потребительская активность, уровень рождаемости, демографические изменения и др. В нашей небольшой республике остро стоит вопрос о прожиточном уровне населения, который составил, например, для отечественных пенсионеров в 2012г. 2886 сом, а прожиточный минимум составил в среднем на душу населения 3146 сома. [3]

2. Эти показатели снижают уровень активного потребления предпринимательских услуг, что приводит к снижению получаемой прибыли.

Это одна из причин, по которой наши соотечественники покидают Кыргызстан и мигрируют в ближнее зарубежье в Россию и Казахстан.

3. Ресурсные факторы включают защиту окружающей среды, обеспечение энергией, использование природных ресурсов и т.п.

Нам необходимо научиться использовать достаточное количество ресурсов, не нарушая при этом устойчивости и равновесия параметров окружающей среды. Время неограниченных ресурсов прошло и, как показывает мировой опыт, устойчивое развитие предприятия в большей степени зависит не столько от реальных ресурсных возможностей, сколько от инновационного характера предпринимательства.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

4. Технологические факторы – это уровень затрат на научные исследования, технологические нововведения, защита патентов и изобретений.

5. Институциональные факторы – развитие банковской системы, развитие страхового дела, развитость каналов снабжения и сбыта, наличие

рыночных посредников (консультационные, юридические, рекламные, транспортные и т.п. агентства), развитие средств связи и информационного обеспечения – обуславливают интенсивность товарообменных операций, расширяя возможности для предпринимательской деятельности.

6. Правовые факторы – степень развития хозяйственного права, регулирование взаимоотношений агентов хозяйственного оборота, законодательная защита предпринимательства, характер регулирующего вмешательства государства – не только обеспечивают предпосылки предпринимательской деятельности, но и определяют уровень ее активности.

7. Политические факторы – устойчивость политических институтов, характер взаимоотношения общества и государства, способы управления и принятия решений – обуславливают социальную интегрированность предпринимательства в общество и его идеологию

Основная часть трудностей и препятствий на пути развития предпринимательства в Кыргызской Республике лежит за рамками самой сферы предпринимательства. Для развития предпринимательства в Кыргызской Республике предстоит решить комплекс проблем на уровне государства, классифицированных по следующим направлениям:

Первыми идут политические проблемы, негативно влияющие на предпринимательский климат.

Вторыми идут экономические проблемы, порожденные недостатками экономической политики, определяющей основные параметры макроэкономической среды.

Третью ступень занимают организационные проблемы внутри предприятий и во внешней среде негативно воздействующие на эффективность функционирования предприятий.

Четвертыми следуют проблемы, касающиеся социально-культурных аспектов осуществления предпринимательской деятельности.

Недостатки и неудачи деятельности субъектов малого и среднего бизнеса определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых и средних предприятий. При росте численности особенно малых предприятий, развитой инфраструктуре и надлежащей государственной поддержке малые и средние предприятия является важным фактором решения проблем занятости населения.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого и среднего бизнеса ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования национальной экономики переходных стран.

Практика показывает, что технический прогресс, наиболее полное удовлетворение потребительского спроса сегодня во многом определяются эффективностью работы небольших предприятий. Высокие темпы внедрения нововведений, мобильность технологических изменений, внедрение изобретений, быстрый рост сферы услуг и занятости, острая ценовая и неценовая конкуренция, ведущая, с одной стороны, к снижению цен, а с другой – к тому, что потребитель получает продукцию и услуги высокого качества, возможность для государства получать большие средства в форме налоговых поступлений – все это и составляет вклад малых и средних предприятий в национальную экономику.

Итак, вышеуказанные проблемы требуют принятия конкретных мер со стороны государства, в связи, с чем назрела необходимость в разработке Государственной программы с учетом накопленного опыта программно-целевой поддержки предпринимательства в республике, на основе исследований тенденций изменения ситуации в предпринимательстве, прогнозируемых оценок его дальнейшего развития. Меры государственной поддержки должны быть динамичными и иметь инновационную направленность экономических отношений, к которым и относится лизинговые и франчайзинговые партнерства.

Библиографический список:

1. Аюпов А.Н. Экономические, социальные и правовые условия, необходимые для развития предпринимательства. Бишкек, 2013.
2. Бусыгин А.В. Предпринимательство в 2-х томах. – М.: Интер-пракс, 2010.– 207.с.
3. Горфинкель В.Я., Швандар В.А., Купряков Е.М. и др. Курс предпринимательства. – М., Финансы, ЮНИТИ, 2011, с.147-148/
4. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство.– М.: ИНФРА, 2012, с.19.
5. Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской республике 2010-2014.Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Бишкек 2014.
6. Программа развития предпринимательства на 2010-2014гг. Постановление Правительства КР от 15.08.2010 года № 448.
7. Метелев С.Е. Эффективная экономика современности. / Коллективная монография. – Одесса: Куприенко С.В., 2012 – 186 с.
8. Метелев С.Е., Мурзагаянова З.З. Малое предпринимательство нуждается в поддержке государства // Человек и труд. – 2007. – №2. С.79-83.
9. Метелев С.Е., Кувалдина Т.Б.,Нагибнева Ю.О. Предприятие малого бизнеса: правовое регулирование деятельности, бухгалтерский учет и налогообложение / Учебное пособие. Омск: Типография И.П. Долгов Р.Н., 2005. – 206 с.
10. Хаирова С.М., Метелев И.С., Хаиров Б.Г. Организация предпринимательской деятельности / Учебное пособие. – Омск., 2012.

СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Серебренников А.Н.,

магистрант Омского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В системе экономического регулирования деятельности организации одно из ключевых мест занимает финансовое планирование, реализуемое на основе планирования производства и реализации продукции, а также контроля над расходованием средств.

Финансовое планирование представляет собой процесс разработки системы финансовых планов и плановых (нормативных) показателей по обеспечению развития предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и повышению эффективности его финансовой деятельности в прогнозируемом периоде.

Эффективное управление финансами организации возможно лишь при планировании всех финансовых ресурсов, их источников и отношений хозяйствующего субъекта.

Планирование – это процесс разработки и принятия целевых установок в количественном и качественном выражении, а также определения путей их наиболее эффективного достижения. В сущности, планирование является одним из основных элементов управления как непосредственно производством, так и общеэкономической деятельностью предприятия.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Основными факторами возрастающей роли планирования в современных условиях являются увеличение размеров организации и усложнение форм её деятельности; высокая нестабильность внешних условий и факторов. Возможности планирования ограничены рядом объективных и субъективных причин. Наиболее важными из них являются:

- высокая степень неопределенности на российском рынке, связанная с продолжающимися глобальными изменениями во всех сферах общественной жизни;
- незначительная доля предприятий, располагающих финансовыми возможностями для осуществления серьезных финансовых разработок;
- отсутствие эффективной нормативно-правовой базы отечественного бизнеса.

В этих условиях эффективное финансовое планирование доступно лишь крупным компаниям, обладающим значительными средствами для привлечения высококвалифицированных специалистов, способных вести широкомасштабную плановую работу.

Планирование прибыли является составной частью финансового планирования и важным участком финансово-экономической работы в организации. Прибыль планируют отдельно по видам деятельности организации.

Поскольку планирование прибыли привязано к расчету авансовых платежей по налогу на прибыль и порядку внесения их в бюджет, то составление квартальных планов становится необходимым и, возможно, единственно правильным. Плательщики налога на прибыль заинтересованы в том, чтобы разница между заявленным ими размером авансовых платежей налога и фактическими платежами была минимальной. Однако более важная цель планирования прибыли – определение возможностей организации в финансировании своих потребностей.

Объектом планирования являются планируемые элементы прибыли до налогообложения, главным образом – это прибыль от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг.

Величина прибыли от продажи продукции находится под воздействием множества факторов: изменение объема реализации, структуры продукции, отпускных цен на реализацию продукции, цен на сырье, материалы, топливо и энергию, уровня затрат материальных и трудовых ресурсов. Проведение факторного анализа прибыли позволяет оценить резервы повышения эффективности производства и принять правильные управленческие решения по использованию производственных факторов. Многочисленные исследования на предмет изучения соответствия прибыли, исчисленной в бухгалтерском учете, ее экономическому содержанию привели к разграничению таких понятий, как бухгалтерская и экономическая прибыль. Чем больше прибыль по сравнению с валовой выручкой предприятия, тем больше рентабельность оборота. Число оборотов капитала отражает отношение валовой выручки (оборота) предприятия к величине его капитала. Иначе говоря, уровень общей рентабельности, отражающий прирост всего вложенного капитала (активов), равняется прибыли до начисления процентов, умноженной на 100 % и деленной на активы.

Абсолютная величина прибыли часто ни о чем конкретном не говорит, т. е. для оценки эффективности работы предприятия недостаточно использовать только показатель прибыли. Например, два предприятия получают одинаковую прибыль, но имеют разную стоимость производственных фондов. Более эффективно работает то предприятие, у которого стоимость производственных фондов меньше. Таким образом, для оценки эффективности работы предприятия необходимо сопоставить прибыль с затратами и ресурсами, с помощью которых она создается, то есть определить рентабельность.

Рентабельность конкретного вида продукции зависит от цен на сырье, качества продукции, производительности труда, материальных и других затрат на производство. Рентабельность продукции показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции. Рост данного показателя является следствием роста цен при постоянных затратах на производство реализованной продукции (работ, услуг) или снижения затрат на производство при постоянных ценах, то есть о снижении спроса на продукцию предприятия, а также более быстрым ростом цен, чем затрат.

Процесс управления прибылью должен осуществляться посредством центров финансовой от-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ветственности, что является эффективным инструментом оперативного управления бизнесом в целом. Значимым моментом является также определение и формирование различных фондов на предприятии – резервного, амортизационного и других.

На практике нередко возникает ситуация, когда план расхода денежных средств выполняется в полном объеме (на основании представленных заявок), а план поступления денежных средств исполнен частично (соответственно, общая сумма заявок на оплату превышает реальное поступление денег). Во избежание кассовых разрывов целесообразно ранжировать все платежи по степени их приоритетности (значимости). Оплата по статьям с наиболее высоким приоритетом проводится в обязательном порядке, с более низким приоритетом – при наличии дополнительных условий. Например, заявки на оплату задолженности перед основными поставщиками продукции налогов удовлетворяются в первую очередь, тогда как расходы на несрочные хозяйственные нужды, модернизацию оргтехники финансируются при выполнении плана продаж не менее чем на 90 %.

Важнейшая роль прибыли в деятельности предприятия предопределяет необходимость ее планирования. От того, насколько достоверно определена плановая прибыль, будет зависеть успешная финансово-хозяйственная деятельность предприятия. Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным. В процессе планирования прибыли должны учитываться все факторы, которые могут оказать влияние на финансовый результат.

При планировании прибыли целесообразно разрабатывать различные мероприятия, направленные увеличения прибыли (резервы) [5]:

1. При росте затрат на производство продукции и снижения объемов ее выпуска прибыль растет вследствие постоянно повышающихся цен, если связана с повышением спроса на продукцию. Основной путь увеличения прибыли от продаж продукции состоит в снижении себестоимости затрат;

2. Прибыль может быть получена от реализации нематериальных активов, имеющих спрос на рынке. Их продажная цена определяется способностью приносить доход.

3. Пути снижения затрат является экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных. Актуальной становится задача снижения трудоемкости выпускаемой продукции, роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала.

4. Прибыль может возрасти в результате увеличения производства продукции, повышения удельного веса изделий с более высокой рентабельностью, снижения себестоимости продукции, роста оптовых цен, при повышении качества выпускаемой продукции.

5. При изменении структуры ассортимента в направлении повышения удельного веса изделий с более высокой рентабельности обеспечивается дополнительный прирост прибыли. Поэтому планирование прибыли на предприятии является не механическим установлением ее размера, а сложным процессом, объединяющим обоснованное исчисление размера прибыли с учетом всех факторов и выявленных резервов. От правильного планирования прибыли зависит размер платежей в бюджет и сумма средств, оставляемых в распоряжении самого предприятия. На эффективную деятельность организации также оказывают влияние распределительные процессы. В этом свете система распределения прибыли должна соответствовать экономическим интересам организации, каждого его работника и государства в целом. Это неременное требование рыночных условий.

Таким образом, планирование деятельности предприятий является важной предпосылкой свободного предпринимательства, распределения и потребления ресурсов и товаров. Под планированием, как правило, понимается процесс разработки и принятия целевых установок в количественном и качественном выражении, определения путей их наиболее эффективного достижения. Финансовое планирование обеспечивает сбалансированность между объемом финансовых ресурсов и их распределением.

Финансовое планирование – это управление процессами создания, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов на предприятии, реализующееся в детализирован-

ных финансовых планах. Финансовое планирование позволяет свести к минимуму неопределенность рыночной среды и ее негативные последствия для предприятия.

Библиографический список:

1. Левшин, Г.В. Анализ финансовой устойчивости организации с использованием различных критериев оценки / Г.В. Левшин / Экономический анализ: теория и практика. – 2014.
2. Теннент, Д. Управление денежными потоками: Как не оказаться на мели [Электронный ресурс] / Джон Теннент; Пер. с англ. – М.: АЛЬПИНА ПАБ ЛИШЕР, 2014. – 208 с.
3. <http://finance-place.ru/finansovjy-analiz/finansovaya-ustoychivost/ponyatie/ocenka/analiz-denezhnih-potokov.html>. (дата обращения 25.10.2015 г.).
4. <http://www.financetrades.ru/fnzs-419-1.html> (дата обращения 26.10.2015 г.).
5. <http://reftrend.ru/1162124.html>

МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПЛАНИРОВАНИЯ СУДОХОДНОЙ КОМПАНИИ

Стрик Л.А.,
к.э.н., доцент, ФГБОУ ВПО «СибАДИ»

В статье освещены вопросы оптимизации планирования и сформулирована экономико-математическая модель оптимизации планирования

Модель оптимизации планирования необходимо очень тщательно выбирать, поскольку последствия этого выбора для процесса финансового планирования и для будущего судоходной компании очень велики. Модель оптимизации планирования судоходной компании должна обладать следующими характеристиками:

- 1) результаты и исходные данные должны быть достоверны;
- 2) модель должна обладать возможностью совершенствования;
- 3) модель должна учитывать взаимосвязь решений и области инвестиций и источников финансирования, дивидендной политики, производства и влияния этих решений на судоходной компании;
- 4) модель должна обладать достаточной гибкостью, чтобы ее можно было использовать в различных ситуациях;
- 5) результаты модели должны быть понятны пользователю, не требовать от него специальной подготовки [1].

Планируя то или иное управляющее воздействие на транспортный процесс в целом или его отдельные звенья, нельзя исходить только из того, что это воздействие положительно повлияет на результат. Необходимо так планировать управляющие воздействия, чтобы при выполнении решений в реальной ситуации получить максимальный экономический эффект. Процесс планирования, как основная составляющая управления во всех звеньях работы транспорта, должен предусматривать возможность и необходимость выбора наилучших решений [2].

Учитывая вышеизложенное, можно сделать следующее заключение: Задача совершенствования процесса планирования экономической системы в условиях рыночной экономики включает разработку оптимального плана с целью получения возможно максимальной прибыли.

В качестве критерия эффективного планирования следует принять проектный уровень прибыли предприятия при оптимальных плановых уровнях функциональных и финансовых показателей. Планируя работу транспортной системы с учетом получения возможно максимальной прибыли,

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

необходимо проектировать новые направления управления, улучшая каждое подмножество параметров с учетом их взаимного влияния, что позволит получить оптимальный уровень эффективности работы системы в целом [3].

Отсюда следует, что системный подход к экономике транспорта предполагает соизмеримость имеющихся ресурсов и различных благ, а критерий оптимальности может быть выражен количественно. Выбор критерия оптимальности и количественное обоснование его желаемого уровня является одной из главных задач совершенствования процесса планирования как сложной динамической системы.

Следует признать, что количественный анализ экономических явлений при планировании работы транспорта должен быть основан на математическом моделировании. Математическое моделирование реализуется, в основном, комплексом экономико-математических моделей задач, подсистем и системы в целом.

Экономико-математическая модель решаемой задачи может с достаточной степенью достоверности отражать реальный транспортный процесс, а также удовлетворять требованиям к качеству и количеству исходной информации [4].

Методология оптимального планирования нацелена на построение плана, обеспечивающего в данных конкретных условиях максимальную эффективность работы водного транспорта.

Несравненно более жесткими являются ограничения для поиска оптимального плана использования ресурсов. Результаты работы водного транспорта целиком будут зависеть от имеющихся ресурсов, технических и перевозочных средств, трудовых затрат и т. п. Ограничения, как правило, поддаются объективному описанию и количественному определению. Следует заметить, что при любом варианте плана хозяйственные результаты (общие ресурсы) остаются тождественными. Меняются лишь затраты труда, которые в оптимальном плане достигают минимума.

Применение математических методов для описания транспортных процессов в виде экономико-математических моделей требует подготовки большого количества информации, характеризующей взаимозаменяемые факторы и компоненты, а также возможные варианты их взаимодействия. Чем шире возможности выбора, тем содержательнее и детальнее должна быть модель планируемого процесса и тем большее количество информации необходимо привлечь и обработать для ее реализации. В связи с этим оптимальное планирование обычно сопряжено с необходимостью усложнения моделей, отражающих транспортный процесс.

Таким образом, построение оптимального плана использования материально-технической базы транспорта представляет собой достаточно сложную задачу и поэтому требует широкого использования достижений математики и вычислительной техники.

Процесс разработки оптимальных планов начинается с решения первоначальной экономико-математической модели системы с последующей дифференциацией этой модели, если в этом есть необходимость, и интеграцией полученных результатов на завершающем этапе выполнения расчетов.

Таким образом, задача оптимального планирования при наличии случайных факторов может быть сформулирована следующим образом:

При заданных условиях функционирования системы с учетом наличия случайных воздействующих факторов найти такой оптимальный план эксплуатации системы, при котором, по возможности, обеспечивается максимальное значение показателя эффективности [1].

Экономико-математическую модель для решения поставленной задачи в общем виде можно представить как:

$$\begin{aligned} W = W \{ f(Q, Z, U), \xi \} &\rightarrow \max \\ \text{при ограничениях:} \\ \Phi_1(q_1, q_2, q_3, \dots, q_n) &= B_1; \\ \Phi_2(z_1, z_2, z_3, \dots, z_m) &\leq B_2; \\ \Phi_3(u_1, u_2, u_3, \dots, u_k) &\leq B_3; \\ q_i &\geq 0, \quad i = 1, 2, \dots, n; \\ z_j &\geq 0, \quad j = 1, 2, \dots, m; \\ u_{S\pi} &\in P, \quad S\pi = 1, 2, \dots, k, \end{aligned} \quad (1)$$

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

где W – показатель эффективности (целевая функция) по совокупности количественных (Q и Z), качественных (U) и случайных (ξ) параметров системы,

Φ_1, Φ_2, Φ_3 – функции экономических ограничений: по доставке требуемых грузов, по затратам на обеспечение эксплуатации системы и по управляющим воздействиям соответственно,

V_1 – необходимый объем грузоперевозок,

V_2 – допустимая величина затрат на обеспечение функционирования системы,

V_3 – возможное число управляющих воздействий в процессе эксплуатации системы,

S_p – p -ная управляющая операция,

P – множество возможных управляющих воздействий,

ξ – множество воздействующих случайных факторов, которые необходимо учитывать в ходе планирования.

Следует отметить, что все вышеуказанные параметры модели являются плановыми, так как определяются априори на предстоящий период [2].

С учетом вышеизложенного, экономико-математическая модель для оптимизации планирования можно представить в виде [5]:

$$W = \sum_j Q(X_j) - \sum_j Z(Y_{i,j}) \longrightarrow \max, \quad (2)$$

где W – значение ожидаемого (планируемого) уровня критерия эффективности,

X_j – область определяющих параметров;

$\sum_j Q(X_j)$ – суммарная плановая величина доходов от эксплуатационной работы по всем видам грузоперевозок X_{ij} ,

$\sum_j Z(Y_{ij})$ – планируемые затраты, суммируемые по отдельным статьям расходов, Y_{ij} .

Планируя ожидаемый эффект, необходимо при расчете проектного уровня данного показателя учесть воздействие случайных факторов ξ путем расчета доверительных интервалов показателя эффективности. При этом априорные доверительные границы можно рассчитать по соотношению:

$$W_{i,\hat{a}} = \bar{W} \pm \Delta_w, \quad (3)$$

где Δ_w – предельное отклонение от среднего значения, которое на этапе планирования следует принять не более 5% от расчетного уровня W .

Оптимальное значение критерия эффективности находится при следующих условиях (функциях экономических ограничений):

1. Плановый объем перевозок грузов полностью обеспечит плановые потребности заказчика при перевозке как по отдельным периодам, так и в целом за навигацию по всем видам грузов:

$$\sum_j X_j = V_j, \quad (4)$$

2. Плановая потребность в тоннаже для выполнения грузооборота не должна превышать его наличия в пароводстве в течение всего срока эксплуатации:

$$\sum_j X_j \leq T(t_y), \quad (5)$$

3. Потребность в тяге для выполнения плана перевозок грузов, планируемая на предстоящий период, не должна превышать его наличного количества на балансе пароводства на планируемый период эксплуатации:

$$\sum_j \alpha_j X_j \leq N(t_y), \quad (6)$$

где: α_j – удельная тяга для перевозки 1 т. груза

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

4. Общее количество груза, планируемое для перевозок, которое проходит через перегрузочный фронт в единицу времени, не должно превышать его плановой пропускной способности:

$$\sum_j \frac{X_j}{t_j} \leq P_j, \quad (7)$$

где: P_j - пропускная способность пункта j -го вида груза

5. Значение определяющих параметров (грузоперевозок) не может быть отрицательным значением.

$$X_j \geq 0 \quad (8)$$

6. Дополнительные вложения (инвестиции) на планируемый период τ не могут принимать отрицательные значения

$$R(U_\tau) \geq 0 \quad (9)$$

Априорные значения этих показателей служат для проектной оптимизации критерия эффективности с помощью экономико-математической модели, представленной соотношениями (1)-(9)

Рассмотренные проблемы и рекомендации по методике осуществления плановой деятельности способствуют улучшению и повышению результативности работы, основной задачей которой является обеспечение эффективного управления деятельностью судоходной компании.

Библиографический список:

1. Бунеев, В. М. Функционирование рациональной структуры транспортного флота – Новосибирск: НГАВТ, 1997. – 186 с.
2. Бунеев, В.М. Эксплуатационно-экономическое обоснование организации перевозок и типов судов на речном транспорте / В.М. Бунеев, В.П. Зачесов, М.Ф. Скомаров – Новосибирск: НГАВТ, 1995. – 161 с.
3. Кольке Г.И. Сущность и тенденции развития внутрифирменного планирования производственных ресурсов // Сибирский торгово-экономический журнал. 2010. № 11. С. 23-28.
4. Кольке Г.И. Внутрифирменное планирование интеллектуально-производственных ресурсов машиностроительных предприятий: дис. канд. экон. наук: 08.05.00\ Г.И. Кольке; науч. рук. проф. Миллер А.Е.; ОмГУ – Омск. – 2011. – 202 с.
5. Стрик Л.А. Совершенствование организации управления процессом планирования доходов и расходов в судоходных компаниях : автореф. дис канд. экон. наук: 08.05.03\ Л.А.Стрик; науч. рук. проф. И.И. Яновский; НГАВТ. – Новосибирск, – 2006. – 23 с.

МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С НЕЗАКОННЫМ ОБОРОТОМ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ И ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ, ИХ АНАЛОГОВ И ПРЕКУРСОРОВ

Тумаров Х.И.,
преподаватель, Кыргызская Государственная Юридическая Академия,
Кыргызская Республика

Автор поднимает вопрос о государственных мерах по профилактике незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, наказании лиц, виновных в совершении таких преступлений, лечении и реабилитации наркоманов. Усилия государства

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

позволят снизить уровень смертности и болезней населения, оптимизировать социальную ситуацию в обществе, в итоге – повысить авторитет государства в мире.

Ключевые слова: Профилактика, незаконный оборот, наркотические средства, психотропные вещества, прекурсоры, преступность.

Профилактика преступлений в сфере незаконного оборота наркотиков позволит снизить не только их уровень, но и уровень смертности и болезней населения, оптимизировать социальную ситуацию в обществе, повысить авторитет государства в мире. Именно поэтому государство сосредотачивает усилия на профилактике незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, наказании лиц, виновных в совершении таких преступлений, лечении и реабилитации наркоманов.

Прежде всего, чтобы раскрыть сущность профилактики преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, следует определить ее правовую основу.

Правовой основой профилактики являются: Конституция Кыргызской Республики, Конвенции, соглашения и декларации ООН (Единая Конвенция ООН о наркотических средствах (1961 г.); Конвенция ООН о психотропных веществах (1971 г.); Конвенция ООН о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ (1988 г.); Конвенция ООН о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ (1995 г.); Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности (2000 г.); Политическая декларация двадцатой специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН, посвященной совместной борьбе с мировой проблемой наркотиков (1998 г.) и другие; Законы Кыргызской Республики: «О наркотических средствах, психотропных веществах и прекурсоров» (1998 г.); Закон Кыргызской Республики «Об оперативно-розыскной деятельности» (1998 г.); «О профилактике правонарушений» (2005 г.); «Об ОВД КР» (1994 г.); «О прокуратуре» (2009 г.) и целый ряд других; Постановления и распоряжения Кабинета Министров Кыргызской Республики «О мерах по усилению борьбы с наркотизмом» (1997г.); Положение о Государственной комиссии при Правительстве Кыргызской Республики по контролю наркотиков, утвержденное постановлением Правительства Кыргызской Республики 1998 г.; Концепция развития государственной политики Кыргызской Республики в области контроля наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров на 1998-2000 гг.; Положение о порядке изъятия, хранения и уничтожения наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, утвержденное постановлением Правительства Кыргызской Республики 1997 г.; Постановление Правительства Кыргызской Республики «О создании специализированных бригад по уничтожению дикорастущей конопли по Кыргызской Республике»; Постановление Правительства Кыргызской Республики «О наркотических средствах, психотропных веществах и прекурсорах, подлежащих контролю в Кыргызской Республике» 2007 года.

Определив правовую основу профилактики, необходимо отметить, что абсолютно все профилактические мероприятия регламентированы вышеуказанными нормативно-правовыми актами. Профилактическую деятельность в сфере незаконного оборота наркотиков стоит разделить на два уровня:

1) общая профилактика, основным направлением которой являются меры по устранению причин и условий, способствующих как наркотизации населения, так и совершению преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств;

2) индивидуальная профилактика в отношении конкретных лиц, которые злоупотребляют наркотическими средствами и на этой почве склонны к совершению преступлений.

Общая профилактика заключается в выявлении специфических криминогенных детерминант, способствующих втягиванию населения в немедицинское употребление наркотических средств, и осуществлении мероприятий по пресечению, устранению или нейтрализации этих детерминант. Основными задачами профилактической деятельности на общем уровне является формирование у населения устойчивой общественной позиции относительно негативного отношения к наркотическим средствам; убеждения граждан, которые уже употребляют наркотики, отказаться от них.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Общая профилактическая деятельность осуществляется по трем направлениям: выявление, устранение или нейтрализация причин и условий, детерминирующих совершение преступлений, связанных с наркотиками; формирование у населения устойчивой общественной позиции относительно негативного отношения к наркотическим средствам; осуществление контроля над процессами законного обращения, чтобы исключить их использование в немедицинских целях.

Выявление причин и условий, способствующих развитию спроса на наркотики и совершению под их действием различного вида преступлений, достигается специальными исследованиями, кропотливой аналитической работой, что позволяет выделить типичные криминологические детерминанты. Такая деятельность правоохранительных и других государственных органов и негосударственных структур обеспечивает информационную базу для общепрофилактических мер экономического, организационно-управленческого, социального, воспитательного, правового и иного характера.

Формирование у населения антинаркотической позиции требует системной широкомасштабной разъяснительной работы об опасности для жизни и здоровья последствий злоупотребления наркотиками; относительно правовых последствий за злоупотребление наркотиками; относительно возможных путей лечения от наркотической зависимости; по профилактической работе с населением, которая направлена на устранение условий, способствующих втягиванию граждан к употреблению наркотиков. Разъяснительная работа с населением, пропагандирующая здоровый образ жизни и отказ от употребления наркотических средств, включает: регулярные встречи и беседы с различными группами населения специалистов, осуществляющих противодействие распространению наркотиков или обеспечивающих лечение; специализированные теле – и радиопрограммы, рубрики, выступления в средствах массовой информации о вреде незаконного оборота и употребления наркотических средств; распространение разнообразных предметов агитационного характера (реклам, буклетов, листовок и т.д.); проведение системной и целенаправленной профилактической работы с отдельными категориями граждан, находящихся в «зоне риска» (несовершеннолетними и молодежью, маргиналами и др.); обеспечение согласованных усилий субъектов, на которых возложены функции по предотвращению и противодействию незаконному обороту наркотиков и борьбы с преступностью; устранение источников и сырьевых возможностей для незаконного изготовления и распространения наркотических средств и прекурсоров. Важное значение в профилактике незаконного оборота наркотиков имеет осуществление контроля над законным оборотом наркотиков в фармацевтических и медицинских учреждениях. Работники этих учреждений иногда вступают в преступные сговоры с наркоманами, похищают наркотические средства. Почти треть выявленных наркоманов доставала наркотики и их аналоги в больницах и аптеках.

Концепция реализации государственной политики в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров на 2002-2013 гг. направлена на решение следующих основных задач: сокращение объемов незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров и снижение уровня незаконного употребления наркотических средств и психотропных веществ; формирование в обществе, прежде всего у молодежи, неприемлемого отношения к наркомании как явления и повышения эффективности существующего механизма борьбы с ее распространением; создание целостной системы деятельности государственных органов, предприятий, учреждений, организаций и общественных объединений в сфере борьбы с распространением наркомании, незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров и превентивных мероприятий, которые осуществляются (или необходимо осуществить) на национальном и межгосударственном уровнях; углубление международного сотрудничества государственных органов в сфере борьбы с распространением наркомании [7] и незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров.

На выполнение этих задач предусмотрены следующие общепрофилактические мероприятия:

1) правового характера: относительно урегулирования нормативно-правовых вопросов: совершенствование порядка изъятия и конфискации средств и имущества, полученных в результа-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

те незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; внедрение метода контролируемого сбыта наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров в оперативно-розыскной деятельности; совершенствование порядка осуществления деятельности, связанной с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, в отдельных отраслях; установление правил допуска лиц к работе с наркотическими средствами и психотропными веществами; установление правил уничтожения конфискованного или изъятого оборудования, которое использовалось для незаконного производства или изготовления наркотических средств и психотропных веществ и (или) дальнейшее использование которого признано нецелесообразным; установление правил перевозки, ввоза на таможенную территорию КР и вывоз за ее пределы наркотических (психотропных) лекарственных средств большими; совершенствование порядка транзита через территорию КР наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; создание единой общегосударственной системы учета лиц, больных наркоманией; социально-медицинской реабилитации лиц, больных наркоманией;

2) организационного характера: проведение постоянного мониторинга и анализа состояния и фактического распространения наркомании и незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров и связанных с этим потерь общества, а также корректировки на основе этого мониторинга и анализа программ противодействия распространению наркомании и преступности, связанной с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, на национальном и региональном уровнях; создание единой информационной сети учета преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, на базе межведомственного автоматизированного банка данных «Нарко-бизнес» при МВД; создание межведомственной лаборатории с целью исследования и систематизации сведений о синтетических и полусинтетических наркотических средствах и психотропных веществах, прекурсоров, изъятых из незаконного оборота, накопление информации о технологических процессах, которые применяются в подпольных нарколабораториях, и о результатах проверок химико-фармацевтических и сельскохозяйственных предприятий, деятельность которых связана с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров или культивированием наркотических растений; создание межведомственного информационно-аналитического центра исследования проблем распространения наркомании и преступности на ее почве; создание государственного внебюджетного фонда противодействия незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров и злоупотреблению ими;

3) управленческого характера: повышение уровня квалификации работников правоохранительных органов, которые ведут борьбу с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; увеличение в пределах определенной общей численности работников соответствующих правоохранительных органов штатной численности работников подразделений, которые непосредственно ведут борьбу с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; совершенствование механизма межведомственного сотрудничества в сфере противодействия распространению наркомании путем обмена информацией, опытом работы, проведение совместных мероприятий, участие в научно-исследовательских разработках и исследованиях; проведение криминологических и других исследований по данным вопросам.

Приоритетными направлениями борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров являются: максимальное изъятие из незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, перекрытие каналов и источников их поступления; пресечение деятельности преступных группировок, особенно с признаками организованности, причастных к незаконным операциям с наркотическими средствами, психотропными веществами и прекурсорами; своевременное реагирование на факты склонения к незаконному употреблению наркотических средств или психотропных веществ других лиц; взаимодействие с соответствующими органами зарубежных стран в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; предотвращение нарушений законодательства и их выявление в

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

сфере оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, борьба с коррупцией в этой сфере, предотвращение поступления в незаконный оборот наркотических (психотропных) лекарственных средств и прекурсоров с химико-фармацевтических и химических предприятий, а также недопущение использования оборудования предприятий, учреждений и организаций для незаконного изготовления наркотических средств или психотропных веществ; разоблачение и ликвидация очагов незаконного изготовления или употребления наркотических средств или психотропных веществ; перекрытие каналов контрабандного перемещения наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров через государственную границу; предотвращение и раскрытие преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, а также преступлений, совершенных на фоне наркомании; внедрение в практическую деятельность правоохранительных органов новых современных методов ведения оперативно-розыскной деятельности в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; разработка и применение новых методов обнаружения наркотических средств, психотропных веществ во время проведения таможенного досмотра; совершенствование системы сбора информации о физических и юридических лицах, причастных к незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; постоянный мониторинг современной наркотической ситуации и разработка на его основе соответствующих превентивных мер и корректировки тактики их реализации, совершенствование информационно-аналитической работы, профилактики и повышения эффективности борьбы с преступлениями, связанными с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ [2] и прекурсоров.

Приоритетными направлениями работы в сфере международного сотрудничества по противодействию незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров являются: заключение международных договоров в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; приведение законодательства КР в соответствие с международным; адаптация национального законодательства к законодательству Европейского Союза, регулирующего отношения в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; налаживание взаимодействия с соответствующими органами других стран, международными организациями для проведения совместных операций, принятие других мер в сфере борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; интеграция КР в мировое информационное пространство, обмен информацией по вопросам борьбы с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров; внедрение в случае необходимости института офицеров связи по вопросам борьбы с транснациональной преступностью, связанной с незаконным оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров.

Индивидуальная профилактика незаконного оборота наркотиков и преступлений, связанных с ним, осуществляется в следующих направлениях: выявление лиц, злоупотребляющих наркотиками и на этой почве склонных к совершению преступлений; устранение причин и условий индивидуального антиобщественного или противоправного поведения; устранение конкретных обстоятельств, вызывающих употребление наркотиков; осуществление наблюдения и обеспечение иного социального контроля в отношении поведения и образа жизни лиц, злоупотребляющих наркотиками и на этой почве склонных к правонарушениям; осуществление в отношении указанных выше лиц мер воспитательного, медицинского, правового и иного характера с целью недопущения криминализации.

Таким образом, профилактика преступлений в сфере незаконного оборота наркотиков – важная составляющая в деятельности государственных структур, она позволяет снизить не только уровень их проявлений, но и уровень смертности и болезней населения, оптимизировать социальную ситуацию в обществе, повысить авторитет нашего государства в мире. Именно поэтому государство сосредотачивает усилия как на профилактике и противодействии незаконному обороту наркотиков, наказании лиц, виновных в совершении преступлений в данной сфере, так и на лечении наркоманов, применении реабилитационных мероприятий.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Список использованной литературы

Нормативная литература:

1. Единая конвенция о наркотических средствах 1961 года с поправками, внесенными Протоколом 1972 года.
2. Конвенция о психотропных веществах 1971 года.
3. Конвенция ООН о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ 1988 года.
4. Закон КР «О наркотических средствах, психотропных веществ и прекурсорах» от 22 мая 1998 г.
5. Закон КР «Об оперативно – розыскной деятельности» от 16 октября 1998 г.
6. Указ Президента КР от 17 августа 2010 года УП N 131 «Вопросы Государственной службы Кыргызской Республики по контролю наркотиков».
7. Положение о Государственной комиссии при Правительстве Кыргызской Республики по контролю наркотиков, утвержденное постановлением Правительства КР от 9 июля 1998 г. № 456.
8. Концепция развития государственной политики Кыргызской Республики в области контроля наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров на 1998-2000 гг.
9. Положение о порядке изъятия, хранения и уничтожения наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, утвержденное постановлением Правительства КР от 25 сентября 1997 г. № 555.
10. Постановление Правительства КР « О мерах по усилению борьбы с наркотизмом» от 10 декабря 1997 г.
11. Постановление Правительства Кыргызской Республики «О наркотических средствах, психотропных веществах и прекурсорах подлежащих контролю в Кыргызской Республике» от 9 ноября 2007 года №543.
12. Уголовный кодекс Кыргызской Республики от 18 сентября 1997 г. с изменениями и дополнениями от 28 июля 2015 года.
13. КоАП Кыргызской Республики от 4 августа 1998 года № 115, (с изменениями и дополнениями по состоянию на 19.03.2015 г.).
14. Государственная Программа по укреплению общественного порядка и усилению борьбы с преступностью в Кыргызской Республике на 1997-2000 годы.

Специальная литература

1. Анисимов Л.Н. Наркотики: правовой режим. – Л., 1974 г.
2. Булатов Р. М. Криминологическая характеристика и профилактика преступности, связанной с незаконным оборотом наркотических средств: учебное пособие / Р. М. Булатов, А. В. Шеслер. – Казань: РИЦ «Школа», 1999 г.
3. Габиани А.А. На краю пропасти: наркомания и наркоманы. – М., 1990 г.
4. Гасанов Э.Г. Наркотизм: тенденции и меры преодоления. – М., 1997 г.
5. Драган, Калачев. Наркомания и наркобизнес: выявление и пресечение незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ.– М., 1998 г..
6. Курманов К.Ш. Наркомания: уголовно-правовые и криминологические проблемы. – Фрунзе, 1989 г.
7. Мирошниченко Н.А., Музыка А.А. Уголовно-правовая борьба с наркоманией. – Одесса ,1988 г.
8. Национальный отчет КР по человеческому развитию за 1996 год, Бишкек, 1996 г.
9. Справка к заседанию Правительства КР по вопросу: Об усилении борьбы с наркотизмом.

СТРЕСС-МЕНЕДЖМЕНТ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Шамис В.А.,
доцент, к.псих.н., доцент кафедры «Логистика» ФГБОУ ВПО «СИБАДИ»,

Курьяков И.А.,
профессор, к.э.н., Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

В современном мире стресс является одним из самых распространённых недугов общественной цивилизации. И это действительно так. Ведь влиянию стресса подвержены люди всех возрастов и профессий вне зависимости от национальности и места проживания, социального положения и уровня культуры.

Сложность и изменчивость современного мира приводит к тому, что стрессы становятся постоянными «спутниками» человека. Причем средний уровень стресса большинства людей превосходит их психофизиологические возможности, что приводит к снижению эффективности их жизнедеятельности, к ухудшению здоровья и самочувствия.

Чаще всего стресс возникает в сложной или новой ситуации, в случае выраженного риска, цейтнота, возможного или разворачивающегося конфликта, то есть в тех ситуациях, которые практически постоянно сопровождают жизнь и деятельность современного активного человека. К тому же в последнее время все больше и больше людей стремятся к сознательному самопознанию и саморазвитию, а эта деятельность является стрессовой по самой своей природе. Например, любая ситуация определенным образом воспринимается человеком и субъективно оценивается им же самим. Часто эта оценка бывает не столько рассудочной, сколько эмоциональной. Два человека, оказавшиеся в одной и той же ситуации, будут реагировать на нее по-разному, в зависимости от характера, опыта, эмоционального настроения и других факторов. Один не увидит в ситуации никакой угрозы для себя и останется спокоен, тогда как у другого возникнет ощущение безотчетной тревоги или явного страха.

Жизнь показывает, что стресс возникает, как правило, в том случае, если обстоятельства субъективно воспринимаются как угрожающие. При этом важно сразу оценить реальная это угроза или мнимая. Важно то, что угроза психологически существует для человека, который начинает искать способы выхода из положения.

Поэтому для современного человека владение технологиями управления стрессом является необходимым условием его эффективной деятельности, а особенно деятельности в новых для него областях. Вот и получается, с одной стороны, технологии управления стрессом накоплены человечеством в достаточном количестве. В настоящее время к ним проявляется повышенный интерес, особенно в среде менеджеров, бизнесменов, людей экстремальных специальностей. В рамках современного менеджмента даже выделено отдельное направление – «стресс-менеджмент». С другой стороны, для успешного управления стрессом человеку необходимо иметь ясное и достаточно обширное представление не только об основных закономерностях возникновения и развития стресса, но и о способах управления им, позволяющее в каждой конкретной ситуации подбирать или создавать наиболее эффективные техники управления уровнем стресса.

Кроме того, человек должен владеть разнообразными взаимозаменяемыми техниками, позволяющими оценивать уровень стресса в текущей или в прогнозируемой ситуации, а также корректировать этот уровень в соответствии со своими особенностями, текущим психофизическим состоянием и характером осуществляемой или планируемой деятельности. В современных условиях

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

человек должен обладать стрессоустойчивостью в такой мере, которая позволяет ему успешно применять данные техники в условиях развивающегося стресса. Основоположник учения о стрессе Г. Селье писал: «Не следует бояться стресса. Его не бывает только у мертвых. Стрессом надо управлять. Метод управления стрессом заключается в том, чтобы человек из большинства стрессовых ситуаций мог извлечь позитивные моменты. Когда человеку удастся реализовать эту способность на практике, он преодолевает самое большое препятствие на пути к обретению устойчивости к стрессу. Умение преобразовывать негатив в позитив является своего рода кульминацией методов управления стрессом. Научившись контролировать неприятные ситуации, в которые неожиданно попадаем, мы превращаем их в волнующий и ценный жизненный опыт, автоматически считая, что именно он позволяет нам демонстрировать свои лучшие качества и делает нашу жизнь более результативной и полноценной. Методы управления стрессом заключаются также в осознании самой природы стресса. По определению Г. Селье, стресс есть древняя, сформировавшаяся в ходе эволюции реакция организма в ответ на экстремальные, несущие угрозу воздействия. Ключевым словом здесь является «реакция». То есть это не то, что происходит, а то, как мы реагируем на происходящее. На одну и ту же ситуацию разные люди могут реагировать по-разному. Следовательно, разовьется стресс или нет – это зависит только от самого человека, его характера, настроения и т.д. Поэтому, один из методов управления стрессом – это управление собой в стрессе. Метод заключается в том, чтобы иметь возможность управлять собой, важно решиться взять ответственность на себя за все, что с тобой происходит.

Источников стресса может быть множество. Условно их можно разделить на три группы.

1. Внешние факторы. К ним относятся: вооруженные конфликты и столкновения, усиление экономической и политической нестабильности в обществе, инфляция, безработица.

2. Факторы, зависящие от организации. Они представляют собой весьма многочисленную группу, которая, в свою очередь, может быть разделена на следующие подгруппы: характер выполняемой работы (сложность решаемых задач, самостоятельность в работе, степень ответственности, условия труда: степень опасности при выполнении работы, уровень шума, освещенность и т.п.); нечеткое распределение ролей (несоответствие формально установленных и реальных требований к поведению работников, ролевой конфликт); отношения в коллективе (отсутствие поддержки, проблемы с общением); организационная структура (например, матричная структура организации, предполагающая двойное подчинение, нередко является потенциальным источником стресса для работника, вынужденного одновременно выполнять распоряжения двух руководителей); стиль управления (методы неоправданного давления и угроз, сопровождающиеся чувством беспокойства, страха, угнетенным состоянием).

3. Факторы, зависящие от самого работника. Это, как правило, личностные проблемы, а также специфические качества и черты характера самих работников. Кроме того, к числу факторов, способствующих или препятствующих возникновению стресса, могут быть отнесены: опыт работы; восприятие; поддержка коллег, друзей и родственников; активные попытки повлиять на ситуацию в целях ее улучшения; степень агрессивности.

Суть управления стрессом состоит в возвращении ему первоначального значения и в использовании мобилизуемой стрессом энергии в интересах целесообразного и эффективного действия. Процедура алгоритмизирована и представляет собой четырехшаговую последовательность разрыва установившихся связей круга саморазрушения. Стадии кумулятивны, т.е. успешное решение предыдущей открывает последующую.

Цель первого шага – освободиться от негативного воздействия источника стресса путем создания конкурирующей доминанты и дистанцирования от стрессогенной ситуации.

Суть первого приема состоит в отвлечении от источника стресса. Механизм его основывается на возможности сознания в каждый момент времени удерживать только одну мысль. Дело в том, что человек не может думать одновременно о разном. Это возможно только последовательно. Вытесняя беспокоящую вас мысль какой-то более сильной, человек отвлекается. Однако отвлечься от

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

источника стресса, намеренно переключая свое внимание на что-то другое, не всегда удается, поскольку размышления о стрессе всегда очень значимы. Они захватывают. Прием же умышленной задержки дыхания гарантирует такое отвлечение.

Цель второго шага – определиться с решением. Когда человек спокойно и бесстрастно рассматривает ситуацию как внешнее явление, он берет ее под контроль и приобретает возможность принять взвешенное решение. В основу решения, как правило, человек закладывает образ желаемого результата, то есть того, что он хочет получить. Здесь следует подчеркнуть то, что именно он хочет, а не то, чего не хочет. В противном случае мотивация будет двигать его не к достижению успеха, а к избеганию неудачи, а значит, к неконструктивному действию.

Цель третьего шага – выполнить действие, ведущее к достижению. Заметим при этом, что между намерением и результатом должно быть действие. Нет действия – нет результата. А намерение становится лишь мечтой. Более того, действия человека должны быть обеспечены необходимым для них ресурсом. И эти ресурсы у него есть! Проблема лишь в том, что часто они существуют несоорганизованно с текущим моментом.

Цель четвертого шага – освоить свои достижения. Способность использовать есть мера того, что можно получить. Если человек хочет быть эффективным, быть, как в «тот раз», даже превзойти себя, он должен внимательно исследовать свои личные достижения и воссоздавать их значимые элементы. Опыт – это не то, что произошло с человеком, а то, как он этим пользуется [3].

Практика показывает, что управление стрессом может осуществляться как на уровне организации, так и на уровне работника.

Управление стрессом на уровне организации. Это подбор и расстановка кадров. Известно, что различные по характеру и содержанию работы в разной степени влияют на создание стрессовой ситуации. Кроме того, и работники по-разному реагируют на такого рода ситуации: одни подвержены стрессу в значительной, другие — в гораздо меньшей степени. Поэтому при подборе и расстановке кадров эти факторы должны быть приняты во внимание, чтобы впоследствии не возникло негативных экономических и социальных явлений. Постановка конкретных и выполнимых задач, даже достаточно сложных, не только снижает возможность стресса, но и обеспечивает высокий уровень мотивации работников.

Кроме того, позитивным фактором является постоянная обратная связь между руководителем и подчиненными относительно выполнения конкретных работ (например, оценка сроков выполнения и качества промежуточных этапов работы).

Например, проектирование работ будет эффективным лишь при наличии индивидуального подхода к каждому работнику. Так, многие работники (особенно молодежь) предпочитают содержательную творческую работу, позволяющую им принимать самостоятельные решения. Однако другим работникам выполнение однообразных, рутинных операций, сохранение привычного темпа и методов труда приносят наибольшее удовлетворение в работе и помогают избежать стресса.

Взаимодействие и групповое принятие решений. Как уже отмечалось, стресс часто возникает в том случае, когда работник не имеет четко поставленных задач, не знает, чего от него ждут и хотят в работе, на основе каких показателей и критериев будут оценены его результаты. Если же работник участвует в обсуждении и принятии стоящих перед организацией (подразделением) задач, то создаются условия для самостоятельного планирования работы, развития самоконтроля. И это предупреждает развитие стресса.

Программы оздоровления работников. Это обеспечение полноценного питания сотрудников, занятий спортом, разнообразных форм проведения досуга, а также осуществление специфических программ поддержки (например, для лиц, страдающих алкоголизмом).

Управление стрессом на уровне работника. Следует лишь заметить, что не только общество и организация должны заботиться об уменьшении потенциальных источников стресса: многое зависит от самого работника. Рекомендации, как избежать стресса, как правило, простые, но достаточно надежные средства, которые способствуют его предупреждению.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Практика показывает, что предупредить то или иное негативное явление всегда легче, чем бороться с его последствиями. Наиболее распространенными рекомендациями относительно предупреждения стресса являются умение правильно распределять свое время (например, составить список наиболее приоритетных задач, проанализировать затраты времени на выполнение различных видов деятельности, рационально использовать время и изыскивать дополнительные резервы времени); занятия спортом и физическими упражнениями; овладение навыками тренировки, техникой самогипноза и другими методами релаксации.

Но, как правило, многое зависит от самого работника и в плане создания благоприятных социальных факторов, способствующих предупреждению стресса. Это, в первую очередь, налаживание дружеских отношений в семье, создание атмосферы поддержки и доброжелательности в отношениях с друзьями и коллегами по работе. При этом каждому не помешало бы овладеть искусством общения и управления конфликтом [1, с.237].

В общем виде алгоритм управления стрессом может быть разбит на три этапа: моделирование и планирование; проверка; реализация.

Первый этап. Моделирование и планирование включает в себя:

1. Описание текущей или предстоящей стрессогенной ситуации;
2. Оценка сложности задачи и определение оптимального для ее решения уровня стресса (средний, низкий, высокий);
3. Оценка предполагаемой или текущей степени стрессогенности ситуации;
4. Оценка своего долгосрочного психического состояния и уровня своей стрессоустойчивости;
5. Оценка потенциального или реального уровня стресса и своей предполагаемой эффективности при решении данной задачи;
6. Определение – до какой степени желательно снизить (повысить) уровень стресса и/или повысить свою стрессоустойчивость;
7. Исходя из задачи и из своих возможностей, выделить необходимый ресурс: временной, эмоциональный, при необходимости – финансовый;
8. Разработка плана мероприятий по управлению стрессом в данной ситуации: по снижению стрессогенности ситуации; по улучшению своего долгосрочного психического состояния и здоровья и по повышению своей стрессоустойчивости (базовой, ситуативной); по саморегуляции (отобрать удобные для себя и адекватные ситуации методы саморегуляции; при необходимости освоить новые или усовершенствовать владение старыми); по восстановлению после завершения стрессовой ситуации.

Второй этап. Проверка. Он включает в себя:

1. Проведение мысленного эксперимента. Представить, что все мероприятия реализованы и оценить произошедшие изменения уровня стрессогенности ситуации, своего состояния и уровня стрессоустойчивости. При необходимости внести в план коррекцию;
2. Проведение аналогичной операции по отношению к мероприятиям по управлению стрессом внутри ситуации, а также к восстановительным мероприятиям;

Третий этап. Реализация. Он включает в себя:

1. Реализацию плана;
2. Проведение регулярного мониторинга уровня стрессовости своего состояния; сравнение его с запланированным;
3. Внесение корректив в свой план (при необходимости) [2].

В условиях современной российской действительности жизненно необходимым является научиться защищаться от стресса. Во-первых, необходимо осознать: поскольку стресс связан практически с любой деятельностью, избежать его может лишь тот, кто ничего не делает. Ничего не делать – это не значит отдыхать. Праздный ум и ленивое тело страдают от стресса безделья. Во-вторых, нет причины не думать о позитивных моментах, которые можно извлечь из большинства стрессовых ситуаций, превращая их, таким образом, в волнующий и ценный жизненный опыт. Когда человеку

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

удается реализовать эту способность на практике, он преодолевает самое большое препятствие на пути к обретению устойчивости к стрессу. В настоящее время существует ряд технологий, которые позволяют внедрить этот принцип в повседневную жизнь. И тогда вы сможете преобразовать стресс в движущую жизненную силу, заставить его работать на вас, а не против вас. В-третьих, есть причина не думать о негативных моментах стрессовых ситуаций. Когда вы о чем-то думаете, вы отдаете объекту мыслей свою энергию. Если вы думаете чрезвычайно много о чём-то плохом, то это может привести к самой настоящей психической травме. Поэтому очень важно уметь отвлекаться и расслабляться. Вы не можете одновременно подвергаться влиянию стресса и расслабляться. Поэтому расслабление и есть лучший способ справиться со стрессом. В-четвёртых, следует помнить, что истинной причиной стресса являются не люди, не разочарования, не ошибки и несбывшиеся мечты, а то, как вы ко всему этому относитесь. Ваше отношение, ваш взгляд на происшедшее служат истинной причиной стресса. А то, что происходит в вас, подвластно вашему управлению [4].

Библиографический список:

1. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2007.
2. Стёганцев А.В. Управление стрессом: системный подход http://stiogantsev.ru/st/ps_stressmenedjment.html
3. Жданов О.И. Методы управления стрессом <http://www.psynavigator.ru/artpages/245.htm>.
4. Жданов О.И. Стресс-менеджмент – новый подход к овладению стрессом <http://www.treningoff.ru/article/190/31/>.
5. Шамис В.А., Ищак Е.Р. Организационное поведение (практикум) Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / Омск, 2013. – 180 с.
6. Шамис В. А. Менеджмент: практикум/В. А. Шамис, О. М. Куликова; СибАДИ. – 2013. – 139 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТА РЕКЛАМЫ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Якубенко Е.Н.,

*к.э. н., доцент, ФГБОУ ВПО «Брянский государственный университет
имени академика И.Г.Петровского»*

Рекламную деятельность компании следует рассматривать как самый действенный инструмент в попытках предприятия модифицировать поведение покупателей, привлечь внимание к его товарам, создать образ предприятия, содействовать коммерческому успеху. В российской практике, в отличие от западной, понятие рекламы шире. К ней относят выставочные мероприятия, коммерческие семинары, упаковку, печатную продукцию, распространение сувениров и другие средства стимулирования торговой деятельности. Рекламная деятельность бывает:

- международная – современная деятельность фирм промышленно развитых стран, ориентированная на зарубежные рынки с учетом их особенностей;
- внешнеэкономическая – деятельность отечественных предприятий и организаций на зарубежных рынках, отражающая современную практику;

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

– внутренняя – деятельность отечественных предприятий и организаций, обслуживающих внутренний рынок.

Наравне с термином «реклама» (advertising), означающим рекламные объявления в средствах массовой информации (в прессе, по радио, телевидению, на щитовой рекламе), существуют мероприятия, способствующие продажам, – «сейлз промоушн» (sales promotion, «паблик рилейшнз» (public relations), а также «директ-маркетинг» (direct-marketing) [4].

Теперь установим отличие рекламы в средствах массовой информации от сейлз промоушн, паблик рилейшнз и директ-маркетинга.

Реклама, как правило, создаваемая и публикуемая рекламным агентством, информирует о производителе или его товаре, формирует и поддерживает их образ (image) и оплачивается рекламодателем в соответствии с тарифами на размещение рекламных обращений в средствах массовой информации. Доход рекламного агентства, как правило, образуется в результате оплаты творческих работ и получения от средств распространения рекламы комиссионного вознаграждения.

Сейлз промоушн – деятельность по реализации коммерческих и творческих идей, стимулирующих продажи изделий или услуг рекламодателя, нередко в короткие сроки. В частности, она используется с помощью упаковки товаров, на которой расположены различные инструменты сейлз промоушн (например, портреты известных людей, героев мультфильмов, дорогих марок автомобилей), а также путем специализированных мероприятий на местах продажи. Долгосрочная цель – формирование в восприятии потребителя большей ценности фирменных товаров, замаркированных определенным товарным знаком; краткосрочная – создание дополнительной ценности товара для потребителя (added value). Деятельность в области сейлз промоушн оплачивается из расчета расхода затраченного экспертами времени, гонорарами за творческую работу и по тарифам за техническую работу [4].

Паблик рилейшнз – предполагает использование редакционной части средств распространения массовой информации с целью осуществления престижной рекламы, направленной на завоевание благожелательного отношения к товарным семействам или выпускающим их фирмам. Будучи одной из форм связи рекламодателей с общественностью через средства массовой информации, паблик рилейшнз предполагает получение рекламными агентствами дохода от рекламодателей в виде гонораров, оплачивающих время, затраченное на выполнение их заказов.

Директ-маркетинг – постоянно поддерживаемые направленные коммуникации с отдельными потребителями или фирмами, имеющими очевидные намерения покупать определенные товары. Деятельность в области директ-маркетинга осуществляется путем прямой почтовой рассылки (direct mail) или через узкоспециализированные средства распространения рекламы. Доходы рекламного агентства при его работе в области директ-маркетинга образуются от комиссионных вознаграждений и зависят от сумм, затраченных клиентом.

Отличия этих элементов заключаются и в их целях: реклама – создание образа фирмы, товара, достижение осведомленности о них потенциальных покупателей; сейлз промоушн – побуждение к совершению покупок, стимулирование работы товаропроизводящей сети; паблик рилейшнз – достижение высокой общественной репутации фирмы; директ-маркетинг – установление двухсторонних долгосрочных коммуникаций между производителем и потребителем.

На сегодняшний момент неразрывна связь между современным бизнесом и рекламой.

Рассмотрим сущность рекламного процесса и его базовую технологию. Принципиальная схема рекламного процесса состоит из четырех звеньев и выглядит следующим образом:

Рекламодатель – это юридическое или физическое лицо, являющееся заказчиком рекламы у рекламного агентства и оплачивающее ее.

Основные функции рекламодателя:

- определение товаров, в том числе экспортных, нуждающихся в рекламе;
- определение совместно с рекламным агентством степени и особенностей рекламирования этих товаров;

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

- формирование совместно с рекламным агентством плана создания рекламной продукции и проведения рекламных мероприятий;
- помощь исполнителям в подготовке исходных материалов;
- технические консультации, утверждение макетов, рекламных материалов и оригиналов рекламы.

Рекламное агентство помимо вышеуказанных работ, выполняемых совместно с рекламодателями, осуществляет по их заказам творческие и исполнительские функции, связанные с созданием рекламных материалов, изготавливает оригиналы рекламы, проводит комплексные рекламные кампании и отдельные рекламные мероприятия, взаимодействует с производительными базами, с другими рекламными и издательскими фирмами, в том числе зарубежными, осуществляет связь со средствами распространения рекламы, размещает в них заказы на публикацию рекламы, контролирует прохождение и качество исполнения заказов, выставляет счета рекламодателю и оплачивает счета средств распространения рекламы [4].

Средство распространения рекламы – это канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителей. В рекламном процессе средство распространения рекламы обычно предоставлено организацией-владельцем.

Потребитель – это тот, на кого направлено рекламное обращение с целью побудить его совершить определенное действие, в котором заинтересован рекламодатель.

До последнего времени активными участниками рекламного процесса являлись только первые три звена, а потребителю отводилась пассивная роль элемента аудитории, подвергающейся рекламному воздействию. Теперь потребитель становится активным участником рекламного процесса, зачастую его инициатором. По собственной воле он запрашивает от рекламного агентства, средства распространения рекламы или рекламодателя, т.е. нужную ему информацию. В современной рекламной деятельности потребитель выступает в качестве генератора обратной связи. Во время осуществления рекламного процесса в него включаются и другие участники: организации, регулирующие рекламную деятельность на государственном (правительственные учреждения) и общественном (ассоциации и другие подобные организации) уровнях; производственные, творческие и исследовательские организации, ведущие свою деятельность в области рекламы.

Для того чтобы рекламный процесс был достаточно высокоэффективным, ему должны предшествовать соответствующие маркетинговые исследования, стратегическое планирование и выработка тактических решений.

Реклама классифицируется:

1. По направленности на аудиторию:
 - а) реклама потребительских товаров (для личных нужд);
 - б) бизнес-реклама.
2. По широте охвата аудитории:
 - а) международная реклама, направленная на зарубежные рынки;
 - б) национальная реклама, ограниченная отечественным потребительским рынком;
 - в) региональная реклама, нацеленная на определенную область, регион;
 - г) реклама местного значения, рассчитанная на потребителей, проживающих в данном городе или районе (реклама магазинов, станций техобслуживания автомобилей, ресторанов) [4].
3. По каналам распространения:
 - а) печатная реклама (рекламно-коммерческие листовки, каталоги, проспекты, буклеты, брошюры, визитки и т.д.);
 - б) газетно-журнальная реклама;
 - в) радиореклама;
 - г) телереклама;
 - д) кинореклама;
 - е) наружная реклама (знаки, указатели, щиты);

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ж) реклама на транспорте;
з) прямая почтовая реклама;
и) реклама «в каждый дом»;
к) выставки;
л) специальные виды рекламы (реклама посылочной торговли, реклама магазина, финансовая реклама).

4. По целевому назначению:

а) реклама товаров или услуг, способствующая улучшению сбыта;
б) реклама идей;
в) коммерческая реклама, направленная на получение прибыли в ближайшем или отдаленном будущем;

г) некоммерческая реклама, не ставящая своей целью получение прибыли.

д) реклама – действие, т.е. реклама, побуждающая клиента к совершению определенного поступка: покупки и т.д. Для этого в газетах и журналах помещаются специальные купоны, дающие право на скидку при покупке товара.

Нередко эти купоны или формуляры для заполнения вплетаются в рекламный текст.

е) реклама образа товара рассчитана, прежде всего, на создание определенного образа товара или же на возбуждение интереса к данной марке, категории товаров, фирме. Большинство аудио – и видеороликов относятся к данной категории рекламы.

Традиционно композиция рекламного объявления состоит из:

- слогана (девиза) – краткого рекламного лозунга, заголовка, афоризма;
- завязки (зачина) – текста, предшествующего основной идее рекламного сообщения;
- информационного блока – основного текста, в котором приводятся главные аргументы в пользу товара;
- дополнительной информации (справочных данных) – адрес, контактный телефон, факс и т.д.).

Слоган – важнейший элемент рекламного обращения, кратко и емко отражающий неповторимость торгового предложения. Удачный рекламный девиз должен легко читаться и запоминаться, быть оригинальным, вызывать любопытство, сулить выгоду, вознаграждение.

При прочих равных условиях эффективность рекламы повышается от введения в макет товарного знака, слогана, дополнительной цветности, увеличения размера. Логотип применяется обычно для придания своеобразия или в качестве опознавательного средства на разного рода бланках и рекламно-пропагандистских материалах фирмы.

Существуют разнообразные формы рекламы:

I. Зрительная (визуальная) реклама включает в себя печатную газетно-журнальную, световую, оформительскую, фоторекламу.

II. Слуховая (аудиореклама) – радиореклама, воздействующая на аудиторию посредством устных рекламных сообщений.

III. Зрительно-слуховая (аудиовизуальная) реклама, включающая в себя теле-, кино-, видеоролики.

А теперь рассмотрим основные задачи использования рекламы:

1. Содействие узнаваемости товара или услуги, где бы их ни продавали, и укрепление доверия к ним.

2. Обеспечение восприятия товара оптовиками, розничными торговцами и потребителями и содействие налаживанию распределения.

3. Стимулирование спроса на конкретный марочный товар.

4. Противоборство с марочными товарами конкурентов.

5. Противоборство с эффектом сезонного спроса.

6. Сокращение сроков вывода на рынок нового товара или услуги.

7. Популяризация новой идеи или метода.

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

8. Обеспечение роста сбыта и связанных с ним преимуществ более широкого или массового производства.

9. Стимулирование запросов и частичное или полное устранение необходимости сбора заказов наугад.

10. Укрепление убежденности продавца.

11. Представление товара в новой упаковке, представление модифицированного или усовершенствованного товара или услуги.

12. Объявление о льготных сделках или предложениях.

13. Разъяснение сути нового товара или услуги.

14. Обеспечение роста розничного товарооборота и интенсификация использования средств, вложенных в товарно-материальные запасы.

15. Совершенствование или изменение репутации или общего представления.

16. Побуждение потенциальных покупателей к посещению демонстрационного зала или магазина.

Благодаря рекламе спрос на рекламируемый продукт, безусловно, повышается и в плане эластичности становится неэластичным, т.к. на потребителя воздействует не цена, а именно качество товара, т.е. не смотря на цену, покупатель все равно купит этот товар, т.к. его хорошо прорекламировали, его качество и внешний вид. Вообще реклама характерна для монополистической конкуренции, где она является главным источником стимулирования спроса из-за большой дифференциации продукта.

Каждая реклама – это пай от долгосрочного вклада в «личность» марки.

Каждая реклама должна рассматриваться как неотъемлемая часть того сложного символа, которым является образ марки, как долгосрочный взнос в репутацию марки.

В итоге лучшего рынка и наибольшей прибыли добивается тот, кто нацеливает свою деятельность на создание наиболее благоприятного образа, ярко очерченной индивидуальности и неповторимости своей марки.

В коммерции, как известно, всякое бывает, но одно бесспорно: там, где реклама запомнилась, число потребителей возрастает.

В условиях административно-командной системы реклама была не нужна и бесполезна потребителю – ассортимент товаров определялся государством, и количество товаров одного класса и одной весовой категории редко превышало один – то есть был телевизор Рубин, и никаких Sony и Panasonic, и, таким образом, у покупателя не было выбора, да и проблема была не в том, чтобы выбрать товар, а в том, чтобы достать хоть какой-нибудь [2].

Не нужна была реклама и производителям товаров – государство покупало товар, который само и заказывало, по фиксированной цене, независимо от его популярности на рынке. В том случае, если товар не пользуется спросом, государство же даст деньги на переоборудование предприятия.

Реклама должна основываться на принципах, то есть нужно знать, каким должно быть рекламное обращение и какой реклама принципиально не должна быть. Во-первых, нужно избегать в своей рекламе обмана и дискриминации. Это может проявиться в таких формах.

Лживая реклама. Рекламодатели не должны прибегать к лживым утверждениям, например, заявлять, что товар излечивает от чего-либо, когда в действительности он этого не делает.

Рекламодатели должны избегать подтасованных демонстраций, как, например, в рекламном ролике, показывающем, что бритвенное лезвие в состоянии «побрить» наждачную бумагу, когда вместо шкурки бреют плексиглас.

Реклама, вводящая в заблуждение. Рекламодатель не должен создавать объявлений, потенциально способных ввести в заблуждение, даже если в действительности никто, возможно, и не будет введен в заблуждение.

Реклама с исчезающей приманкой. Не следует завлекать покупателей ложными посулами. Например, продавец рекламирует швейную машину за 79 долл., а потом отказывается продать ее по этой цене [3].

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Определив задачи рекламы и рекламный бюджет, следует разработать общий творческий подход к рекламе, ее творческую стратегию. В процессе ее создания можно выделить три этапа: формирование идеи обращения, оценка и выбор вариантов обращения, исполнение обращения.

Следующая задача рекламодателя – выбрать средства распространения для размещения своего рекламного обращения. Процесс выбора состоит из нескольких этапов:

- 1) принятие решений о широте охвата, частоте появления и силе воздействия рекламы;
- 2) отбор основных видов средств распространения информации;
- 3) выбор конкретных носителей рекламы;
- 4) принятие решений о графике использования средств рекламы.

При выборе средств распространения информации рекламодатель должен принять решение о желательной широте охвата, частоте появления и силе воздействия, которые необходимо обеспечить для решения поставленных перед рекламой задач. Рекламодателю следует определить, какое число лиц в рамках целевой аудитории должно познакомиться с его рекламной кампанией за конкретный отрезок времени [1].

Библиографический список:

1. Асеева Е.Н., Асеев П.В. Рекламная компания. – М.: Приор, 2010.
2. Каневский Е.М. Эффект рекламы. – М.: Экономика, 2005.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс.Плюс», 2015.
4. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. – М.: Ассоциация авторов и издателей Тандем, 2011.

«АНТИМАРКЕТИНГ» ИЛИ ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Орлянский Е.А.

Омский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

При каждом новом кризисном витке развития мировой экономики, проблема поиска методов сглаживания циклических колебаний становится все более актуальной. Ведь каждый новый кризис несет все большую опасность для общественной стабильности. Прекрасно известен, например экологический аспект этой проблемы (исчерпаемость ресурсов, загрязнение окружающей среды при техногенных катастрофах и т.п.). В последнее время нарастает значение и социально-политического аспекта. Ведь предшествующий рецессии рост вовлекает в процесс повышенного потребления значительное количество населения через рост доходов хозяйственных субъектов и рост социальных трансфертов государству своему населению. Зачастую рост потребления и повышение социального статуса многих людей не соответствует их реальному вкладу в экономику. Ведь в период подъема кредитно-денежный сектор разгоняет совокупный спрос и за счет лавины доступных кредитов. Следующий за этим рецессионный обвал приводит к потере такого потребительского социального статуса множеством населения, что угрожает ростом асоциального поведения, что, в свою очередь, ведет к росту социально-политической нестабильности (что мы могли видеть в недавнее время в Греции). Исходя из этого, можно констатировать, что общество не заинтересовано не только в рецессионных стадиях цикла, но и в спекулятивно-ажитожных подъемах, поскольку они неизбежно и заканчиваются этими рецессионными стадиями.

Признавая востребованность эффективного инструментария сглаживания циклических колебаний, необходимо сначала определиться с объектом их воздействия, т.е. с причинами циклических колебаний. На сегодняшний день ответ на этот вопрос концентрируется в следующем тезисе из одного из наиболее популярных учебников по экономической теории: «Несмотря на такой разброс мнений, фактором, непосредственно определяющим уровни внутреннего производства и занятости, большинство экономистов единодушно считают уровень общих, или совокупных, расходов. В рыночной экономике предпринимательский сектор производит товары и услуги только в том случае, если их можно продать с прибылью. При низком уровне общих расходов большинству фирм окажется невыгодно производить товары и услуги в больших объемах. Отсюда низкий уровень производства, занятости и доходов. Более высокий уровень общих расходов означает, что рост производства приносит прибыль, поэтому производство, занятость и доходы тоже будут возрастать» [4, с. 155].

Стало быть, методология сглаживания циклических колебаний должна основываться на такой методологии, которая смогла бы максимально сократить колебания совокупных расходов (совокупного спроса, по более привычной терминологии). Опять же, для начала, следует определиться о каком спросе идет речь. При самом общем подходе мы выделяем, как составные части совокупного спроса, спрос на производственные ресурсы и спрос на потребительские товары. Устанавливая между ними иерархию взаимовлияния, вспомним такую экономическую закономерность как принцип производности спроса на ресурсы. Что это означает? Упомянутый выше учебник отвечает на этот вопрос следующим образом: «Спрос на ресурсы является производным спросом, то есть производным от спроса на готовые товары и услуги, которые производятся с помощью данных ресурсов. Ресурсы удовлетворяют потребительские запросы не прямо, а косвенно – через производство потребляемых товаров и услуг. Так, никто не станет претендовать на непосредственное потребление акра земли, трактора или услуг фермера. Домохозяйства желают потреблять различные продовольственные товары или готовые ткани, иными словами, продукты, изготовленные из ресурсов, а не сами ресурсы. Следуя той же логике, спрос на автомобили порождает спрос на рабочих

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

автомобильной промышленности, а спрос на такие услуги, как подготовка налоговых деклараций, стрижка волос и уход за детьми, создает вторичный спрос на услуги бухгалтеров, парикмахеров и работников детских учреждений» [4, с.143].

Таким образом, именно спрос на потребительские товары является катализатором всего совокупного спроса и именно его колебания лежат в основе цикличности. Поэтому именно он должен стать объектом антициклического воздействия. Это актуально еще и потому, что помимо того, что современное общество, само по себе, делает потребности и спрос нестабильными, они еще, на определенном моменте, стали объектом воздействия производителей, которые стремятся к расширению сбыта и максимизации прибыли. Речь идет о маркетинге.

Современный маркетинг имеет несколько разновидностей, которые выводят его на тот опасный уровень развития, на котором он стал фактором макроэкономической нестабильности. Выход на этот уровень означает, что вместо исследования спроса ради необходимости подстроить под него под него свой выпуск (что, по сути, можно признать вполне естественным), производители перешли к активному воздействию на сам спрос, чтобы подстроить его под свое производство. Теперь уже производители манипулируют потреблением своих покупателей и сами «делают» свой спрос. Классик современного маркетинга Ф. Котлер приводит мнение С. Хайдена, который заявляет, следующее: «Что человеку нужно, действительно нужно? Несколько фунтов еды каждый день, тепло, кров, шесть футов, где прилечь, и какое-нибудь рабочее занятие, которое дает чувство свершения. И это все — с материальной стороны. И мы знаем это. Но наша экономическая система непрерывно промывает нам мозги до тех пор, пока мы не оказываемся погребенными под могильным холмом из напоминаний о сроках оплаты, закладных, нелепых безделушек, игрушек, отвлекающих наше внимание от осознания полнейшего идиотизма решаемой всю жизнь шарады» [Цит. по: 3, с.69]. Но это мнение противника такого рода маркетинга. Косвенно, правоту такого мнения признают и сторонники агрессивного воздействия на спрос. Причисляя к таковым У. Черчилля, Котлер приводит и его слова: «Реклама вскармливает потребительские способности людей. Она порождает потребности в более высоком уровне жизни. Она ставит перед человеком цель обеспечить себя и свою семью лучшим жилищем, лучшей одеждой, лучшей пищей. Она стимулирует его усердие и производительность. Она объединяет в плодотворный брачный союз такие вещи, которые в других обстоятельствах просто не сошлись бы друг с другом» [Цит. по: 3, с.69-70]. Таким образом, признается, что именно действия производителя (продавца) формируют потребности покупателя, превращая его в пассивную сторону рынка по отношению к производителю. Современные российские авторы также признают это, используя такие понятия, как «управление спросом» и «управление потребителями» [5, с.30].

Из традиционных разновидностей маркетинга к таковым относятся, например конверсионный маркетинг и стимулирующий маркетинг. Конверсионный маркетинг это «маркетинг, проводимый при негативном спросе, то есть практическом отсутствии спроса на товары» [6, с.216]. Он применяется для создания спроса там, где его не только нет по сути, но и присутствует явно негативное отношение к товару. Фактически это можно признать высшим уровнем воздействия производителя на потребителя. Даже насилием над потребителем. Немного мягче, но в этом же направлении действует и стимулирующий маркетинг, который призван создать спрос там, где он отсутствует. Это, опять же, представляет собой одностороннее воздействие производителя на потребителя с целью управления его решениями. Производитель опять стремиться лишить потребителя инициативы в их отношениях.

Такого рода воздействие очень часто применяется в формах, которые предусматривают неведение потребителя о проводящемся на него воздействии. Пусть даже можно признать, что пресловутый «эффект 25-го кадра» и оказался мистификацией, но существуют многочисленные, вполне легальные способы воздействия на потребителя без его ведома. И их количество растет в процессе развития самой рыночной экономики. К таким относятся, например, манипуляции человеческими чувствами (благодарности, подражания и т.п.) или эмоциональные воздействия (создание ассоциа-

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

ции товара с явлениями, к которым он не имеет никакого отношения). Сюда же можно отнести «новинки» совсем последнего времени. К таким «новинкам» относится, например, аромаркетинг. Агрессивность воздействия этого метода подчеркивается его определением: «Аромаркетинг – это комплекс мероприятий по использованию ароматов с целью воздействия на эмоции и поведение человека, создания определенных эмоций и стимулирования его потребностей в товарах и услугах» [1, с.164]. Это определение откровенно подчеркивает цель воздействия на потребителя с целью формирования новых потребностей, причем, без его ведома. Другой автор также выделяет агрессию в отношении потребителя при применении аромаркетинга: «маркетинговые исследования показывают, что наличие приятных ароматов вынуждает покупателей проводить в магазинах на 15-20% дольше, чем обычно, что соответственно, положительно сказывается на уровне продаж» [2]. Здесь интересно отметить использование глагола «вынуждает». Также, в работах по этой проблеме часто используется термин «импульсивные покупки» [2]. Как известно, слово «импульсивный» означает «непроизвольный, неосознанный». Отсюда следует, что современные маркетологи стремятся стимулировать уже покупки вообще не связанные с объективными потребностями.

Такое положение вещей, безусловно, можно характеризовать, как нарушение этических норм современного демократического общества, где индивидууму предоставлена свобода принятия решений. Здесь же производитель фактически старается навязать потребителю выгодные себе решения.

Но эта ситуация, кроме этического негатива, несет в себе еще и мощный заряд экономической нерациональности. Это выражается в том, что современный маркетинг, фактически, превратился в самостоятельный катализатор циклических колебаний. Ведь очевидно, что современный маркетинг производителей и продавцов ориентирован на создание спроса искусственно. Это, естественно, приводит к, опять же, искусственному расширению конъюнктуры рынка. Это, в свою очередь, делает циклические колебания более глубокими. Более глубокими же становятся и циклические кризисы. Ведь искусственное стимулирование сбыта сверх естественных потребностей означает, что разогнанная волна спроса неизбежно завершится падением, настолько глубоким, насколько высоким был искусственный подъем. Под стимулированные осознанные или (что много хуже и опаснее) неосознанные потребительские импульсы финансовая сфера подводит, например, кредитную основу. Но, как эти потребительские импульсы склонные к постепенному угасанию, так и кредитование рано или поздно оборачивается необходимостью возврата заемных ресурсов, что неизбежно снизит текущее потребление и спрос. Тогда и начнется очередной циклический кризис перепроизводства, глубина которого будет прямо зависима от размера предыдущего бума.

Парадоксально, но этот аспект маркетинга подсказывает и возможность его превращения в орудие антициклического регулирования. Если признать бесспорный факт, что любые попытки активного воздействия производителя на потребителя без его ведома и согласия является неэтичным поведением, то выходом будет активизация этической стороны маркетинга. Таким образом, он превращается в определенный «антимаркетинг». Понятие этического маркетинга, в принципе, известно. И подразумевается под этим социальная ответственность производителя при производстве и сбыте своего товара. Обычно имеется в виду правдивость информации о товаре, безопасность и экологичность товара и т.п. В этом плане необходима своего рода глобализация этого понятия. Любой маркетинг должен стать этическим (само выделение этического маркетинга в отдельный вид неестественно, так как это подразумевает существование какого-то иного, неэтического маркетинга). Этичность необходимо расширить до такого уровня, когда она начнет воздействовать на макроэкономические процессы. Социальная ответственность производителя на макроэкономическом уровне должна означать добровольный отказ от действий, способных усугубить циклические колебания и сделать циклические кризисы глубже и тяжелее.

Понятно, что это потребует изменения поведения производителя в процессе маркетинговой деятельности. Производитель должен воздерживаться от действий, способных резко изменить конъюнктурные параметры. Как первая мера может подойти отказ от действий связанных воздействием на потребителя без его ведома. От всех форм воздействия на подсознание. Например, отказ

СЕКЦИЯ № 4. ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ

от формирования ассоциаций товара с явлениями, к которым он заведомо не имеет никакого отношения (употребление прохладительных напитков не повысит мастерство в паркуре и т.п.). Или от использования образов реально никак не связанных с данным товаром (футболист и чипсы и т.п.). Ну и, конечно, необходимо исключить все виды маркетингового воздействия производителя на потребителя, когда последний вообще не подозревает, что является объектом такого воздействия (тот же аромамаркетинг, всевозможное использование нейролингвистического программирования и средств электронного воздействия).

Следует вернуться к тому периоду развития маркетинга, когда производитель стремился свести свою деятельность к изучению уже существующих объективных потребностей потенциальных покупателей и отказаться от попыток самому формировать их. Это, безусловно, будет способствовать стабилизации потребительского спроса как активной компоненте рыночной конъюнктуры. А это уже, в свою очередь, способно снизить амплитуду циклических колебаний и сократить кризисное давление на экономику. Кроме того, такая этизация маркетинговой деятельности будет иметь положительное значение и в чисто гуманистическом плане. Это защитит право человека на неприкосновенность личной жизни, которое, безусловно, нарушается в случае несанкционированного воздействия производителя на сознание и, тем более, подсознание потребителя.

Литература:

1. Бургат В.В. Аромамаркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций/В.В. Бургат// III Манякинские чтения: «Зеленая экономика»: риски, выгоды, перспективы с точки зрения устойчивого развития. – Омск, 2014. С. 164-169.
2. Данченко И. Аромамаркетинг в вопросах и ответах. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://propel.ru/pub/158.php>
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ./Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
4. Макконнелл К.Р. Экономикс: пер. с англ./К.Р. Макконнелл, С.Л.Брю. – М.: Туран, 1996. Т.1. – 400 с.
5. Маркетинг для магистров: Учебник/ Под общ. ред. Синяевой И.М. М.: ИНФРА-М, 2016. – 368 с.
6. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь/Б.А.Райзберг, Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М.: ИНФРА М., 1999. – 479 с.

**V Манякинские чтения:
«Опыт, достижения,
перспективы торговли и экономики»**

Материалы Международной научно-практической конференции
ученых, практиков, аспирантов, магистрантов, студентов
4 апреля 2016 года

Омский институт (филиал)
ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016.

Верстка: Г.С. Степанова
Корректор: В.С. Круглова

Подписано в печать 21.03.2016 г.

Формат 297×210 мм (60×90/8). Бумага офсетная 80 г/м².

Уч.-изд. л. 40,85. Усл.-печ. л. 43.

Гарнитура Times.

Тираж 500 экз. Заказ №823

Изготовлено: типография «Компаньон» (ООО ПКФ «Абсолют»)

644024, г. Омск, ул. Декабристов, 45/1, +7 (3812) 370-370

www.companion-omsk.ru

e-mail: op@companion55.ru

