

Экономические исследования и разработки

Выпуск 4, Апрель 2019 год

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 4/2019

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2019

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №4 – 2019. – 183 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33

ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

Балашова Раиса Ивановна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

Глебова Анна Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

Бикеева Марина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

Лаврентьева Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

Шагалова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2019

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ.....	9
Акашева В.В. Проблемы оценки основных средств в связи с принятием федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Основные средства»	9
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ	16
Тынникова Н.А., Макрусов В.В. Стратегические направления развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода	16
МЕНЕДЖМЕНТ	23
Года А.Ю., Егорова У.А., Макрусов В.В. Цифровая таможня: зарубежный опыт и актуальные проблемы их решения в России.....	23
Клочко Е.Н., Мирончук В.А. Разработка модели продуктивной деятельности для некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения граждан	34
Хлопина О.В. Установление ключевых задач управления малыми научно-образовательными организациями.....	40
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	45
Матушевич О.В., Фадейкина Н. В. Мировой рынок новых легковых автомобилей: текущее состояние и тенденции развития.....	45
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	63
Нерсисян С.А., Выжитович А.М. Роль земельного налога в формировании доходов местных бюджетов (на примере Кемеровской области)	63
Хацкилевич А.Н., Семейкина А.А. Анализ Стратегии социально – экономического развития города Екатеринбург	70
Штельцер М.С. Опыт построения логической матрицы для анализа организационной структуры санаторно-курортного комплекса Крыма	82
РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ	87
Бородай В.А., Шевченко Е.М. Кастомизация взаимодействия в туристической индустрии	87

Хайруллин И.Р., Подгорцева Е.Э. Альтернативы снижения рисков сезонности в туристском бизнесе	92
--	----

СТАТИСТИКА..... 100

Вологдин Е.В. Оценка состояния животноводства в Алтайском крае в период 2000 – 2017гг. (статистический аспект)	100
--	-----

Вологдин Е.В. Растениеводство в Алтайском крае в период 2000 – 2017гг.	107
---	-----

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ 113

Красикова Е.М., Файзуллина Р.В. Влияние технологии бенчмаркинга в системе управления инновациями сервисной компании	113
---	-----

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 119

Зернова Л.Е. Анализ партнерских связей коммерческого банка	119
--	-----

Никонова О.П., Выжитович А.М. Теоретические и организационные основы налогового контроля в России.....	128
--	-----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ОБРАЗОВАНИИ..... 132

Потеев А.Т., Холявка К.А. Кадровый потенциал для инновационной экономики	132
--	-----

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ 138

Балычев С.Ю., Батьковский М.А. Некоторые финансовые аспекты диверсификации военного производства.....	138
---	-----

Бородай В.А., Шевченко Е.М. Специфика и тенденции рынка фриланса при оказании сервисных услуг	145
---	-----

Василенко Н.Н., Головина Л.А. Адаптация целей устойчивого развития отраслей и фирм к трансформирующимся условиям бизнес-среды.....	153
--	-----

Захарова С.Г. Проблемы инновационного развития территорий в рамках муниципально-частного партнерства	164
--	-----

Потеева М.А., Попович О.Н. Этапы восхождения предприятия к современным технологическим вершинам	168
---	-----

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ..... 175

Хорольская Т.Е. Вектор новой этноэкономики как новое направления экономической теории 175

Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 33

Акашева В.В. Проблемы оценки основных средств в связи с принятием федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Основные средства»

Problems of valuation of fixed assets in connection with the adoption of the federal accounting standard for public sector organizations "Fixed Assets"

Акашева В. В.,

к.э.н., доцент, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева

Akasheva V.V.,

Ph.D., associate professor, National Research Mordovia State University. N.P. Ogareva

Аннотация. В статье рассматривается практика учета и оценки основных средств в связи с применением на территории Российской Федерации с 01.01.2018 г. СГС «Основные средства», освещаются мероприятия по переходу на данный стандарт, особенность оценки объектов основных средств. Проводится сравнительный анализ основных изменений в учете основных средств с применением СГС «Основные средства» и выявляются проблемы при переходе на учет основных средств по новому стандарту.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, государственные учреждения, основные средства, амортизация, оценка, сравнительный анализ.

Abstract. The article considers the process of accounting and evaluation of fixed assets in connection with the use of the SGS «Fixed assets» in the territory of the Russian Federation since 01.01.2018, highlights the measures for the transition to this standard, the peculiarity of evaluation of the encumbered and unencumbered operations. A comparative analysis of the main changes in the accounting of fixed assets with the use of SGS «Fixed assets» and identified «problem areas».

Keywords: accounting, public institutions, fixed assets, depreciation, evaluation, comparative analysis.

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Совершенствование бухгалтерского учета в рыночной экономике предполагает введение новых стандартов. С 01.01.2018 года на территории Российской Федерации начали свое действие пять федеральных стандартов, регулирующих ведение бухгалтерского учета для организаций государственного сектора экономики. К данным стандартам относят:

- СГС «Концептуальные основы бухгалтерского учета и отчетности для организаций государственного сектора» (Приказ Минфина РФ от 31.12.2016 г. № 256н);
- СГС «Основные средства» (Приказ Минфина РФ от 31.12.2016 г. № 257н);

- СГС «Аренда» (Приказ Минфина РФ от 31.12.2016 г. № 258н);
- СГС «Обесценение активов» (Приказ Минфина РФ от 31.12.2016 г. № 259н);
- СГС «Предоставление бухгалтерской (финансовой) отчетности» (Приказ Минфина РФ от 31.12.2016 г. № 260н).

Наибольшее затруднение у бухгалтеров вызывает применение СГС «Основные средства», так как данный стандарт содержит большое количество нововведений, а учреждениям при переходе на данный стандарт необходимо соблюсти определенный порядок мероприятий. Прежде чем рассмотреть мероприятия по переходу на применение СГС «Основные средства» и их оценку, отметим основные изменения в правилах ведения бухгалтерского учета основных средств в учреждениях государственного сектора, в соответствии с которыми возникла такая необходимость:

1) С 01.01.2018 г. основные средства могут сдаваться в финансовую аренду. Пункт 8 СГС «Основные средства» гласит, что помимо объектов, находящихся у государственных (муниципальных) учреждений на праве оперативного управления, в состав основных средств включаются также материальные ценности, соответствующие критериям активов и находящиеся в пользовании государственного (муниципального) учреждения на условиях лизинга по договорам, условиями которых лизингополучатель не определен балансодержателем, долгосрочной аренды с правом выкупа, безвозмездного бессрочного (постоянного) пользования, а также иных арендных отношений, относящихся в соответствии с СГС «Аренда» к финансовой аренде.

До 01.01.2018 г. указанные объекты основных средств учитывались на забалансовом счете 01 «Имущество в пользовании» и на балансовых счетах 0 101 11 000 «Жилые помещения – недвижимое имущество учреждения», 0 101 12 000 «Нежилые помещения – недвижимое имущество учреждения», 0 101 13 000 «Сооружения – недвижимое имущество учреждения» в части неотделимых улучшений, произведенных в объекты недвижимости, используемые субъектом учета в рамках арендных отношений (безвозмездного пользования).

Принятие объектов финансовой аренды на баланс отражается в бухгалтерском учете на соответствующих аналитических счетах по их первоначальной стоимости, определенной в соответствии с СГС «Основные средства».

2) С 01.01.2018 г. основные средства меняют свою группировку – из их состава исключается группа «Библиотечный фонд», «Сооружения» включаются в состав группы «Нежилые помещения (здания и сооружения)», вводятся новые группы «Инвестиционная недвижимость» и «Многолетние насаждения».

В таблице 1 проведем сравнение группировки основных средств согласно п. 7 «СГС «Основные средства» и Инструкции № 157н [2].

Так как группировка основных средств, согласно СГС «Основные средства» в 2018 году не соответствует ОКОФ, то данный классификатор в течении года также будет подвержен корректировке.

Таблица 1

Сравнительная характеристика групп основных средств согласно п. 7 «СГС «Основные средства» и Инструкции № 157н

Группы основных средств, прописанные в СГС «Основные средства» с 01.01.2018 г.	Группы основных средств, предусмотренные Инструкцией № 157н (до 01.01.2018 г.)
Жилые помещения	Жилые помещения
Транспортные средства	Транспортные средства
Нежилые помещения (здания и сооружения)	Нежилые помещения
Инвестиционная недвижимость	Сооружения
Машины и оборудование	Машины и оборудование
Инвентарь производственный и хозяйственный	Производственный и хозяйственный инвентарь
Многолетние насаждения	Библиотечный фонд
Основные средства, не включенные в другие группы	Прочие основные средства

3) С 01.01.2018 г. изменяется порядок и способы амортизации основных средств, а основные средства можно будет учитывать комплексно. На рисунке 1 отразим основные изменения, затронувшие порядок начисления амортизации основных средств [3].

	Малоценные основные средства (забаланс)	Амортизация 100 %	По норме амортизации
До 01.01.2018 г.	До 3 тыс. р.	От 3 до 40 тыс. р. Библиотечный фонд до 40 тыс. р.	Свыше 40 тыс. р.
После 01.01.2018 г.	До 10 тыс. р.	От 10 до 100 тыс. р. Библиотечный фонд до 100 тыс. р.	Свыше 100 тыс. р.

Рисунок 1. Основные изменения затронувшие порядок начисления амортизации основных средств

Классификация, показанная на рисунке 1 показывает, что 100 % амортизация теперь начисляется на ОС стоимостью до 100 тыс. р., как и в налоговом учете. Для объектов стоимостью свыше 100 тыс. р. амортизация будет рассчитываться по-новому, в данной ситуации используются 3 метода начисления амортизации – линейный, уменьшаемого остатка и пропорционально объему произведенной продукции.

В отношении объектов основных средств, которые приняты к учету в учреждении до перехода учреждением на СГС «Основные средства» пересчет амортизации производится не будет. Получается, что, если стоимость объекта основного средства от 40 тыс. р. до 100 тыс. р., принято к учету до 01.01.2018 года не нужно будет изменять способ начисления амортизации и начислять амортизацию до 100 %. Аналогично

данной ситуации если стоимость объекта основного средства от 3 тыс. р. до 10 тыс. р. и данный объект введен до 01.01.2018 г., то его списывать за баланс не нужно.

Совсем другая ситуация обстоит с объектами основных средств, которые были приняты к учету в 2017 году, а в эксплуатацию вводятся в 2018 году. Тут необходимо вести учет следующим образом:

- если стоимость объекта ОС до 3 тыс. – учет ведется на забалансовом счете 21;
- если стоимость объекта ОС от 3 до 40 тыс. – амортизация начисляется в размере 100 %.

Правила определения стоимости объекта ОС, а именно объектов недвижимости (зданий, сооружений), которые не входили в состав основных средств до даты первого применения СГС «Основные средства» и предусмотрены в п. 58, п. 59 СГС «Основные средства» и уточнены в методических указаниях:

- по кадастровой стоимости на дату первого применения СГС «Основные средства» (при ее наличии);
- по ранее сформированным оценкам (по балансовой стоимости неотделимых улучшений в используемые объекты недвижимости на дату первого применения СГС «Основные средства»);
- в условной оценке 1 объект, 1 рубль, если балансовая стоимость объекта до первого применения СГС «Основные средства» не была сформирована.

Объекты недвижимости отражаются в условных оценках (или в оценках, не соответствующих актуальным кадастровым оценкам) до получения актуальных кадастровых оценок.

На данный момент времени (в 2018 году) актуальные кадастровые оценки объектов недвижимости, определенные на первую дату применения СГС «Основные средства» отсутствуют, это обусловлено прежде всего тем, что еще не истек переходный период с 01.01.2017 г. по 01.01.2020 г.

Итак, по объектам недвижимости (здания, сооружения), признаваемым при первом применении СГС «Основные средства» в период с 01.01.2017 г. по 01.01.2020 г. необходимо провести мероприятия по определению их актуальных кадастровых оценок. Пересмотр стоимости объектов недвижимости до их актуальной кадастровой стоимости отражается в соответствии п. 41 СГС «Основные средства».

Объекты недвижимости, которые числились на балансе учреждения в составе основных средств до 01.01.2018 г., свою оценку при первом применении СГС «Основные средства» не меняют (учитываются по сформированной балансовой стоимости). Получается, что и порядок определения стоимости объектов недвижимости при исчислении налога на имущество организаций не поменяется.

При первоначальном признании в бухгалтерском учете объектов движимого имущества в связи с переходом к применению СГС «Основные средства» одновременно признается любая накопленная амортизация и любые накопленные убытки от обесценения актива, связанные с этим объектом, как если бы положения нового стандарта применялись всегда (п. 61 СГС «Основные средства»). Как рассмотрено нами ранее состав групп основных средств с применением СГС «Основные средства» меняется, то при перенесении объекта ОС из одной группы в другую необходимо не забыть переместить в учете и амортизацию по данному объекту.

Перевод объектов основных средств в бухгалтерском учете при первом применении стандарта СГС «Основные средства» (по состоянию на 1 января 2018 г.) в иную группу основных средств либо в иную категорию объектов учета, отражение на балансовых счетах вновь признаваемых объектов (активов) осуществляется в межотчетный период с использованием счета 0 401 30 000. Основанием служит Бухгалтерская справка (ф. 0504833), сформированная по данным инвентаризации.

В Методических рекомендациях, направленных письмом Минфина РФ от 15.12.2017 № 02-07-07/84237 представлены корреспонденции счетов по формированию входящих остатков на 01.01.2018 г. С этого же периода на все объекты ОС, которые у учреждения находятся на консервации необходимо продолжить начисление амортизации.

При переходе на СГС «Основные средства» учреждения столкнулись с рядом сложностей. Методические указания по применению переходных положений СГС «Основные средства» даны в письмах Минфина:

- при первом применении – от 30.11.2017 № 02-07-07/79257;
- при первом и дальнейшем применении – от 15.12.2017 № 02-07-07/84237.

Согласно разъяснениям, в указанных письмах в целях перехода на новые правила ведения бухгалтерского учета объектов основных средств необходимо провести ряд мероприятий, которые схематично представлены на рисунке 2 [2].

С 01.01.2018 г. многие основные средства изменяют первоначальную функцию материальных ценностей, а также изменится наименование ряда счетов. Например, счет 101 07 «Библиотечный фонд» называется «Биологические ресурсы», следовательно, на этом счете библиотечный фонд уже не будет учитываться. Также исключаются счета «Основные средства – предметы лизинга», 102 40 «Нематериальные активы – предметы лизинга» и 107 40 «Предметы лизинга в пути».

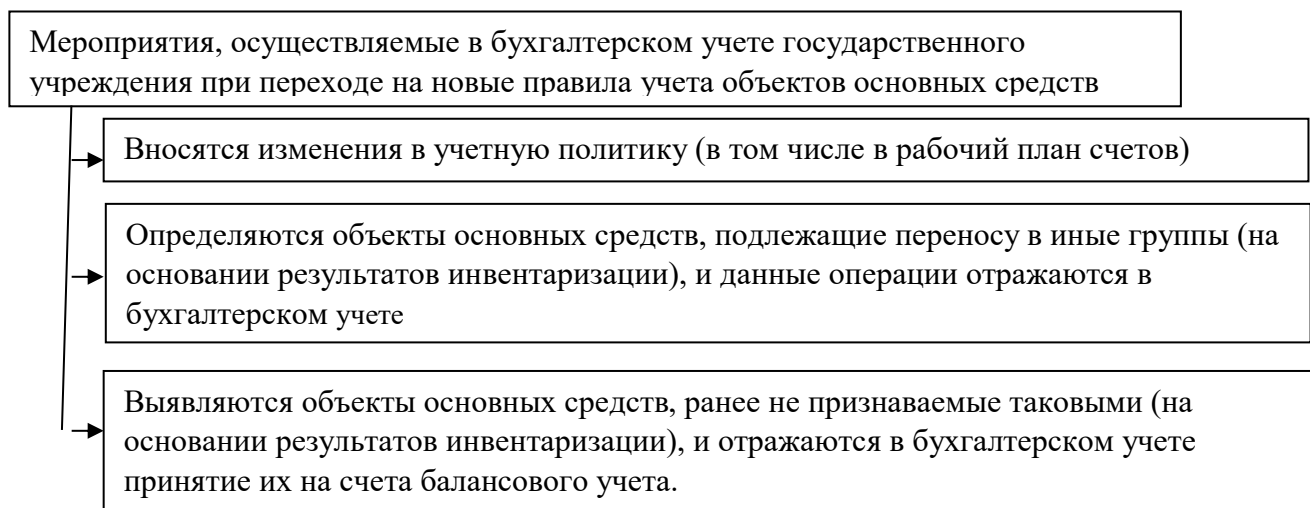


Рисунок 2. Мероприятия, осуществляемые в бухгалтерском учете государственного учреждения при переходе на новые правила учета объектов основных средств

При ведении бухгалтерского учета объектов основных средств с 01.01. 2018 г. необходимо обратить внимание на следующие особенности группировки объектов:

- для учета библиотечного фонда, за исключением периодических изданий, предназначен счет 0 101 08 000 «Прочие основные средства»;
- учет группы объектов «Многолетние насаждения» осуществляется на счете 0 101 07 000 «Биологические ресурсы»;
- группа объектов «Инвестиционная недвижимость» должна учитываться на счете 0 101 13 000 «Инвестиционная недвижимость».

При формировании учетной политики субъекту учета следует предусмотреть методы оценки учета таких материальных ценностей на забалансовых счетах, например:

- по остаточной стоимости (при наличии);
- в условной оценке (один объект – один рубль) – при полной амортизации объекта (при нулевой остаточной стоимости).

Объекты основных средств принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости в результате обменных или необменных операций (таблица 2) [2].

Таблица 2

Оценка по первоначальной стоимости объектов основных средств

Характеристика операции	Особенности определения стоимости
Обремененная операция	
Операция, в ходе которой учреждение передает (получает) активы на условии получения (передачи) активов, сопоставимых по денежной величине (стоимости), преимущественно в форме денежных средств и иных	Первоначальной стоимостью актива является его справедливая стоимость на дату приобретения, за исключением случаев, когда обменная операция не носит коммерческий характер или когда справедливую стоимость
Характеристика операции	Особенности определения стоимости
материальных ценностей, работ, услуг, прав на пользование имуществом	полученного актива и переданного актива невозможно надежно оценить
Необремененная операция	
Операции, в ходе которых субъект учета получает (передает) активы без непосредственного предоставления (получения) в обмен активов, сопоставимых по денежной величине (денежным эквивалентам). К необменным операциям относятся операции по передаче (получению) активов безвозмездно (без взимания платы) или по незначимым ценам по отношению к рыночной цене обменной операции с подобными активами	Первоначальная стоимость определяется в сумме фактически произведенных капитальных вложений с учетом действующего законодательства РФ по исчислению НДС, которые отражаются в бухгалтерском учете по дебету счета 010600310 «Увеличение капитальных вложений в основные средства»

В стандарте СГС «Основные средства» справедливой стоимостью является цена, по которой может быть осуществлен переход права собственности на актив между независимыми сторонами сделки, осведомленными о предмете сделки и желающими ее совершить. Определение справедливой стоимости объекта основных средств в государственных учреждениях является наибольшей проблемой при переходе на СГС «Основные средства».

При формировании отчетности государственного учреждения за 2017 год порядок учета основных средств не меняется и новшества в него не включаются. В учреждении информация по переходу на применение в учете СГС «Основные средства» отражается в форме № 0503173 «Сведения об изменении остатков валюты баланса» и форме № 0503773 «ведения об изменении остатков валюты баланса учреждения».

При переходе учреждения на применение СГС «Основные средства» необходимо в учетной политике данного учреждения отразить все способы ведения бухгалтерского учета объектов ОС

В связи с переходом на применение Стандарта учреждению необходимо закрепить в учетной политике выбранные способы ведения бухгалтерского учета объектов основных средств:

Таким образом, введение с 01.01.2018 г. СГС «Основные средства» содержит в себе множество новшеств, которые были не характерны для государственного сектора Российской Федерации (классификация, учет и оценка). Введение данного стандарта требует тщательной проверки и переквалификации объектов основных средств у данных организаций, что в свою очередь влечет и новые требования к бухгалтерам в государственном секторе.

Библиографический список

- 1 Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2018) «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: [сайт ин-форм. -правовой компании]. – [М., 2018]. – Режим доступа: [http://base.consultant.ru/ cons/ cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW;n=198265](http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW;n=198265).
- 2 Приказ Минфина России от 31 декабря 2016 г. № 257н «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Основные средства» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ: [сайт информ.-правовой компании]. – [М., 2018]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/71589050/#ixzz5UdksuYvD>.
- 3 Коренкова С. И. Бюджетный учет и отчетность. Учебное пособие для вузов/ С. И. Коренкова. - М.: Юрайт, 2018. – 195 с.
- 4 Жуклинец И. И. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях/ И. И. Жуклинец. – М.: Юрайт, 2018. – 504 с.
- 5 Касьянова Г. Ю. Бюджетный учет. Новые правила/ Г. Ю. Касьянова. – М.: АБАК, 2016. – 992 с.
- 6 Качкова О. Е. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях: учебник/ О. Ю. Качкова, Т. И. Кришталева, М. Ф. Овсянчук. – Москва: КНОРУС, 2018. – 376 с.

Государственное управление

УДК 33

Тынникова Н.А., Макрусев В.В. Стратегические направления развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода Strategic directions for the development of customs authorities based on a service-oriented approach

Тынникова Н.А.

Студент 5 курса факультета таможенного дела
Российская таможенная академия
Научный руководитель:

Макрусев В.В.

Доктор ф.-м наук, профессор кафедры управления
Российская таможенная академия

Tynnikova N. A.

Student

5th year student of the Faculty of Customs

Russian Customs Academy

Scientific adviser:

Makrusev V.V.

Dr. F.-M. sci., Professor of management Department

Russian Customs Academy

Аннотация. В статье раскрываются базовые положения по применению сервисно-ориентированного подхода в деятельности таможенных органов Российской Федерации в условиях цифровой экономики. Рассматриваются принципы развития Федеральной таможенной службы до 2020 года. Выделяются основные направления совершенствования деятельности таможенных органов Российской Федерации с учетом внедрения перспективных таможенных технологий.

Ключевые слова: перспективные таможенные технологии, сервисно-ориентированный подход, таможенные органы, трансформация таможенного администрирования, электронная таможня.

Abstract. The article describes the basic provisions on the application of a service-oriented approach in the activities of the customs authorities of the Russian Federation in the digital economy. The principles of development of the Federal Customs Service until 2020 are considered. Identifies the main directions of improving the activity of the customs bodies of the Russian Federation in view of the introduction of advanced customs technologies.

Keywords: advanced customs technologies, service-oriented approach, strategic directions of development, customs authorities, transformation of customs administration, e-customs.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В настоящее время в Евразийском экономическом союзе (далее – ЕАЭС, Союз) происходит ряд закономерных изменений в таможенной сфере. В январе 2018 года Таможенный кодекс ЕАЭС (далее – ТК ЕАЭС) вступил в силу. Стоит отметить, что это первый документ, созданный наднациональным органом регулирования интеграционного объединения – Евразийской экономической комиссией (далее – ЕЭК, Комиссия) совместно с государственными органами государств-членов ЕАЭС и бизнес-сообществом.

Федеральная таможенная служба (далее – ФТС России) нацелена на эффективное, своевременное и качественное предоставление таможенных услуг участникам внешнеэкономической деятельности (далее – участники ВЭД). Сегодня происходит трансформация таможни в «сервисную таможню», переход от концепции «бизнес для таможни» к реализации функции «таможня для бизнеса». Сервисно-ориентированный подход содействует внешнеэкономической деятельности, в частности позволяет участнику ВЭД выбрать оптимальный вариант перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу ЕАЭС, определить таможенную процедуру и предоставить декларацию на товары и необходимые для таможенного декларирования документы в электронном виде.

Сервисная парадигма таможенного администрирования формирует качественно новую систему отношений между таможенными администрациями и бизнес-структурами, позволяющую участникам ВЭД единовременно предоставлять в электронном виде документы и сведения, а таможенным органам использовать их на различных этапах для проверки и контроля.

Принципиальные изменения в деятельности таможенных органов достигаются путем внедрения сервисно-ориентированных таможенных технологий. Данные таможенные технологии нацелены на автоматизацию и информатизацию процессов, протекающих в таможенных органах. При этом исключаются или практически сводятся к минимуму прямые контакты должностного лица таможенного органа и участника внешнеэкономической деятельности.

В «Комплексной программе развития ФТС России на период до 2020 года» (далее – Комплексная программа) заложены следующие принципы работы таможенных органов – эффективность и безопасность (для государства), простота и удобство (для участников ВЭД) [1]. На рисунке 1 можно увидеть составляющие элементы данных принципов.

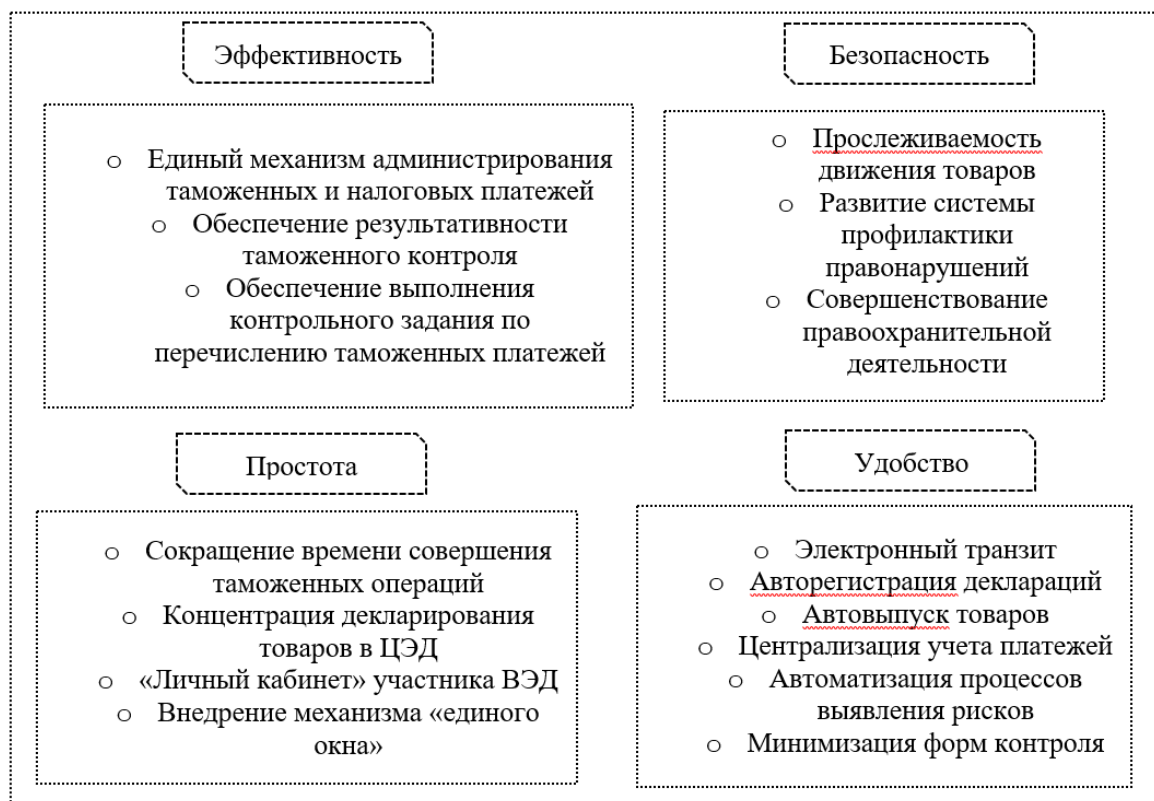


Рисунок 1. Принципы развития ФТС России до 2020 года

В настоящее время успешно внедряются сервисно-ориентированные таможенные технологии, направленные на упрощение и ускорение таможенных операций, обеспечение достоверности таможенного контроля и снижение нагрузки на участников ВЭД при взаимодействии с таможенными администрациями. Рассмотрим основные направления развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода.

1. Электронное декларирование.

Активное внедрение перспективных таможенных технологий является приоритетным направлением деятельности таможенных органов. В частности, применение электронного декларирования существенно ускоряет и упрощает процесс совершения таможенных операций [2].

2. Концентрация декларационного массива в центрах электронного декларирования (далее – ЦЭД).

Особое внимание таможенные органы уделяют концентрации декларирования товаров в центрах электронного декларирования, в основе возникновения которых лежит переход к системе электронного декларирования. Стоит отметить, что ЦЭДы работают только с электронными документами, при этом исключается личный контакт должностных лиц таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности.

3. Автоматическая регистрация декларации на товары.

В настоящее время без прямого участия должностного лица таможенного органа может быть осуществлена регистрация декларации на товары, при условии ее подачи с использованием ресурса «Интернет». Достоверность поданных сведений, электронная подпись, уплата таможенных платежей и так далее проверяются с помощью информационных таможенных технологий, в том числе специальных компьютерных программ.

4. Электронный транзит.

Данная технология позволяет сократить или исключить вовсе бумажный документооборот, повысив при этом уровень прозрачности совершения таможенных операций при таможенной процедуре транзита. Реализация технологии напрямую связана с переводом документов в электронный вид. Такие документы должны быть равноценны оригиналам и заверены электронной подписью.

5. Перенос таможенного контроля на этап после выпуска товаров.

В настоящее время у таможенных органов «двойственная» задача – всецело содействовать торговле и качественно обеспечивать контроль. Мировые тенденции таковы, что нагрузка такого контроля переносится на этап после выпуска товара вместо этапа декларирования.

6. Механизм «единого окна».

Одним из действенных инструментов упрощения процедур торговли является механизм «единого окна». Благодаря его активному внедрению появляется возможность осуществления внешнеэкономической деятельности с помощью сети Интернет (в частности из «личного кабинета участника ВЭД») и использования юридически значимых данных, переведенных в электронный формат [2].

7. Единый информационный портал.

Порталами называют сайты с удобными сервисами для работы. При разработке портала таможенных органов важно, чтобы участник ВЭД мог легко найти нужную услугу, быстро понять, как ей воспользоваться, и не допустить ошибок при заполнении документов.

Далее проанализируем основные направления развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода. В рамках анализа будем руководствоваться экспертными оценками текущего состояния внедрения сервисно-ориентированных таможенных технологий: 0 – направление проводить не планируется; 1 – проведение направления планируется; 2 – направление в процессе реализации; 3 – направление реализовано.

1. Электронное декларирование.

Включение в работу таможенных органов передовых информационных технологий качественно повышает уровень оказываемых таможней бизнесу услуг, в том числе новых, а также существенно ускоряет время совершения таможенных операций и способствует повышению информационной безопасности. В настоящее время в России 100% деклараций на товары подается в электронной форме. Оценка направления – 3.

2. Концентрация декларационного массива в ЦЭД.

Реализация данного направления позволит достичь следующих результатов:

- 1) экономия ресурсов (материальных и трудовых) таможни и бизнеса;
- 2) существенное сокращение времени выполнения таможенных операций и проведения таможенного контроля;
- 3) снижение коррупции.

В соответствии с поручениями Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации по реформированию системы таможенных органов в период с 2018 года по 2020 год, проводятся работы по разработке ЦЭДов и единой сети электронных таможен [3]. Оценка направления – 2.

3. Автоматическая регистрация декларации на товары.

В настоящее время таможенные органы работают в автоматическом режиме только с электронными декларациями на экспортируемые товары. В ближайшее время система будет настроена на выпуск импортных деклараций на товары. Необходимо отметить, что кроме ускорения таможенных формальностей в данном случае исключается коррупционная составляющая. Оценка направления – 1.

4. Электронный транзит.

В порядке эксперимента с февраля 2015 года в таможенных органах осуществляется оформление электронных транзитных деклараций. С марта 2017 года в соответствии с Порядком, утвержденным приказом Министерства финансов от 30.08.2016 №144н данная технология применяется регулярно [4]. Комплексной программой были установлены «целевые показатели», один из которых – «Доля транзитных деклараций, оформленных в электронной форме», установлен в значении 45% до конца 2017 года, на 2018 год – 65%, 2019-й – 75%, к концу 2020 года он должен составить 99% [1]. Оценка направления – 2.

5. Перенос таможенного контроля на этап после выпуска товаров.

Постконтроль в таможенных органах России в настоящее время является важным направлением развития таможенной службы и проводится с учетом Комплексной программы и Стратегии 2020. Постконтроль способствует снижению расходов участников ВЭД, в частности связанных с временным хранением товаров, простоем транспортных средств и проведением таможенных досмотров. Внедрение в таможенные органы комплексного подхода по организации постконтроля обеспечивает эффективность проверок. Оценка направления – 3.

6. Механизм «единого окна».

Особенности развития и внедрения механизма «единого окна» в России осуществляются исходя из договоренностей, закрепленных нормативными правовыми актами Союза. Координацию реализации проекта с 2014 года осуществляет Рабочая группа по созданию и развитию национального сегмента Российской Федерации международных информационных систем развития цифровой экономики при подкомиссии по экономической интеграции Правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции [5]. Тем не менее в настоящее время не существует системы выдачи электронных разрешительных документов, не реализован национальный портал «единого окна» в таможенных органах и

по-прежнему не утверждена сама Концепция развития национального механизма «единого окна». Оценка направления – 2.

7. Единый информационный портал.

«Личный кабинет участника ВЭД» (далее – Личный кабинет) имеет своей целью информационное взаимодействие между участниками внешнеэкономической деятельности и таможенными органами по вопросам, возникающим в процессе импорта/экспорта товара. Участникам ВЭД предоставлены следующие возможности: составлять необходимые документы в электронном виде и направлять в таможенные органы; хранить данные документы в электронном виде, а также запрашивать и получать необходимую информацию от таможенных органов [6]. Тем не менее у ФТС России еще нет технологий, позволяющих участнику ВЭД отследить движение поставки, подавать документы, связанные с корректировкой, обеспечением, отзывом деклараций. Оценка направления – 2.

Анализ направлений развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода показал, что наиболее значимые результаты достигнуты по следующим направлениям: электронное декларирование и перенос таможенного контроля на этап после выпуска товаров (рисунок 2).



Рисунок 2. Комплексная оценка текущего состояния внедрения сервисно-ориентированных таможенных технологий

В направлениях электронный транзит и единый информационный портал для заинтересованных лиц на данный момент создана правовая основа, но все еще сохраняются главным образом традиционные «бумажные» технологии взаимодействия участников ВЭД и государственных органов.

На основе вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что современное состояние внедрения сервисного подхода в деятельность таможенных органов имеет свои особенности, которые вызваны укреплением взаимодействия таможни и бизнес-сообщества, а также стремлением таможенных органов эффективно, своевременно и качественно предоставлять таможенные услуги участникам внешнеэкономической деятельности. Направления развития таможенных органов на основе сервисно-ориентированного подхода подкреплены реально существующими техническими и кадровыми ресурсами и имеет своей целью достижение целей, заложенных в Комплексной программе.

Библиографический список

1. Приказ Федеральной таможенной службы России от 27.06.2017 №1065 «О решении Коллегии ФТС России от 25 мая 2017 года «О комплексной программе развития ФТС России на период до 2020 года»» // СПС «Консультант Плюс».
2. Макрусев В.В. Особенности формирования и направления реализации концепции сервисно-ориентированного таможенного администрирования // Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний. 2017. № 2 (3). С. 121-136.
3. Сальникова А.В. Центры электронного декларирования как основа электронной таможни // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий № 3 (27) 2018. С. 49-53.
4. Приказ Минфина России от 30.08.2016 г. №144н «Об утверждении Порядка использования Единой автоматизированной информационной системы таможенных органов при таможенном контроле, таможенном декларировании и выпуске (отказе в выпуске) товаров, помещаемых под таможенную процедуру таможенного транзита, в электронной форме» // СПС «Консультант Плюс».
5. Постановления Правительства Российской Федерации от 12.05. 2017 №561 «О реализации основных направлений развития механизма «Единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности» // СПС «Консультант Плюс».
6. Официальный сайт ФТС России: Личный кабинет участника ВЭД (Информационные сервисы): Режим доступа: <http://edata.customs.ru/FtsPersonalCabinetWeb/Services>. (Дата обращения: 01.04.2019).

Менеджмент

УДК 33

Года А.Ю., Егорова У.А., Макрусев В.В. Цифровая таможня: зарубежный опыт и актуальные проблемы их решения в России

Digital customs: foreign experience and current problems of their solution in Russia

Года А.Ю., Егорова У.А., студенты,
Российская таможенная академия
Макрусев В.В., профессор,
Российская таможенная академия
Goda A.Yu., Egorova UA, students,
Russian Customs Academy
Makrusev V.V., professor,
Russian Customs Academy

Аннотация. В статье проанализирован зарубежный опыт развития и применения цифровой таможни на примере Китая и США. Дана оценка уровня качества таможенного администрирования, достигнутого с применением инноваций в таможенной сфере, на примере системы межведомственного обмена данными, интеллектуальных и безопасных торговых линий, автоматизированных систем таможенного оформления и контроля. Предложен единый замысел развития таможенных институтов в условиях цифровой трансформации российской экономики. В основе представленного исследования лежит методология прототипирования, главная идея которой сводится к поиску в международной практике аналогов (прототипов) – схожих экономических проблем, технологических и таможенных инструментов, обеспечивших их решение.

Ключевые слова: цифровая экономика, внешнеэкономическая и внешнеторговая деятельность, цифровая таможня, цифровое таможенное администрирование, государственные таможенные услуги, кибернетическая модель таможенного администрирования и управления, когнитивная теория управления.

Abstract. The article analyzes the international experience of the development and application of digital customs on the example of China and the United States. The assessment of the quality of customs administration achieved with the application of innovations in the customs sphere is given on the example of an inter-departmental data exchange system, intellectual and safe trading lines, automated customs clearance and control systems. A unified plan for the development of customs institutions in the context of the digital transformation of the Russian economy is proposed. The basis of the presented research is the prototyping methodology, the main idea of which comes down to searching in the international practice of analogues (prototypes) – similar economic problems, technological and customs tools that ensure their solution.

Keywords: digital economy, foreign economic and foreign trade activities, digital customs, digital customs administration, state customs services, cybernetic model of customs administration and control, cognitive theory of management.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственной технической университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение.

Современная Россия находится на этапе в формирования концепции и практической реализации элементов парадигмы цифровой экономики. Парадигма цифровой экономики (цифровая парадигма) – концептуальная платформа, позволяющая создавать гибридные интеллектуальные системы, технологии, товары и услуги в бизнесе, торговле, логистике и производстве, изменять формат природы информационных коммуникаций и инфраструктур, реализовать целостную модель управления функционированием и развитием государства, экономики, внешнеторговой деятельности. Новый подход должен обеспечить стране долгосрочный экономический рост и конкурентоспособность на основе качественных изменений, которые производят сквозной межотраслевой эффект.

В результате полного перехода на цифровую экономику предполагается достижение определенных целей. Одной из них является снижение как государственных издержек на представление государственных услуг, так и издержек участников внешнеэкономической деятельности (далее – ВЭД) при осуществлении внешней торговли с применением цифровых технологий.

Задача и методика исследования. Таможенное администрирование должно быть адаптировано под новые условия эволюции российской экономики, должно содержать соответствующие технологии и инструментальные средства таможенного регулирования и контроля товаров, производимых и перемещаемых в среде цифровой экономики [1]. В их числе технологии электронного (цифрового) таможенного контроля, администрирования и регулирования: е-контроля, е-администрирования и е-регулирования соответственно. Поиск и создание инновационных таможенных средств, позволяющих проводить эффективный контроль в условиях изменений, происходящих в сфере внешней торговли – основная задача настоящего исследования.

В основе данного исследования лежит методология прототипирования. Главная идея сводится к поиску в международной практике аналогов (прототипов) – схожих экономических проблем и таможенных инструментов, обеспечивших их решение. Проблемы и цели, характерные для России соотносятся с проблемами и результатами стран, прошедших соответствующую модернизацию. Наличие подобных аналогий позволяет дать рекомендации по инструментам, которые успешно применены для их решения. По нашему мнению, подход, реализующий идею прототипирования проблем и решений, позволяет России учесть опыт развитых стран в решении проблем формирования и реализации ключевых идей цифровой экономики и соответствующих регуляторов.

«Цифровая таможня»: понятие и определения.

2016 год был объявлен Всемирной таможенной организацией годом «Цифровой таможни». Годом, в котором таможенные органы должны активно демонстрировать использование информационных и коммуникационных технологий в целях сбора и обеспечения гарантии уплаты таможенных пошлин,

осуществления контроля перемещения товаров, людей, транспортных и денежных средств, а также в целях обеспечения безопасности трансграничной торговли.

В условиях глобализации и перехода к цифровой экономике инновации выходят на первый план развития сферы услуг, а также реального сектора экономики.

Появление парадигмы «цифровая таможня» предопределено функционированием цифровой экономики, которая представляет собой объективно существующее, быстроразвивающееся международное экономическое явление [2].

Согласно трактовке Оксфордского словаря, цифровая экономика – это экономика, функционирующая главным образом с помощью цифровых технологий, в частности электронных транзакций, совершаемых через Интернет. «Оцифровка всего» создает новые интеллектуальные цифровые сети, которые фундаментально меняют традиционную торговлю.

При этом термин «цифровая таможня» в интерпретации всемирно известных словарей отсутствует. Однако один из выпусков WCO News определил термин «цифровая таможня» как использование цифровых систем в целях обеспечения и гарантии уплаты таможенных пошлин, контроля за потоком товаров, людей, транспортных средств и денег, а также защиты международной торговли от преступности, включая международный терроризм, продолжающий распространяться по всему миру [8].

Опыт Китая: практические достижения и экспериментальные проекты.

В октябре 2016 г. Правительство Китая запустило Программу поощрения уполномоченных экономических операторов (далее – УЭО), основанную на проведении государственного контроля с учетом кредитоспособности компании – особенность заключается в том, что уровень кредитоспособности юридических лиц, совершающих правонарушения, снижается, а государственный контроль в отношении их деятельности, напротив, усиливается. Юридические лица, прошедшие аккредитацию в рамках Программы, признаются «развитыми сертифицированными компаниями» (ACE) и получают право пользования 49 упрощениями, предоставляемыми государственными органами, в том числе таможенной службой Китая [4].

Данные упрощения делятся на шесть категорий.

1. Категория 1 – «Green Lane» («Зеленый коридор») включает меры по ускоренному лицензированию, регистрации и выпуску товаров. Эта категория предполагает создание налоговым органом «зеленого коридора» для УЭО, за которыми не числится задолженность.

2. Категория 2 – «Less Inspection» («Сокращение числа проверок») включает положения об уменьшении количества проверок в отношении УЭО.

3. Категория 3 – «Priority Treatment» («Приоритетный подход») включает меры, в соответствии с которыми привилегии предоставляются компаниям, нуждающимся в услугах по защите интеллектуальной собственности – получении патента, регистрации товарных знаков, а также защите прав на судебных разбирательствах.

4. Категория 4 – «Simplified Procedure» («Упрощенная процедура») включает меры, позволяющие сократить количество документов, требуемых от юридического лица, до оптимального минимума.

5. Категория 5 – «Major Reference Benchmark» («Основной контрольный показатель») включает меры, направленные на ведение систем учета аккредитованных УЭО, необходимых при проведении проверки государственными ведомствами, участвующими в Программе.

6. Категория 6 – «Pilot Reform Project» («Экспериментальный проект реформы») включает меры, предусматривающие предоставление приоритетных прав УЭО и мониторинг практики пользования ими.

Государственный совет КНР создал Систему межведомственного обмена данными, благодаря которой таможенная служба Китая предоставляет информацию о УЭО и обменивается ей с государственными ведомствами. Результаты государственного контроля передаются в Систему, поэтому повторное его проведение не требуется. В случае, когда предприятие было заподозрено в незаконной деятельности, а также в неисполнении установленных требований и обязательств, информация немедленно направляется таможенной службе Китая, приостанавливающей статус УЭО или исключающей юридических лиц из соответствующего реестра [4].

Помимо всего прочего, в целях содействия упрощению таможенных процедур с 1 июня 2018 г. Главное таможенное управление Китая отменило декларации о включении (исключении) товаров в Перечень подкарантинной продукции, а также само оформление такой продукции. Заявление об оформлении ввоза (вывоза) подкарантинной продукции потеряло свою значимость, так как с недавних пор контроль за перемещением такой продукции и уплата «карантинной пошлины» включены в порядок таможенного оформления. Аннулирование такого Заявления не только иллюстрирует интеграцию таможенных органов и органов контроля и надзора, но и увеличивает прибыль предприятий путем упрощения формальностей, связанных декларированием.

Теперь предприятие может получить двойную квалификацию одновременно, сделав онлайн-заявку на платформе «Единое окно международной торговли», отправив необходимые для представления в таможенную документы, без необходимости посещать локальные таможенные органы и органы контроля и надзора. Платформа признана ООН «мерой по упрощению торговли» и впервые реализована в зоне свободной торговли в Шанхае.

Предварительная квалификация предприятия по таможенным и карантинным декларациям останется в силе; если предприятие зарегистрировано или зарегистрировано только для подачи таможенных или карантинных деклараций, с 1 июня 2018 г. стало возможным получить двойную квалификацию, отправив заявку на Платформу, что обеспечивает прямое взаимодействие государственных органов, в т.ч. таможенных, и участников ВЭД. Таким образом, карантинный контроль – это неотъемлемая часть таможенного оформления в целом.

Рассматривая межведомственное взаимодействие, стоит отметить, что сотрудники пограничных служб теперь работают в форме «таможни с эполетами». Правительство Китая стремится ускорить интеграцию таможенных органов и органов контроля и надзора и, соответственно, внести поправки в законодательство, регламентирующее деятельность органов, чтобы добиться необходимого результата. Так, все соответствующие законы, положения и нормативные документы будут пересмотрены для обеспечения своевременного внесения поправок, отмены или разъяснения конкретных положений.

Чтобы интеграция была осуществлена наиболее плавно, необходимо также унифицировать и меры, обеспечивающие проведение таможенного контроля, а также формы таких документов, как декларации и лицензий. Планируется изменение шаблонов и коммерческих документов, а также замена и обновление штампов и печатей, проставляемых на них. Такая интеграция позволит участникам ВЭД взаимодействовать с двумя государственными службами в лице одной, сокращая время, необходимое для оформления, и издержки.

Сейчас компании могут подавать заявки на ряд услуг в Интернете, включая регистрацию предприятий, изменение и аннулирование информации, а также выдачу сертификатов без регистрации или посещения административных центров или таможни. По оценкам китайских СМИ, более 6 тыс. предприятий будут пользоваться онлайн-услугами каждый год.

Через сервисную платформу «Интернет + Таможня» в рабочие дни предприятия-импортеры и предприятия-экспортеры могут подавать заявки на регистрацию грузополучателя или грузоотправителя, изменение и аннулирование информации, отслеживать статус обработки в режиме реального времени и печатать «Свидетельство о регистрации», выданное таможней Китая, бесплатно. Печать сертификатов осуществляется в течении 2-х часов.

С ноября 2017 г. таможня Гуанчжоу провела «бесбумажную» реформу регистрации предприятий с использованием технологии «электронной печати». «Таможенный Интернет» подключен к соответствующим компьютерным системам Промышленно-коммерческого управления для автоматического сопоставления данных между регистрационной информацией предприятия и информацией о местных коммерческих фирмах, что обеспечит подлинность и действительность используемой информации.

Еще одно новшество Ningbo Customs, модель «контроля товаров на складе через классификацию статуса» позволяет складировать не связанные товары и распределять вместе со связанными таможенными товарами в специальных зонах контроля с целью экспорта или внутреннего процесса. Эта модель представляет собой реализацию Ningbo Customs другой инновационной модели, впервые представленной в Шанхайской зоне свободной торговли.

Таможня Нинбо запустила пилот новой модели в октябре 2017 года. Обновив оборудование и программное обеспечение предприятий, таможня получила доступ к данным в режиме реального времени и, таким образом, мониторинг прибытия, убытия, передачи и хранения товаров. Это позволяет управлять

несвязанными товарами на одних и тех же складах в специальных зонах контроля так, если бы они были «скреплены».

Необходимо отметить, что ввиду сотрудничества таможенных служб Европейского союза и таможенной службы Китая, будут сокращены издержки и время, необходимые для повышения уровня безопасности международной цепи поставок.

Интеллектуальные и безопасные торговые линии ЕС-Китай (Smart and Secure Trade Lanes Pilot (SSTL)) – экспериментальный проект ЕС и Китая, позволяющий непрерывно анализировать инструменты и механизмы безопасности цепочки поставок в соответствии со стандартами SAFE и ВТамО. Проект направлен на оптимизацию времени совершения таможенных процедур и повышение безопасности цепи поставок за счет обмена данными между таможнями различных государств.

Таможенные органы стран, участвующих в SSTL, в число которых входят Нидерланды, Китай и Гонконг, работают вместе, осуществляя информационный обмен о возможных рисках и разрабатывая безопасные каналы связи для их предотвращения и минимизации.

Первая авиаперевозка по проекту SSTL была доставлена из Схипхола в аэропорт Байюнь в Гуанчжоу (Китай) в мае 2017 г. Схипхол – единственный европейский аэропорт, который в настоящее время участвует в проекте SSTL Air, использующем зашифрованную платформу обмена данными, разработанную и поддерживаемую ВТамО. Этот проект уже привел к сокращению времени оформления и повышению предсказуемости в цепи поставок нефти благодаря тесному сотрудничеству Китая, Нидерландов и других государств-членов ЕС. Нидерланды стали частью программы SSTL с момента ее запуска в рамках постоянной приверженности укреплению своих взаимных торговых отношений с Китаем.

Развитие цифровой таможни Китая в настоящее время находит выражение в сокращении сроков таможенного оформления, обеспечении прямого взаимодействия государственных органов с участниками ВЭД, возможности внесения корректировок и дополнений в документы и сведения, подаче заявлений и их регистрация в режиме онлайн. Все это иллюстрирует новшества, которые возникают в результате правительственных реформ, проводимых преимущественно в сфере внешнеторгового и таможенного законодательства.

Очевидно, что внедрение экспериментального порядка принятия законов в той или иной сфере является весьма распространенным явлением. Так, экспериментальные законы проходят проверку временем, после чего окончательно вступают в силу. Эта практика в подавляющем большинстве случаев оказывается успешной. Запланировав масштабные экономические преобразования, правительство проводит реформы в отдельно взятой области, в контексте данной работы – в рамках деятельности таможенных органов и органов контроля и надзора, а уже потом – во всей стране.

В заключение необходимо сказать, что Китай играет важную роль в мировой торговле благодаря своей продвинутой нормативной базе мирового класса и крупному внутреннему рынку для иностранных товаров. На этом фоне ведутся реформы в таможне Китая, направленные на продвижение цифровой таможни.

Опыт США: тотальный электронный контроль за перемещением физических лиц, товаров, платежей и транспортных средств.

Мировым лидером в разработке и применении электронного декларирования, а так же развитии цифровой экономики, несомненно, являются Соединённые Штаты Америки.

Еще в 1984 г. в США начала внедряться система автоматизации процессов таможенного оформления и контроля ACS (Automated Commercial System), которая в основе была завершена к середине 90-х годов прошлого столетия. Именно в ходе ее создания сформулированы основные принципы электронного декларирования [3].

Во второй половине 90-х годов в США было принято решение о разработке новой версии автоматизированной системы для таможенного оформления и контроля, получившей название Customs Automated Commercial Environment (ACE). Первоначально основным движущим мотивом модернизации было моральное устаревание вычислительных и программных средств системы, технологий хранения данных и способов взаимодействия с участниками ВЭД. Однако события 11 сентября 2001 г. и анализ причин, способствовавших осуществлению террористических актов в США, привели к пересмотру всей концепции деятельности таможенной, иммиграционной и иных контролирующих организаций, выполняющих контроль перемещаемых через границу физических лиц, товаров и транспортных средств. Это отразилось и в подходе к автоматизации деятельности таможенной службы.

Таможенная и иммиграционная службы, другие организации, выполняющие контроль на границе, были объединены в единую службу, получившую название Служба таможенного и пограничного контроля (Customs and Border Protection – CBP).

В части автоматизации была принята концепция создания общенациональной интегрированной Системы данных международной торговли (International Trade Data System – ITDS). Фактически цель ее создания – тотальный всеобъемлющий контроль за перемещением физических лиц, товаров, платежей и транспортных средств. Таможенная система ACE стала рассматриваться как часть ITDS. В новом варианте автоматизированной системы существенно усилена информационная поддержка процессов таможенного контроля. Дополнительно на ACE возложена также информационная поддержка деятельности Департамента внутренней безопасности. При этом ряд подсистем старой системы ACS, связанных с документальным оформлением товаров и транспортных средств, вошли в качестве составной части в ACE [6].

В феврале 2018 года Служба таможенного и пограничного контроля программу из семи основных запланированных программ развития ACE, благодаря которой вся информация по основным этапам обработки грузов теперь загружается в ACE. Заглядывая в будущее, CBP планирует модернизировать ACE и обеспечить функционирование ACE как доступной и надёжной системы.

Цели ACE на 2019 год:

- автоматизация CBP;
- модернизация процесса онлайн-приема;

- создание уникальных идентификаторов для центров экспертизы;
- переход на брокерское национальное разрешение;
- единый аккаунт счетов владельца судна;
- обновление Общей Системы Предпочтений (GSP);
- обновление элементов данных грузового манифеста.

Ожидается дополнительная информация об усовершенствованиях АСЕ, включая график разработки. СВР будет привлекать торговое сообщество через Сеть поддержки торговли для создания рабочих групп для уточнения технических требований и планов реализации, связанных с торговлей.

Наиболее приоритетные направления развития АСЕ и их основные особенности представлены в таблице 1 [7].

Таблица 1

Приоритетные направления развития АСЕ и их основные особенности

Улучшения	Описание	Преимущества
Автоматизация СВР Form 5106	Это направление будет поддерживать требования по автоматизации и обновлению элементов данных, записанных в АСЕ для СВР Form 5106 (CBPF 5106). CBPF 5106 - это запись ввода идентификатора импортера, которая собирает данные, используемые для установления покрытия облигаций, выпуска и ввода товаров, ликвидации и выдачи счетов и возмещений.	С BPF 5106 является основой для оценки рисков импортеров. Обновление элементов данных повысит безопасность торговли, позволив собрать более подробную информацию об импортерах для поддержки более глубокого анализа рисков. Это также обеспечит более информативную оценку рисков до импорта и будет способствовать дальнейшему улучшению функций доходов. Импортеры, брокеры, поручители и другие заинтересованные стороны в сфере торговли получают более упорядоченную обработку, благодаря возможности создавать редактировать и обновлять информацию об импортерах, используя автоматизированный и модернизированный процесс ввода CBPF 5106 через электронный обмен данными (EDI) и безопасный портал данных АСЕ
Модернизация процесса онлайн-приема e214	Это направление поддерживает модернизацию электронной формы СВР 214 (e214) в АСЕ. Система на базе ACS была полностью перенесена в АСЕ в декабре 2017 года. Переработка проекта позволит полностью модернизировать процесс приема e214 в АСЕ. Текущий процесс предоставляет электронный документ для запроса допуска груза и обмена электронными сообщениями, когда требуется проверка груза, и товары были разрешены для разрешения на перемещение в зону внешней торговли (ЗСТ). Реконструкция e214 обеспечит обмен сообщениями с PGA с регулирующим органом над зоной действия, что обеспечит большую видимость PGA.	Это усовершенствование упростит обработку для правительства и сообщества зоны внешней торговли путем включения требований PGA в e214. В частности, это позволит торговле представлять данные PGA одновременно через набор транзакций набора сообщений PGA или систему изображений документов (DIS) при сообщении о допуске товаров в зону свободной торговли.
Создание уникальных идентификаторов	Это направление создаст уникальный идентификатор для каждого Центра экспертизы, который будет регистрироваться в специальном	Этот идентификатор позволит СВР оптимизировать обработку информации для Центров и предоставить средства для управления рабочей нагрузкой через

Улучшения	Описание	Преимущества
для центров экспертизы	реестре, благодаря которому будут контролироваться действия члена Центра после публикации и включаться в рабочий процесс СВР после выпуска товара.	специальный аккаунт. Торговое сообщество получит представление о назначении своего Центра и сможет подать документы в соответствующий Центр.
Переход на брокерское национальное разрешение	Это направление создаст для всех брокеров единое национальное разрешение. Это усовершенствование будет отвечать требованиям предстоящего уведомления о предлагаемом нормотворчестве (NPRM), в котором будет обновлено правило 19 CFR 111 для брокеров, чтобы обеспечить экономию средств брокерскому сообществу при одновременной кодификации текущих брокерских процессов в электронной среде.	Переход к единому разрешению, который, обеспечит более быструю, более упорядоченную обработку СВР и торговли. Это позволит всем брокерам осуществлять вход через удалённую доступ в любом порту по всей стране. Брокерам больше не придётся платить первоначальную единовременную плату за разрешение в размере 100 долларов США и ежегодную абонентскую плату в размере 141,70 доллара США за каждое местное разрешение для офиса.
Обновление Общей Системы Предпочтений (GSP)	Это направление будет касаться обязательных обновлений, связанных с обновлением программы GSP	Это усовершенствование предоставит портам и объектам СВР большую прозрачность и оптимизированный доступ к данным управления рисками. Получатели GSP получают выгоду от ускоренной выплаты возмещений после истечения срока действия программы GSP и последующего восстановления.
Обновления элементов данных грузового манифеста	Это направление позволит СВР собирать телефонные номера грузоотправителя, грузополучателя и уведомляющей стороны и адреса электронной почты в качестве дополнительных элементов данных в манифесте для всех видов транспорта.	Это улучшение поможет улучшить и усилить целевое прогнозирование поставок электронной торговли.
Единый аккаунт счетов владельца судна	Это направление предоставит владельцам судов возможность войти в портал ACE для запуска нового Приложения VECS (Система входа и очистки судов) для предоставления данных / документации, необходимых для электронного декларирования и таможенной очистки судна. Это также позволит обрабатывать электронные квитанции для таможенных сборов, взимаемых за вход в судно, а также добавлять онлайн-платежи для агентов и владельцев судов, заменяя форму 368. Проверка учетных данных и доступ к приложению мобильных сборов и квитанций (MCR) через единый портал ACE.	Это улучшение окажет значительное влияние на снижение затрат СВР и сократит время, необходимое для входа и таможенной очистки судов всех типов. Участники ВЭД будут иметь доступ в реальном времени к ответам СВР, и это позволит СВР лучше регистрировать и отслеживать взаимодействие торговли с процессом входа и таможенной очистки.

Заключение.

Как показывает проведенный анализ, в целом проблемы развития теории и практики таможенного администрирования в условиях формирования цифровой экономики носят комплексный характер и охватывают все уровни, характерные для специальных теорий. Это проблемы концептуального характера, проблемы поиска адекватных моделей и методов, создания и модернизации технологий и систем управления [9].

По нашему мнению, среди наиболее актуальных проблем, требующих первостепенного внимания в целях осуществления адекватной цифровой трансформации института таможенного администрирования, следующие:

- формирование и разработка базовой идеи (модели) кибернетического института таможенного администрирования, отражающей суть гибридной интеллектуализации таможенных процессов и технологий и дорожной карты (проекта) ее реализации;
- разработка основ теории таможенного администрирования и управления на основе знаний - теории цифрового таможенного управления или когнитивной теории;
- разработка инновационных (когнитивных) технологий электронного администрирования и контроля (е-администрирования и е-контроля) с учетом требований протоколов и рамочных стандартов ВТамО по обеспечению безопасности и содействию торговле;
- разработка комплекса задач администрирования и управления на основе знаний, создание единой информационной платформы, методик анализа и подготовки решений в среде перспективных IT технологий и инструментальных средств на единой методологической базе;
- создание согласованной и сбалансированной системы целей, показателей и критериев оценки деятельности таможенных органов и качества услуг, предоставляемых в среде таможенных IT технологий;
- развитие методической и программно-технической базы обеспечения безопасности систем, информационных сред, программно-технических инструментов цифрового таможенного администрирования и управления;
- решение правовых, инфраструктурных, оргштатных вопросов и вопросов подготовки кадров.

Можно предположить, что именно такой подход позволит модернизировать таможенные органы таким образом, чтобы они стали и опорой для участников ВЭД, и механизмом достижения целей государства.

Библиографический список

1. Макрусов В.В., Пчелинцев Н.В. Управление развитием таможенных органов России: монография. М. : Изд-во Российской таможенной академии. 2013, 193 с.
2. Макрусов В.В. Сервисно-ориентированное таможенное регулирование: идеи, институты, управление // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. №12 (ч.19).2017. С.1239-1242.
3. Малышенко Ю.В. Электронное декларирование в России: теория и реалии // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2007. - № 3 (40). – С. 70-75.
4. General administration of Customs People's Republic of China. Official website. URL: <http://english.customs.gov.cn>
5. China Highlights. URL: <https://www.chinahighlights.com>

6. ACE and Automated Systems. Official website of the Department of Homeland Security. U.S. Customs and Border Protection. URL: <https://www.cbp.gov/trade/automated>
7. ACE Enhancements Announcement. Official website of the Department of Homeland Security. U.S. Customs and Border Protection. URL: <https://www.cbp.gov/trade/ace-enhancements-announcement>
8. WCO News: Going Digital [Электронный ресурс]. URL: http://wcoomdpublishings.org/downloadable/download/sample/sample_id/150/
9. Макрусов В.В., Зеркин Д.Г., Месяц М.А. Современные подходы к управлению деятельностью таможенных органов: монография / Российская таможенная академия. Москва. 2012. - 313 с.

УДК 33

Клочко Е.Н., МIRONЧУК В.А. Разработка модели продуктивной деятельности для некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения граждан
Development of model of productive activity for non-profit organizations in the sphere of prevention and correction of socially dangerous forms of behavior of citizens

Клочко Е.Н.

доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента
Кубанского государственного аграрного университета
Россия, г. Краснодар

МIRONЧУК В.А.

Старший преподаватель кафедры менеджмента
Кубанского государственного аграрного университета
Россия, г. Краснодар

Klochko E.N.

Doctor of Economics, professor of department of management
Kuban state agricultural university
Russia, Krasnodar

Mironchuk V. A.

The teacher of department of management
Kuban state agricultural university
Russia, Krasnodar

Аннотация. В статье рассматриваются особенности моделирования деятельности некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения граждан. Определены ограничения и возможности моделей для социального предпринимательства, что позволило провести их краткий анализ. В процессе исследования моделей социального предпринимательства выявлено, что: 1) все данные модели можно отнести к базовым моделям, что позволяет, опираясь на их базовые элементы, моделировать новые модели социального предпринимательства; 2) основой данных моделей является стремление к получению прибыли. Данный концепт не подходит к исследуемым некоммерческим организациям, т.к. они ориентированы не на бизнес-модель, а на модель продуктивной деятельности, в основе которой заложена эффективность реализуемых данными организациями социальных проектов. Авторы считают, что в основе модели продуктивной деятельности некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения граждан должна быть заложена эффективность реализуемых данными организациями социальных проектов, направленных на предоставление социальных благ наиболее уязвимым слоям населения.

Ключевые слова: некоммерческие организации, моделирование, проблемы управления, системный подход, социальный проект

Abstract. In article features of modeling of activity of non-profit organizations in the sphere of prevention and correction of socially dangerous forms of behavior of citizens are considered. Restrictions and possibilities of models for social business are defined that allowed to carry out their short analysis. In the course of the research of models of social business it is revealed that: 1) all these models it is possible to carry to basic models that allows, leaning on their basic elements, to model new models of social business; 2) a basis of these models is the aspiration to receiving profit. This concept does not approach the studied non-profit organizations since they are focused not on a business model, and on model of productive activity at the heart of which the efficiency of the social projects implemented by these organizations is put. Authors consider that at the heart of model of productive activity of non-profit organizations in the sphere of prevention and correction of socially

dangerous forms of behavior of citizens the efficiency of the social projects implemented by these organizations directed to granting the social benefits to the most vulnerable segments of the population has to be put.

Keywords: non-profit organizations, modeling, problems of management, system approach, social project

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Моделирование деятельности современных предприятий обусловлено активным развитием категориального аппарата бизнес-моделирования и реинжиниринга. Так, например, Г. Хэмела являющийся одним из основоположников реинжиниринга предложил свое видение процесса моделирования деятельности компаний, в основе которого заложен системный подход. Основные компоненты предлагаемой им модели деятельности экономических субъектов представлены на рисунке 1.

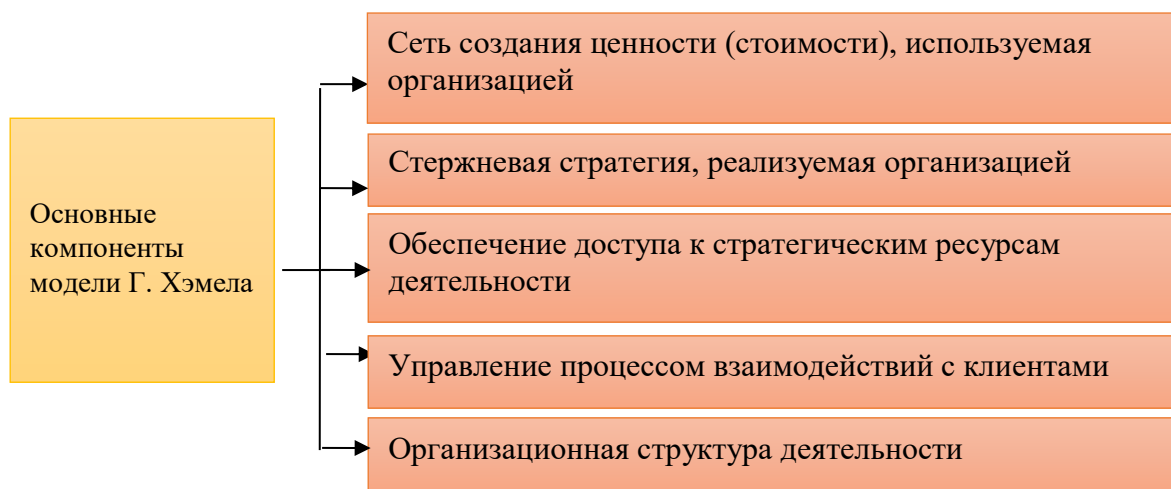


Рисунок 1. Основные элемент модели деятельности экономических субъектов по Г. Хэмелу (обобщено авторами)

Рассматривая представленные на рисунке 1 компоненты отметим, что они в основном подходят организациям, главной целью которых является достижение прибыли, что вносит определенные ограничения на применение данной модели к деятельности некоммерческих организаций. Считаем, что исследуемым нами организациям больше подходят модели, связанные с социальным предпринимательством.

Интересным представляется моделирование, которое осуществила в своей работе Ю. Арай, обозначив те модели, которые наиболее устойчиво функционируют в социальном предпринимательстве.

Обобщим результаты исследования Ю. Арай, выделив имеющиеся в предлагаемых ею моделях ограничения и возможности (рис. 2).

Рассматривая представленные на рисунке 2 модели отметим, что первая модель не распространена в хозяйственной практике, т.к. ее ориентация на неплатежеспособные слои населения не позволяет организациям, применяющим ее успешно функционировать. Вторая модель позволяет определенным социальным группам, используя деятельность социального предпринимателя выходить на рынок, предлагая определенные блага. Третья модель позволяет создать условия для дополнительной занятости для тех слоев населения, у которых возникают сложности с доступом к обычным рабочим местам. Данный тип модели позволяет осуществлять работу в удаленном режиме, что особенно актуально в условиях цифровизации всех сфер общественной жизни.

В рамках четвертой модели социальный предприниматель получает выгоду от оплаты предлагаемых им инфраструктурных услуг самими получателями социальных благ, что позволяет с одной стороны, создать специальную инфраструктурную площадку для извлечения прибыли, а с другой стороны, обеспечить доступ определенных слоев населения к социальным благам.

Существующие провалы рынка могут быть закрыты некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения, а также помогающими им благотворителями из числа физических и юридических лиц.

Подведем некоторые выводы, касательно представленных на рисунке 2 моделей социального предпринимательства:

- во-первых, все данные модели можно отнести к базовым моделям, что позволяет, опираясь на их базовые элементы, моделировать новые модели социального предпринимательства;
- во-вторых, основой всех данных моделей является стремление к получению прибыли; данный концепт не подходит к исследуемым нами некоммерческим организациям, т.к. они ориентированы не на бизнес-модель, а на модель продуктивной деятельности, в основе которой заложена эффективность реализуемых данными организациями социальных проектов.



Рисунок 2. Ограничения и возможности моделей для социального предпринимательства (составлено авторами по [1])

Как было отмечено нами ранее, некоммерческие организации в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения обладают рядом особенностей, характерных именно для организаций, занимающихся данным видом деятельности [2]:

- необходимо помнить о тонкой грани работы с пациентами данных организаций, т.к. здесь речь идет именно о работе с пациентами, а не с клиентами как в других организациях; следовательно, такие организации обязательно должны обладать лицензией на оказание медицинских услуг;
- в исследуемые организации обращаются, как правило, родственники тех кто, оказался в сложной жизненной ситуации и договор на оказание социальных услуг подписывается именно с ними, что может привести к риску отказа лица, проходящего коррекцию поведения от услуг данных организаций;
- для оказания услуг в сфере профилактики и коррекции поведения пациентов исследуемым организациям необходимо обладать хозяйственным пространством, зданиями и сооружениями, что может быть накладно и рискованно для данных организаций.

Данные особенности отражаются и на специфике моделирования социально ориентированных организаций, которая представлена на рисунке 3.

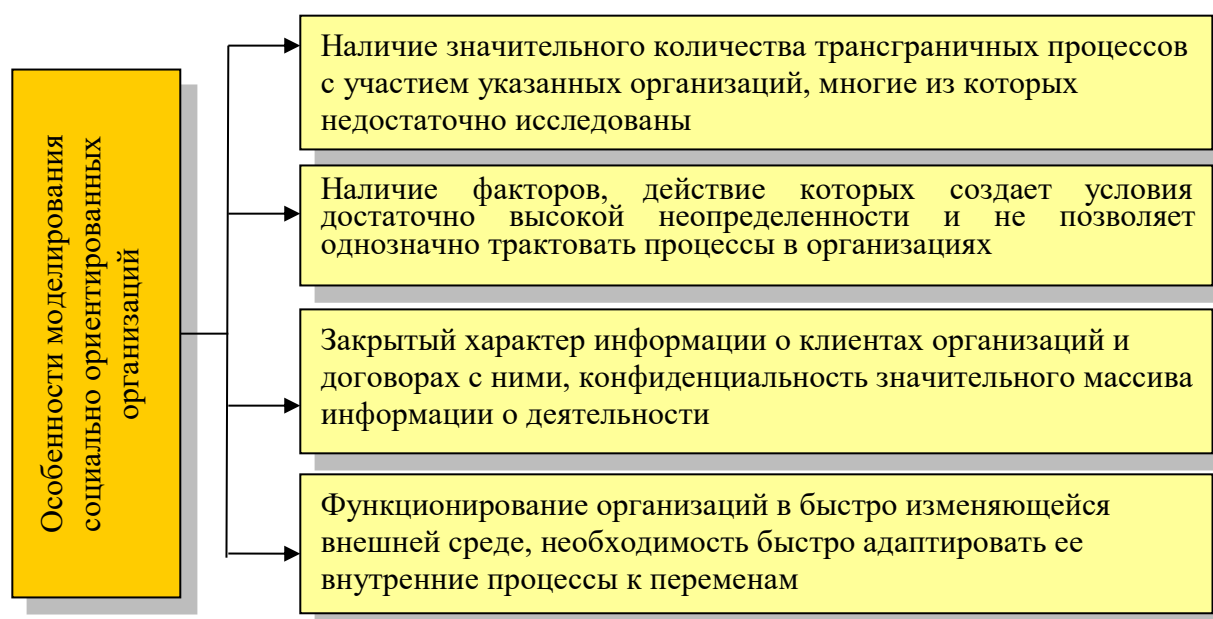


Рисунок 3. Специфика моделирования социально ориентированных организаций (разработано авторами)

Таким образом, исследуемые нами организации в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения обладают определенной спецификой, связанной с отсутствием ориентации на получении прибыли, что позволяет нам предложить при разработке модели их продуктивной деятельности ориентироваться на модель эффективной социальной деятельности данных организаций. В основе данной

модели, по нашему мнению, должна быть заложена эффективность реализуемых данными организациями социальных проектов, направленных на предоставление социальных благ наиболее уязвимым слоям населения.

Библиографический список

1. Арай Ю.Н. Бизнес модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. 08.00.05. – СПб., 2015. – С.15-18.
2. Мирончук В.А., Хурыз Б.И. // Экономика и предпринимательство. - 2017. – №12-4. – С. 855-857.

УДК 33

Хлопина О.В. Установление ключевых задач управления малыми научно-образовательными организациями

Establishment of key tasks of management of the small scientific and educational organizations

Хлопина О.В.

Старший преподаватель кафедры экономической теории
Кубанского государственного аграрного университета

Россия, г. Краснодар

Hlopina O.V.

The teacher of department of the economic theory

Kuban state agricultural university

Russia, Krasnodar

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые задачи управления малыми научно-образовательными организациями. Данный вид организаций можно рассматривать как своеобразную «платформу» для инновационных разработок, создаваемых в процессе реализации научно-образовательных проектов. Определено, что для исследуемых организаций присуще переплетение научного и образовательного процессов, которое позволяет им генерировать уникальные инновационные продукты и услуги. Выявлено, что интеллектуальный капитал представляет собой один из главных видов капитала малых научно-образовательных организаций, поэтому процесс его воспроизводства является одним из наиболее важных процессов для данного типа организаций.

Ключевые слова: малые научно-образовательные организации, ключевые задачи управления, научные исследования и разработки, технологический прорыв, научно-образовательный проект

Abstract. In article key tasks of management of the small scientific and educational organizations are considered. This type of the organizations can be considered as peculiar "platform" for the innovative developments created during implementation of scientific and educational projects. It is defined that for the studied organizations the interlacing of scientific and educational processes which allows them to generate unique innovative products and services is inherent. It is revealed that the intellectual capital represents one of the main types of the capital of the small scientific and educational organizations therefore process of its reproduction is one of the most important processes for this type of the organizations.

Keywords: small scientific and educational organizations, key tasks of management, research and development, technological break, scientific and educational project

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Каждая из социально-экономических систем любой степени сложности предполагает разработку ключевых задач управления, не являющуюся исключением и исследуемые нами малые научно-образовательные организации. На рисунке 1 представлены разработанные нами ключевые задачи управления малыми научно-образовательными организациями.

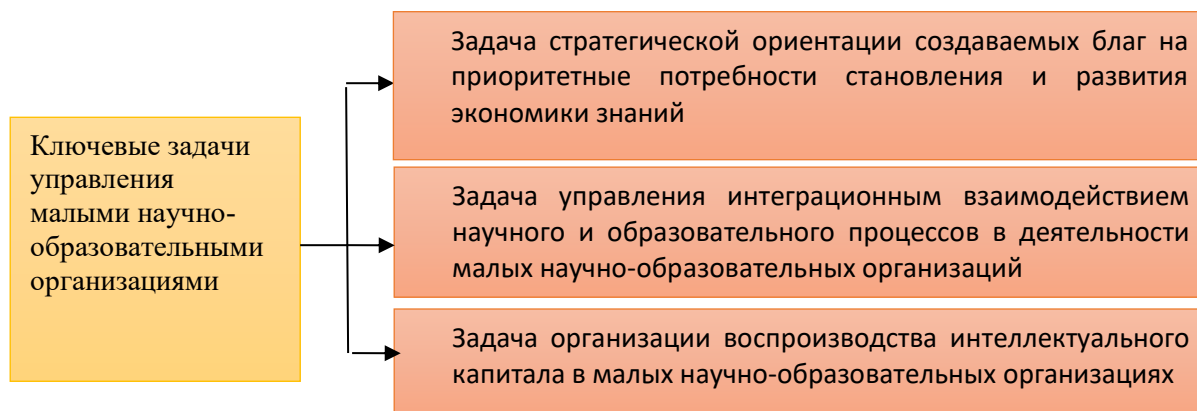


Рисунок 1. Ключевые задачи управления малыми научно-образовательными организациями

Далее рассмотрим каждую из представленных на рисунке 1 задач.

А. Раскрывая первую ключевую задачу управления отметим, рост числа компаний, выполняющих научные разработки и исследования (рис. 2).

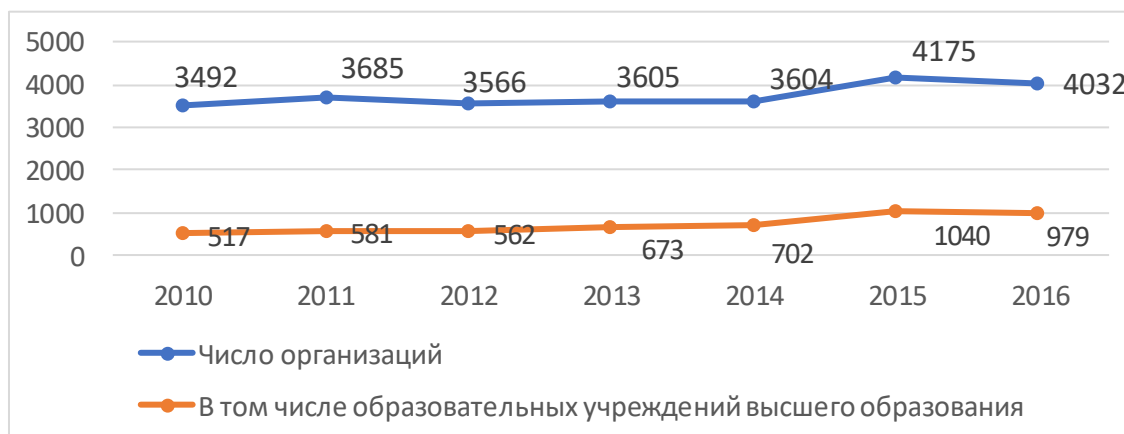


Рисунок 2. Организации, выполнявшие научные исследования и разработки в Российской Федерации [1]

Как показывают данные рисунка 2 отмечается приращение как общего числа исследуемых организаций, так и числа образовательных учреждений, работающих в системе высшего образования, что говорит о благоприятных тенденциях развития.

В нашей стране в рамках Научной технологической инициативы создаются новые технологические рынки, призванные обеспечить конкурентоспособность Российской Федерации на мировом рынке. Именно малые научно-образовательные организации могут выступать в качестве «платформы» роста инновационных разработок.

Тогда можно говорить о том, что активно развиваться исследуемые организации будут только при инвестировании в них специальных вложений, направленных на воспроизводство интеллектуального

капитала, который ориентирован на стратегический вектор экономики знаний.

Б. Исследуемым организациям присуще переплетение научного и образовательного процессов [2, 3, 4]. Специфика данного процесса в нашей стране представлена на рисунке 3.

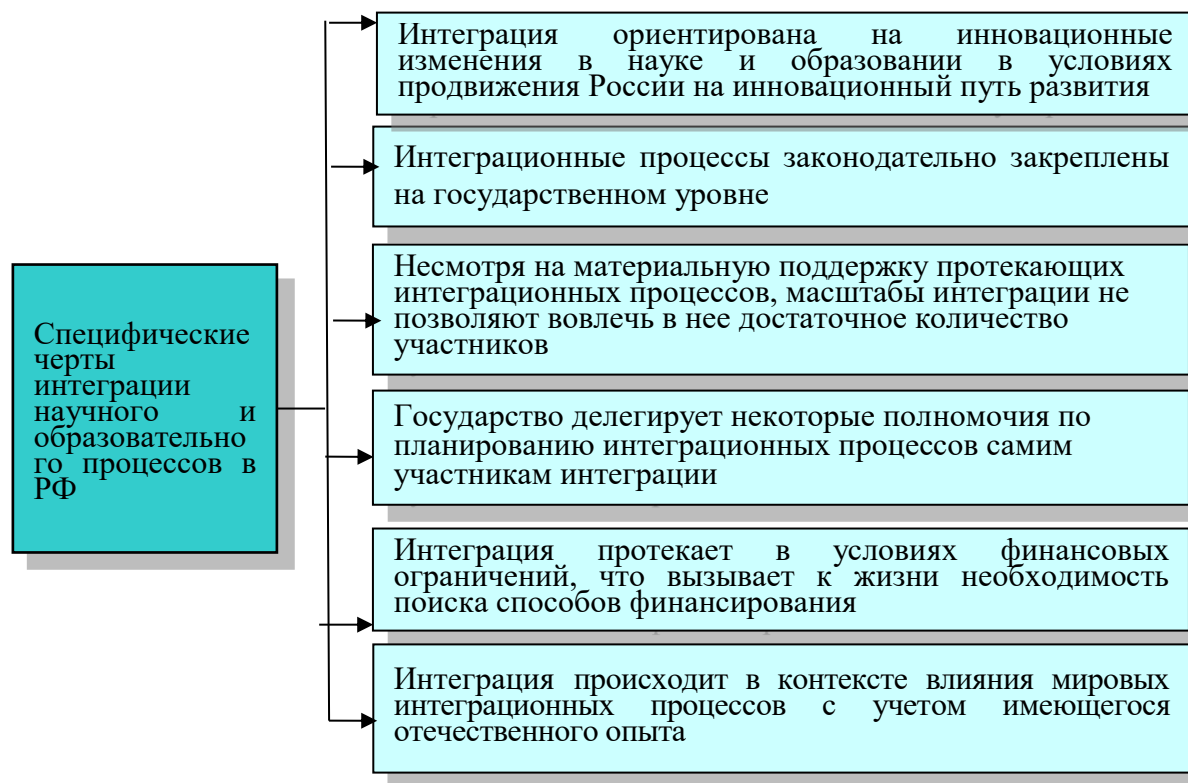


Рисунок 3. Особенность интеграционных научных и образовательных процессов в России (составлено автором по результатам исследования)

Вторая задача управления малыми научно-образовательными организациями предполагает:

- разработать стратегические контракты для участников исследуемых организаций, которые помогут привлекать в данные организации носителей интеллектуального капитала;
- организовать «площадку» для воспроизводства интеллектуального капитала, а также привлечения предпринимателей или научных работников, обладающих необходимыми компетенциями для реализации научно-образовательных проектов.

Реализация представленных выше направлений создаст условия для переплетения в исследуемых организациях научного и образовательного процессов, а также коммерциализации научно-образовательных разработок, которые ими создаются.

В. Как нами было определено интеллектуальный капитал представляет собой один из главных видов капитала малых научно-образовательных организаций, поэтому процесс его воспроизводства является одним из наиболее важных процессов для данного типа организаций.

Статистические данные отражают динамику создания в нашей стране малых инновационных предприятий (рис. 4).

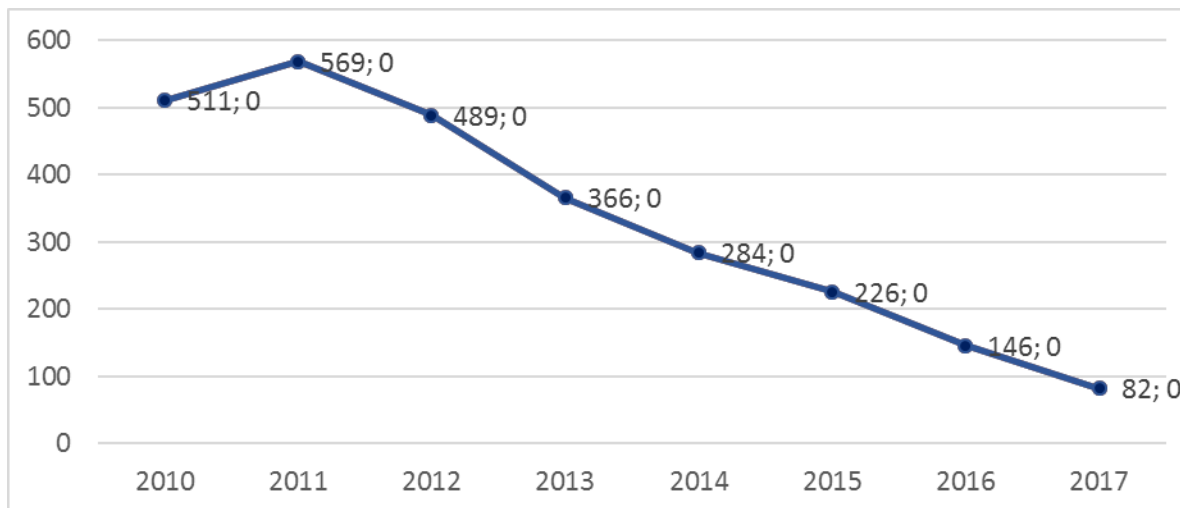


Рисунок 4. Создание хозяйственных обществ в рамках российских вузов, % [5]

Рассматривая рисунок 4, можно отметить планомерное сокращение числа инновационных хозяйственных обществ, что говорит о неблагоприятной тенденции, которая может со временем привести к трудностям, связанным с воспроизводством интеллектуального капитала и коммерциализацией научных разработок.

Проводимые нами исследования показывают востребованность интеллектуального капитала в малых научно-образовательных организациях [6], что позволяет нам говорить о необходимости наличия специального механизма управления данным видом капитала в исследуемых организациях.

Подводя итог отметим, что выявление ключевых задач управления малыми научно-образовательными организациями позволит нам в дальнейших исследованиях предложить функции управления данным типом организаций с учетом специфики их деятельности.

Библиографический список

1. Индикаторы науки: 2018: статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – С. 36.
2. Ключко Е.Н., Межлумова В.Р. Раскрытие принципов оптимизации взаимодействия научного и образовательного процессов в условиях модернизации сферы образовательных услуг РФ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. - 2015. - № 1 (155). - С. 189-195.
3. Ермоленко А.А., Лазовская С.В. Сфера услуг: механизмы формирования конкурентных преимуществ // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. - 2012. - № 1. - С. 227-231.

4. Лазовская С.В., Драчева Я.В. Отечественная практика формирования конкурентных преимуществ сферы услуг на примере Краснодарского края // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. - 2012. - № 3. - С. 154-158.

5. Электронный ресурс удаленного доступа. Официальный сайт ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ. – Режим доступа: <https://mip.extech.ru/index.php/> (дата обращения 12.03.2019).

6. Ткачева Е.Н. Исследование человеческого капитала как актива виртуальных организаций Южного федерального округа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. - 2011. - № 1. - С. 37-42.

Мировая экономика

УДК 33

Матушевич О.В., Фадейкина Н. В. Мировой рынок новых легковых автомобилей: текущее состояние и тенденции развития

The global new car market: current state and development trends

Матушевич О. В.

аспирант кафедры корпоративного управления и финансов

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления» (Новосибирск);

научный руководитель

Фадейкина Н. В.

д-р экон. наук, профессор, ректор

«Сибирской академии финансов и банковского дела» (Новосибирск)

Matushevich O.

postgraduate student, Corporate management and finance department,
Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk;

supervisor:

Fadeykina N. V.

Doctor of Economics, Professor, Rector,

Siberian Academy of Finance and Banking, Novosibirsk

Аннотация. Состояние рынка новых автомобилей является одним из наиболее объективных индикаторов уровня развития экономики государства, но при нынешнем уровне глобализации уже нельзя рассматривать национальные рынки в отрыве от мировой экономической системы. В статье прослеживаются тенденции и закономерности развития мирового рынка новых легковых автомобилей в 2007–2017 гг., анализируются показатели производства и продажи легковых автомобилей, изменения количества легковых автомобилей в использовании по регионам, а также мировой экспорт и импорт легковых автомобилей. Выделены пять регионов (Азия и Океания, Европейский регион, страны NAFTA, страны Южной и Центральной Америки, Африканский регион), что позволяет обнаружить мировые тренды, неоднородность рассматриваемого рынка и тенденции развития региональных автомобильных рынков. Выявляются страны – лидеры по экспорту и импорту легковых автомобилей, показано изменение данных списков. Высказываются предположения относительно объемов продаж в каждом регионе в ближайшие годы, названы факторы, влияющие на развитие данного рынка.

Ключевые слова: мировая торговля, автомобильный рынок, производство легковых автомобилей, продажи легковых автомобилей, экспорт, импорт, глобализация

Abstract. The state of the market for new cars is indicators of the level of development of the economy of state, while at the current level of globalization it is no longer possible to consider national markets in isolation from the world economic system. This article is devoted to the identification of trends and patterns of development of the world market of new cars, to achieve this goal were considered statistical indicators of production and sales of cars, the number of cars in use by region, as well as the world export and import of cars. The author examines the following five regions (Asia and Oceania, the European region, NAFTA countries, South and Central America, the African region), as this division reveals not only global trends, but also trends in the development of regional automotive markets. Countries – leaders in the export of cars and in the import were identified. Assumptions about sales in each region in the coming years are made, the factors affecting the development of this market are identified.

Keywords: world trade, automobile market, passenger car production, passenger car sales, export, import, globalization.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Введение

Рынок купли-продажи автомобилей представляет собой многомиллиардную отрасль, охватывающую практически все страны. Состояние рынка новых автомобилей является одним из наиболее объективных индикаторов уровня развития экономики отдельных государств и мировой экономической системы в целом. Значительную долю данного рынка занимают легковые автомобили: в последние 10 лет доля их продаж составляла 70–76 % от общего числа проданных автомобилей в натуральном выражении.

Автомобильная промышленность оказывает существенное влияние на другие отрасли хозяйства, ибо в процессе изготовления автомобиля кроме автосборочных предприятий задействовано большое число производств из смежных отраслей, а на обеспечение процесса эксплуатации автомобилей работают производители бензина и масел, запчастей и комплектующих, центры технического обслуживания и др. Кроме того, автомобили являются высокотехнологичной продукцией, для создания которой используются новейшие достижения науки и техники. При этом автомобильная промышленность не только использует уже существующие научно-технические разработки, но стимулирует дальнейшее развитие науки через целевые исследования.

Рассмотрим тенденции и закономерности развития мирового рынка новых легковых автомобилей в разбиении его на пять регионов: Азия и Океания, Европейский регион, страны NAFTA¹, страны Южной и Центральной Америки, Африканский континент.

Информационной базой исследования послужили данные о мировом производстве, потреблении, экспорте и импорте легковых автомобилей, а также о количестве автомобилей в использовании. Наиболее полно эти данные представлены на сайте Международной организации производителей автотранспортных средств (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers, OICA). Данные о мировой торговле, в том числе о торговле новыми легковыми автомобилями, предоставляет ООН в рамках своего проекта UN Comtrade.

Важно отметить, что в структурированных на сайте OICA данных в объем производства легковых автомобилей в Европейский регион включена территория стран СНГ, в том числе Казахстан и Узбекистан. (Объем производства на территории двух последних незначителен и в европейском и в мировом масштабе.

¹ Страны, заключившие Североамериканское соглашение о свободной торговле (NAFTA): Соединенные Штаты Америки, Канада и Мексика.

Кроме того, почти за весь период 2007 – 2017 гг. большая часть легковых автомобилей, выпущенных в этих двух странах, была произведена совместно с другими странами, в основном с европейскими.)

Среди публикаций отечественных исследователей есть работы по анализу национального [1; 2] и мирового [3–5] рынков новых автомобилей. Исследование рынка новых легковых автомобилей проводили в НИУ ВШЭ [6; 7]. Соответствующие разработки выполняют компании коммерческого сектора, например PwC [8] и Automotive World Ltd [9].

Практически все исследователи отмечают усиление конкуренции на мировом и национальных рынках новых легковых автомобилей. Кроме того, обычно подчеркивается значительная зависимость автомобильного рынка от социально-экономической ситуации в стране и отмечаются возможности правительства в части мер поддержки отрасли и ограничении потребительского спроса, делаются предположения относительно возможных сценариев развития автомобильного рынка.

Обзор мировых показателей

Кризис 2007–2008 гг. отрицательно сказался на промышленном производстве во всем мире, и рынок легковых автомобилей не стал исключением [7]. Из табл. 1 видно, что мировой рынок легковых автомобилей в 2010 г. преодолел кризис 2007–2008 гг., превывсив докризисные показатели продаж (потребления) в натуральном выражении. В последующие годы рост продаж продолжился, так что объемы продаж в натуральном выражении в 2017 г. оказались на 39 % выше продаж 2007 г. Следует подчеркнуть, что динамика по регионам неоднородна и колеблется от падения на 14 % до прироста в 130 %, а фактически мировой рост продаж обеспечил один регион – Азия и Океания.

Таблица 1

Динамика мировых продаж легковых автомобилей по регионам
в 2007–2017 гг., млн шт.

Регион	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 г. к 2007 г., %
Азия и Океания	17,8	18,4	21,9	27,3	27,7	30,2	32,5	34,8	36,1	39,5	40,7	130
Европа	19,6	18,8	16,6	16,5	17,2	16,2	15,9	16,2	16,4	17,3	17,9	–9
Северная Америка	9,0	8,2	6,6	6,8	7,4	8,6	9,0	9,2	9,1	8,6	7,8	–14
Южная Америка	3,5	3,6	3,7	4,3	4,6	4,7	4,8	4,3	3,5	3,1	3,5	2
Африка	0,9	0,9	0,8	0,9	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,0	0,9	–8
Мир в целом	50,8	50,0	49,7	55,8	57,8	60,9	63,4	65,7	66,3	69,5	70,8	39

Составлена автором на основе [10].

Изменение долей регионов в мировых продажах (рис. 1) еще наглядней отражает произошедшие изменения. Так, по данным ОИКА, Азия и Океания плавно увеличили свою долю в мировых продажах с 34 % в

2007 г. до 58 % в 2017 г., и этот регион стал лидером по числу купленных легковых автомобилей. Доля прежнего лидера, Европы, сократилась с 39 до 25 %. Доля Северной Америки существенно колебалась и в итоге сократилась с 19 до 10 %. Доля стран Южной Америки практически не изменилась и составила 5 % в 2017 г. (несмотря на подъем в 2011 г. до 8 %). Доля стран Африки в общемировом масштабе была крайне незначительной в 2007 г. и остается такой же в 2017 г. – менее 2 % от мировых продаж легковых автомобилей.

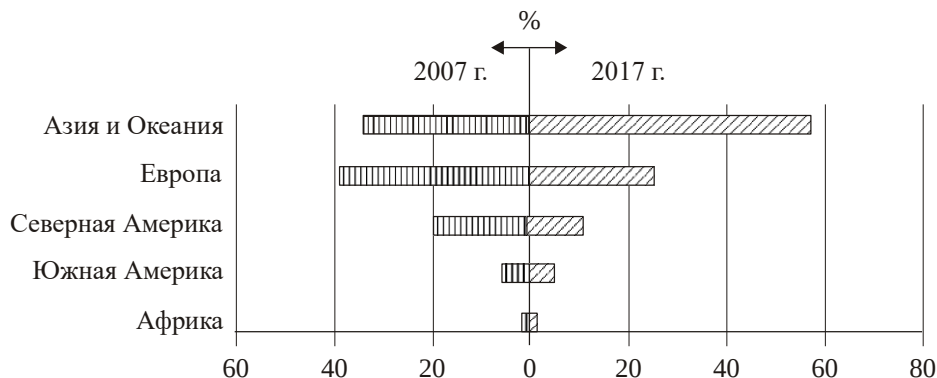


Рисунок 1. Изменение удельных долей регионов в мировых продажах легковых автомобилей в 2007 и 2017 гг., %

Данные о мировом производстве легковых автомобилей (табл. 2) полностью согласуются с данными о продажах: за 10 лет мировые объемы производства легковых автомобилей в натуральном выражении выросли на 38 %, что сопоставимо с ростом объемов мировых продаж. Региональные тенденции здесь сильно разнятся – от падения на 12 % до роста на 114 %.

Таблица 2

Динамика мирового производства легковых автомобилей по регионам
в 2007–2017 гг., млн шт.

Регион	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 г. к 2007 г., %
Азия и Океания	24,1	24,9	25,3	32,4	32,5	35,2	37,2	39,2	40,1	43,9	45,0	87
Европа	19,3	18,4	15,2	17,2	18,3	17,4	17,5	18,0	18,5	18,9	19,6	1
Северная Америка	6,5	6,2	4,0	5,1	5,6	7,0	7,1	7,1	7,0	6,7	5,7	-12
Южная Америка	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	3,2	3,3	2,7	2,4	2,1	2,5	-11
Африка	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	114
Мир в целом	53,0	52,8	47,8	58,2	59,9	63,1	65,5	67,5	68,6	72,3	73,5	38

Составлена автором на основе [11].

Здесь в первую очередь надо отметить рост доли Азии и Океании (рис. 2). Этот регион и в 2007 г. был мировым лидером по производству легковых автомобилей (44 %), в 2009 г. его доля превысила 50 % и к 2017 г. выросла до 61 %; таким образом, производство легковых автомобилей растет там, где растет их

потребление. За тот же период доля Европы в мировом производстве сократилась с 36 до 27 %, доля Северной Америки – с 14 до 8 %, а Южной Америки – с 5 до 3 %. Африканский континент за 10 лет показал рост производства легковых автомобилей на 114 % в натуральном выражении, но его доля в мировом производстве все еще крайне незначительна – 1 % в 2017 г.

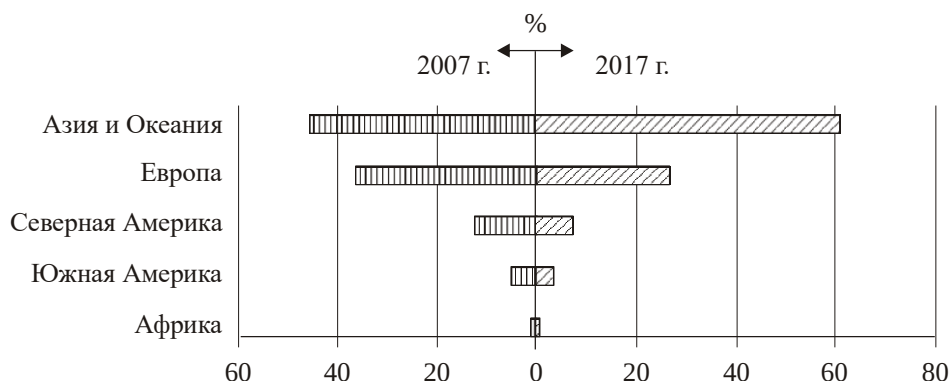


Рисунок 2. Изменение удельных долей регионов в мировом производстве легковых автомобилей в 2007 и 2017 гг.

Для понимания причин произошедших изменений и прогнозирования дальнейшего развития рынка необходимо рассмотреть динамику количества легковых автомобилей в использовании. К сожалению, такие данные ОИСА за 2016 и 2017 гг. доступны не по всем странам, поэтому придется опираться на данные 2007–2015 гг. (табл. 3).

Таблица 3

Динамика использования легковых автомобилей по регионам в 2007–2017 гг., *млрд шт.*

Регион	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 г. к 2007 г., %
Азия и Океания	18,1	19,1	20,6	22,6	24,8	27,0	29,2	31,8	34,4	91
Европа	28,6	29,5	29,8	30,3	31,0	31,5	32,1	32,7	33,4	17
Северная Америка	17,2	17,5	17,3	17,0	17,1	16,5	16,6	16,8	17,1	0
Южная Америка	4,2	4,5	4,8	5,2	5,5	5,9	6,2	6,5	6,7	59
Африка	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5	2,6	2,8	2,9	3,1	49
Мир в целом	70,2	72,7	74,8	77,6	80,8	83,5	86,9	90,7	94,7	35

Составлена автором на основе [12].

Сразу отметим, что количество легковых автомобилей в использовании подвержено гораздо меньшей изменчивости, чем объемы их продаж и производства. Это связано с тем, что продажи автомобилей сокращаются и растут, быстро реагируя на изменение экономических условий (экономические прогнозы, изменение таможенных пошлин, государственные программы поддержки производителей, колебания ставки рефинансирования, рост экономики и т.д.), а производство вынуждено реагировать на изменение спроса.

Количество автомобилей в использовании отзывается на экономические изменения гораздо медленнее, так что общемировые показатели непрерывно растут на протяжении 2007–2015 гг., а отложенное влияние кризиса 2008 г. полностью компенсируется последующими положительными изменениями в мировой экономике. Итоговый рост количества используемых легковых автомобилей в мире за указанный период составил 35 %.

Увеличение количества используемых легковых автомобилей наблюдается во всех регионах, кроме стран Северной Америки, где произошло незначительное снижение (менее 1 %). В 2015 г. доля данного региона составляла 18 % (против 25 % в 2007 г.).

Обратим внимание на смену в 2015 г. региона – лидера по количеству используемых легковых автомобилей. Прежний лидер, Европейский регион, увеличил число используемых легковых автомобилей за период на 17 %, но доля его в мировых показателях снизилась с 42 до 35 %. Новый лидер, регион Азии и Океании, за тот же период увеличил число используемых легковых автомобилей на 91 %, а его доля выросла с 25 до 36 %. В Южной Америке и Африке число используемых легковых автомобилей выросло на 59 и 49 % соответственно. При этом их доли в мировых показателях почти не изменились и в 2015 г. оставались незначительными – 7 и 3 %.

На рис. 3 (по данным UN Comtrade) отражена динамика экспорта легковых автомобилей в мире в целом и ТОП-10 стран-экспортеров. Очевидно, что десятка лидирующих стран поставляет на мировой рынок большую часть легковых автомобилей, хотя их доля в мировом экспорте незначительно снижается почти каждый год.

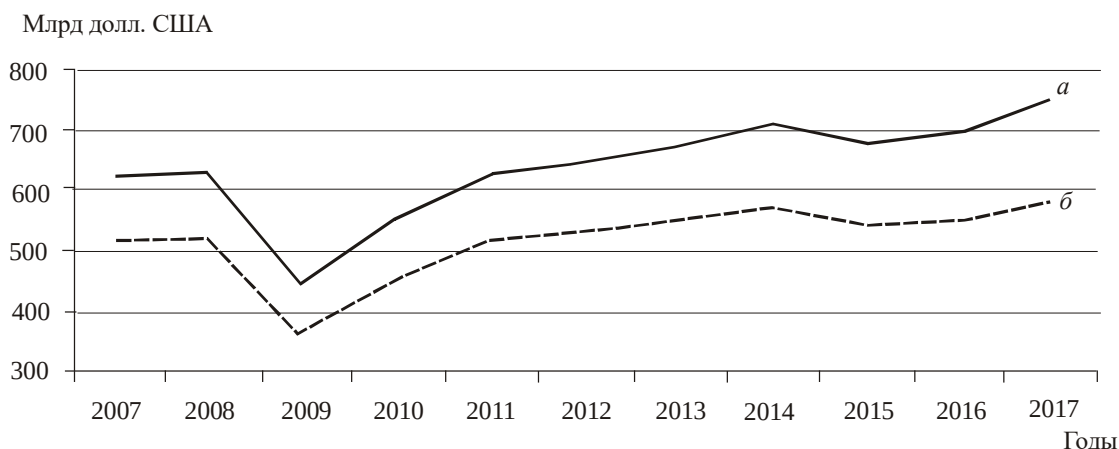


Рисунок 3. Динамика экспорта легковых автомобилей во всем мире (а) и в ТОП-10 стран-экспортеров (б) в 2007–2017 гг.

Как видно из графика, экономический кризис 2007–2008 гг. имел отложенное влияние на экспорт легковых автомобилей и проявил себя лишь в 2009 г.: мировой экспорт снизился на 30 %, экспорт ТОП-10 на

31 %. В 2011 г. и мировой экспорт, и экспорт из ТОП-10 стран – экспортеров легковых автомобилей превысил докризисные показатели. На протяжении 2010–2014 гг. объемы экспорта росли, в 2015 г. произошло снижение объемов мирового экспорта на 4 %, экспорта ТОП-10 на 5 %. Общий объем мирового экспорта в 2015 г. упал на 14 % и затронул большинство экономик мира [14]. Можно заметить, что снижение экспорта легковых автомобилей оказалось в 3,5 раза слабее, чем экспорта по всем группам товаров. В 2016–2017 гг. рост экспорта возобновился, в результате чего в 2017 г. объемы мирового экспорта легковых автомобилей достигли своего исторического максимума – 754,7 млрд дол.

В табл. 4 страны выстроены в порядке убывания их доли в глобальном экспорте легковых автомобилей в 2017 г.

Таблица 4

Изменение объемов экспорта легковых автомобилей стран-лидеров в 2007–2017 гг.

Страна	2007 г.		2017 г.		2017 г. к 2016 г., %	2017 г. к 2007 г., %
	Экспорт, млрд дол.	Доля в глобальном экспорте, %	Экспорт, млрд дол.	Доля в глобальном экспорте, %		
Германия	141,6	22,6	156,9	20,8	3,1	10,8
Япония	118,6	18,9	108,8	14,4	4,4	–8,3
США	41,5	6,6	58,5	7,7	3,4	40,9
Канада	39,1	6,2	46,3	6,1	–5,0	18,5
Великобритания	31,9	5,1	46,2	6,1	2,1	44,9
Мексика	20,2	3,2	45,6	6,0	34,2	125,5
Южная Корея	33,0	5,3	39,5	5,2	5,8	19,5
Испания	32,0	5,1	36,6	4,8	3,6	14,2
Франция	36,1	5,8	24,8	3,3	19,1	–31,3
Бельгия	25,2	4,0	21,9	2,9	4,0	–13,1
ТОП-10	519,4	82,9	585,2	77,5	5,3	12,7
Чехия	9,5	1,5	20,2	2,7	9,4	111,5
Италия	11,56	1,8	18,7	2,5	22,6	61,1
Словакия	8,7	1,4	15,0	2,0	3,3	71,8
Мир в целом	626,6	100,0	754,7	100,0	7,2	20,4

Составлена автором на основе [13].

Анализ данных для стран – лидеров мирового рынка продаж легковых автомобилей за 2007–2017 гг. показывает, что ТОП-10 на протяжении всего периода включает одни и те же страны: Германию, Японию, США, Канаду, Великобританию, Мексику, Южную Корею, Испанию, Францию, Бельгию, причем первое место в нем всегда занимала Германия, второе – Япония, а все последующие страны шли от них с большим отрывом. Так что, хотя немецкий экспорт легковых автомобилей вырос с 2007 по 2017 г. всего на 10,8 %, а японский и вовсе сократился на 8,3 %, другие страны еще не скоро смогут догнать этих лидеров. Третье место на протяжении почти всего рассматриваемого периода занимали США, и лишь в 2010 г. на третьем месте оказалась Канада. Стабильность списка лидеров говорит о существенных трудностях, с которыми

сталкиваются автопроизводители и правительства при продвижении продукции национального автопрома на мировой рынок.

Рост мирового экспорта за период составил 20,4 %, тогда как экспорт из ТОП-10 вырос всего на 12,7 %. В результате доля стран ТОП-10 в глобальном экспорте с 2007 по 2017 г. плавно сократилась на 5,4 %: с 82,9 до 77,5 %. Вероятно, уменьшение доли лидеров в глобальном экспорте будет продолжаться. Также в следующие годы возможно изменение списка ТОП-10. Наиболее вероятные кандидаты – Чехия, которая в 2017 г. по экспорту уже практически догнала Бельгию, и Италия. Но даже если такие изменения произойдут, в списке стран – лидеров по экспорту легковых автомобилей будут страны Евросоюза, страны НАФТА, а также Япония и Южная Корея. Получается, что для успешного экспорта легковых автомобилей на мировой рынок важно не только иметь развитую национальную автомобильную промышленность, но и входить в торговые союзы с другими странами с развитой экономикой.

В табл. 5 страны выстроены в порядке убывания их доли в глобальном импорте легковых автомобилей в 2017 г.

Таблица 5

Изменение объемов импорта легковых автомобилей в страны-лидеры в 2007–2017 гг.

Страна	2007 г.		2017 г.		2017 г. к 2016 г., %	2017 г. к 2007 г., %
	Импорт, млрд дол.	Доля в глобальном импорте, %	Импорт, млрд дол.	Доля в глобальном импорте, %		
США	138,3	22,1	176,4	23,4	3,1	27,5
Германия	49,9	8,0	63,6	8,4	4,4	27,5
Великобритания	46,3	7,4	50,8	6,7	3,4	9,7
Китай	9,8	1,6	44,2	5,9	-5,0	351,0
Франция	35,9	5,7	35,9	4,8	2,1	0,0
Италия	37,7	6,0	31,3	4,1	34,2	-17,0
Канада	25,4	4,1	27,4	3,6	5,8	7,9
Бельгия	19,0	3,0	22,8	3,0	3,6	20,0
Испания	28,1	4,5	19,8	2,6	19,1	-29,5
Австралия	12,0	1,9	18,6	2,5	4,0	55,0
Россия	23,0	3,7	8,2	1,1	9,4	-64,3
Новая Зеландия	13,0	2,1	12,6	1,7	3,3	-3,1
ТОП-10	416,6	66,5	490,8	65,0	5,3	17,8
Мир в целом	626,6	100,0	754,7	100,0	7,2	20,4

Составлена автором на основе [13].

В отличие от списка стран – лидеров по экспорту легковых автомобилей, список лидеров по импорту претерпел существенные изменения. Так, Россия и Новая Зеландия, занимавшие в 2007 г. седьмое и девятое места, в 2017 г. уже не входили в ТОП-10. Зато в 2017 г. среди лидеров по импорту легковых автомобилей появились Китай и Австралия, причем если Австралия заняла десятое место, то Китай – четвертое. Исторический максимум импорта легковых автомобилей в Китай отмечен в 2014 г. – тогда Китай

импортировал легковых автомобилей на 53,9 млрд долл. США. Некоторые страны успели войти в ТОП-10 стран-импортеров и выйти из него (например, Саудовская Аравия).

Кроме того, импорт легковых автомобилей гораздо менее сконцентрирован – страны первой десятки в 2017 г. импортировали 65 % глобального импорта легковых автомобилей против 77,5 %-ной концентрации мирового экспорта у ТОП-10 стран-экспортеров. Доля ТОП-10 в глобальном импорте с 2007 по 2017 г. также сократилась – с 66,5 до 65 %. Неизменным остается первое место США среди импортеров легковых автомобилей: за 10 лет их доля в глобальном импорте выросла с 22,1 до 23,4 %. Все остальные страны идут с большим отрывом от США.

Однако сократить долю продаж импортных автомобилей в пользу автомобилей отечественной сборки вполне реально. Это может быть сделано под давлением внешних обстоятельств (падение курса национальной валюты, снижение цен на сырье, введение санкций на поставку легковых автомобилей, замедление темпов роста национальной экономики и падение платежеспособного спроса), а может стать результатом действий национальных правительств – предоставления льгот зарубежным производителям при открытии цехов отверточной сборки внутри страны-импортера, субсидирования розничным покупателям покупки продукции отечественного автопрома, повышения пошлин на ввоз легковых автомобилей. Но в некоторых случаях (пример – Китай) рост импорта может происходить одновременно с динамичным ростом внутреннего производства.

Азия и Океания

Большинство аналитиков выделяют в регионе три важнейшие для авторынка страны: Китай, Индию и Японию. Рассмотрим продажи легковых автомобилей в этих странах подробнее.

Азия и Океания – единственный регион, где продажи и производство автомобилей росли неуклонно, даже в кризисный 2008 г. На рис. 4 (по данным OICA) хорошо видно, что рост продаж в регионе хорошо коррелирует с ростом продаж в Китае. И действительно, как показали наши расчеты, коэффициент корреляции между этими двумя кривыми составляет 0,998, а коэффициент детерминации 0,996.

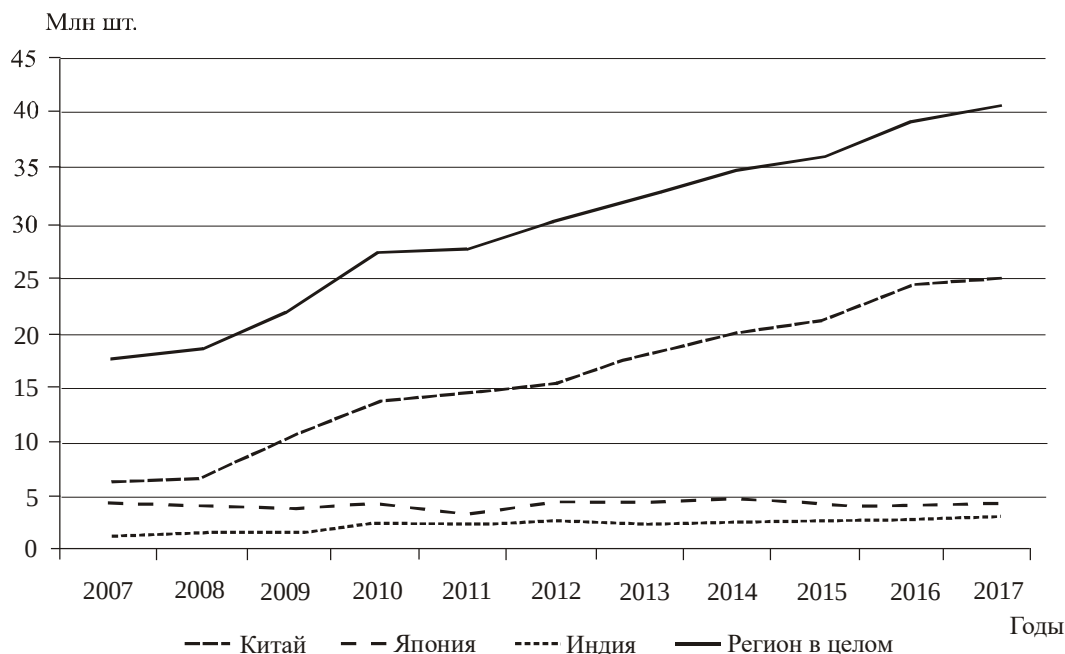


Рисунок 4. Динамика продаж легковых автомобилей в странах Азии и Океании в 2007–2017 гг.

Более того, корреляция между мировыми продажами и продажами в Китае тоже получается крайне высокой: 0,997. За период 2007–2017 гг. продажи в Китае выросли на 18,7 млн шт., а в мире – на 20 млн шт. – это вполне сопоставимые цифры. Так что можно уверенно заявить: большая часть положительной динамики мировых продаж легковых автомобилей в 2007–2017 гг. обусловлена ростом продаж в Китае. Снижение или рост продаж в Китае в ближайшие годы почти неизбежно вызовет рост или снижение общемировых показателей.

Рынки легковых автомобилей Китая и Индии во многом схожи. В обеих странах за период соразмерно выросло потребление и производство легковых автомобилей (в 4 раза в Китае, в 2 раза в Индии), в итоге в 2017 г. данные страны производили автомобилей примерно столько же, сколько потребляли [10, 11]. Такой рост не мог не сказаться на количестве легковых автомобилей в использовании – с 2007 по 2015 г. их число выросло в 6 раз в Китае и в 3 раза в Индии. По уровню автомобилизации эти страны существенно уступают странам-лидерам [3], но резервы внутреннего рынка до сих пор использованы не полностью.

В 2007–2017 гг. импорт в Китай существенно превышал экспорт из страны – несмотря на быстро растущее производство, китайская автопромышленность не может удовлетворить потребительский спрос. Так, в 2017 г. Китай экспортировал легковых автомобилей на 0,7 млрд дом. США, а импорт его составил 5,9 млрд дом. США. Основными покупателями китайских легковых автомобилей в 2017 г. были (в порядке

убывания объемов экспорта) Иран, США, Мексика, Бельгия, Чили, Россия, а основными поставщиками (в порядке убывания) – США, Германия, Япония, Великобритания, Италия.

Схожая ситуация с импортом и экспортом легковых автомобилей в Индии: здесь тоже импорт стабильно превышает экспорт. В 2017 г. Индия экспортировала легковых автомобилей на сумму 0,2 млрд долл. США (что почти несущественно не только в масштабах мирового рынка, но даже и автомобильного рынка Индии), тогда как остальные страны отправили в Индию легковых автомобилей на сумму 6,3 млрд долл. США. Основными направлениями экспорта индийских легковых автомобилей были Мексика и ЮАР, основными импортерами – Великобритания, Германия, Швеция, Япония, Таиланд, США.

Китайские и индийские национальные автопроизводители пока не могут угодить взыскательным покупателям качеством своей продукции, а потому страны, способные производить более качественные и удобные (а также более дорогие) легковые автомобили, успешно продают свою продукцию на территории Китая и Индии. Экспорт же из Китая и Индии в основном идет в страны с неразвитой экономикой, где потребители вынуждены обращать внимание прежде всего на цену нового автомобиля.

Исследователи отмечают тесную зависимость между уровнем благосостояния населения и динамикой рынка легковых автомобилей [6]. То есть рост ВВП страны и благосостояния населения способствует увеличению платежеспособного спроса населения на легковые автомобили, и наоборот – при неблагоприятной экономической ситуации внутри страны продажи легковых автомобилей будут снижаться.

Хотя рост внутреннего спроса на легковые автомобили в Китае и Индии не является гарантированным (он зависит в том числе и от внутренних факторов – роста ВВП, изменения налоговых ставок, таможенных пошлин, принятия законов, направленных на сокращение количества автомобильных выхлопов, и т.д.), именно внутренний спрос является определяющим фактором развития автомобильных рынков этих стран. Так, по данным агентства Bloomberg, китайское правительство намерено с помощью снижения налога на покупку новых легковых автомобилей с 10 до 5 % и изменения таможенных пошлин на импортные автомобили компенсировать внутренним производителям последствия торговой войны с США [15].

Рост численности населения и его благосостояния в данных странах положительно сказывается на спросе на легковые автомобили, а вместе с тем – на их производстве и количестве в использовании. Поэтому в целом прогноз развития автомобильных рынков для Китая и Индии положительный, что не исключает кратковременных колебаний потребительского спроса.

Япония является одной из высокоразвитых стран, ее экспорт во многом состоит из высокотехнологичной продукции, а импорт – из сырья, материалов и топлива. Японские автопроизводители задали современный стандарт в производстве автомобилей [16, р. 10], а их продукция пользуется спросом во всем мире. Это определяет место Японии на мировом авторынке в качестве одного из ведущих экспортеров: производство легковых автомобилей в стране, по данным OICA, практически в два раза превышает потребление. В 2017 г. в Японию было импортировано 337 тыс. легковых автомобилей (или 8 % от объема продаж в Японии), а экспортировано в 12,5 раз больше – 4218 тыс. Крупнейшим экспортером, потрeбившим

в 2017 г. 40 % поставляемых из Японии новых легковых автомобилей, являются США. На втором месте (с большим отрывом от первого) – Австралия, затем – Китай, Канада, ОАЭ [17].

По количеству легковых автомобилей в использовании Япония является страной с одним из самых высоких уровней автомобилизации [18]. При этом внутренний спрос скорее всего ожидает мягкое падение: сокращение численности населения и его старение, высокая стоимость владения автомобилем в крупных городах, а также хорошо развитый общественный транспорт будут тому способствовать. Поэтому в ближайшие годы автомобильная промышленность Японии будет сильно зависеть от состояния мировой экономической системы в целом как от одного из определяющих факторов спроса на японские автомобили.

Европейский регион

Автомобильный рынок Европы, хотя он и уступил лидирующие позиции, остается одним из крупнейших автомобильных рынков мира, а автомобильная промышленность – одной из крупнейших отраслей производства в данном регионе. Так, по данным Европейской ассоциации производителей автомобилей (European Automobile Manufacturers Association), в 2016 г. в производстве автомобилей в Европейском союзе было занято 2,5 млн чел. – 8,3 % от всех занятых [20].

По данным ОИКА, в 2017 г. производство легковых автомобилей в странах Евросоюза составило 87 % всего производства легковых автомобилей в европейском регионе, а продажи – 85 % всех продаж европейского региона. При этом в 2015 г. количество легковых автомобилей в использовании в странах Евросоюза составляло 77 % от общего числа легковых автомобилей в использовании в данном регионе. Учитывая, что совокупная площадь стран Евросоюза примерно в 5 раз меньше площади Европейского региона, можно сказать, что рынок легковых автомобилей стран Евросоюза определяет рынок легковых автомобилей всего региона.

Страны Евросоюза производят автомобилей больше, чем потребляют, поэтому экспорт из этого региона превышает импорт. Так, в 2017 г. Евросоюз импортировал около 3 млн пассажирских автомобилей, причем главный импортер находится в европейском регионе – это Турция, обеспечивающая 24 % всего импорта легковых автомобилей в страны Евросоюза. Первое место среди экспортеров легковых автомобилей Турция заняла в 2014 г., обогнав Японию и Южную Корею, и с тех пор лишь усиливает свои позиции. Другие ведущие страны-экспортеры в 2017 г. – Япония (18 %), Южная Корея (15 %), а также Марокко, Мексика и США (по 8 %) [20].

Экспорт из стран Евросоюза превышает импорт почти в 2 раза – в 2017 г. было экспортировано 5,4 млн легковых автомобилей. Основным импортером легковых машин из стран Евросоюза уже долгое время являются США – в 2017 г. объем экспорта в эту страну составил 21 % от всего экспорта легковых автомобилей из стран Евросоюза. Другими важнейшими импортерами легковых автомобилей из стран Евросоюза в 2017

г. были Китай (10 %) и Япония (5 %). Существенная часть экспорта в 2017 г. направлялась в страны Европейского региона, не входящие в Евросоюз, – Турцию (9 %), Швейцарию (5 %) [20].

Основным поставщиком европейских автомобилей на мировой рынок является Германия – эта страна в последние 10 лет ежегодно обеспечивает около 30 % всего объема производства легковых автомобилей стран Евросоюза. Продукция немецких автомобильных заводов пользуется спросом и внутри стран Евросоюза, и во всем остальном мире. Это обеспечивает Германии первое место по числу экспортируемых автомобилей в мире.

При этом внутренний рынок стран Евросоюза (да и Европейского региона в целом) не отличается стабильностью спроса. В этих странах уровень автомобилизации весьма высок, но неуверенность потребителей в завтрашнем дне приводит к увеличению сроков эксплуатации автомобилей. Так, с 2012 по 2016 г. средний возраст легковых автомобилей в странах Евросоюза вырос с 10,4 года до 11 лет [20]. Хотя обслуживание автомобиля с большим пробегом обходится дороже, многие готовы смириться с этими тратами, дабы не брать на себя риск покупки нового автомобиля в кредит. Кроме того, в большинстве стран Европейского региона коренное население стареет, рождаемость падает, что отрицательно скажется на внутреннем спросе, даже несмотря на значительный миграционный приток.

Европейские правительства периодически принимают меры для повышения спроса на новые легковые автомобили, в том числе с помощью налоговых льгот, и обычно такие меры приводят к успеху – происходит временное повышение потребительского спроса. Вследствие этих мер продажи легковых автомобилей в одних странах Евросоюза могут расти, а в других – падать в одно и то же время в зависимости от политики их правительств.

Все же автомобильный рынок Европейского региона вряд ли ждут сильные изменения. Внутренний спрос, скорее всего, останется стабильным, хотя и неравномерным по странам. Экспорт же во многом будет зависеть от международной обстановки, и в частности от таможенных пошлин главного импортера легковых автомобилей европейского производства – США.

Страны NAFTA

Страны Северной Америки (особенно США) отличаются высокой степенью автомобилизации. Модель Ford T, созданная в США, стала первой моделью, выпускаемой миллионными сериями. Именно эта модель перевела личный автомобиль из предмета роскоши в доступный широким массам товар, что и сделало США одним из постоянных лидеров автомобилизации – в 2014 г. в рейтинге стран по уровню автомобилизации впереди США были только карликовые государства Монако и Сан-Морино [18]. Это же обстоятельство существенно повысило автомобилизацию ближайших соседей США – Мексики и особенно Канады. Однако сейчас автомобильная промышленность США потеряла лидирующие позиции, и страна импортирует легковых

автомобилей существенно больше, чем экспортирует. В табл. 6 приведены данные о продажах легковых автомобилей в странах NAFTA по данным OICA.

Таблица 6

Динамика продаж легковых автомобилей в странах NAFTA в 2007–2017 гг., млн шт.

Страна	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Среднее значение	Доля в 2017 г., %
США	75,6	67,7	54,0	56,4	60,9	72,4	75,9	76,9	75,2	68,7	61,0	67,7	79
Канада	8,4	8,7	7,3	6,9	6,8	7,5	7,6	7,6	7,1	6,6	6,4	7,4	8
Мексика	6,4	5,9	4,4	5,0	5,9	6,5	7,0	7,5	8,9	10,7	10,2	7,1	13
NAFTA	90,5	82,3	65,7	68,3	73,6	86,4	90,4	91,9	91,2	86,0	77,5	82,2	100

Составлена автором на основе [10].

По мнению экспертов, динамика продаж автомобилей в США подчиняется семилетнему циклу, причем новый его виток начался в 2017 г. со спада [19]. Данные табл. 6 это подтверждают – продажи легковых автомобилей в США колеблются относительно среднего значения годовых продаж в 67,7 млн шт. При вычислении тренда продаж США за рассматриваемый период получается практически горизонтальная линия. Несмотря на цикличность спроса, средний возраст легковых автомобилей в США стабильно растет, и за данный период вырос с 10 до 11,6 лет [21]. Фактически рынок легковых автомобилей в США исчерпал резервы для увеличения внутреннего спроса.

Аналогичная картина наблюдается и на рынке легковых автомобилей в Канаде – годовые продажи легковых автомобилей колеблются относительно среднего значения в 7,4 млн шт. Хотя, по мнению некоторых экспертов, автомобилизация Канады еще не достигла своего максимума и будет расти [9]. В Мексике же очевидно низкая автомобилизация способствует росту спроса на новые легковые автомобили – их продажи в Мексике стабильно растут и пока не достигли своего максимума.

Соглашение NAFTA способствовало интеграции Мексики в цепочки поставок продукции автомобильной промышленности США и Канады, в результате чего Мексика стала крупным центром производства автомобильных запчастей. Автомобили и автомобильные запчасти в 2016 г. составляли 20 % от общего объема торговли Мексики с США и Канадой, что сделало их крупнейшей категорией продукции товарооборота между этими странами [22].

США уже давно являются основным потребителем экспортной продукции автомобильных заводов Канады и Мексики. В 2017 г. 70 % от общего объема легковых автомобилей, экспортируемых из Мексики и 95 % – из Канады, были отправлены в США. Кроме того, в 2017 г в Канаду было экспортировано 5 % от общего объема легковых автомобилей, экспортируемых из Мексики [13]. Получается, что традиционно большие доли Мексики и Канады в мировом экспорте легковых автомобилей объясняются торговлей внутри стран NAFTA, еще точнее – автопроизводители Канады и Мексики работают в основном на рынок США.

Политические решения нынешнего президента США Дональда Трампа не позволяют уверенно прогнозировать будущее рынка легковых автомобилей в странах NAFTA. Представители автомобильной промышленности США обеспокоены предложением поднять пошлины на легковые автомобили и особенно на автозапчасти до 25 %, в том числе из стран NAFTA. По мнению экспертов, данное решение не только будет способствовать увеличению цены на легковые автомобили для розничных покупателей и существенному сокращению производства новых автомобилей на территории США, но также и уменьшению числа американских рабочих, занятых на производстве автомобилей. Поэтому до 2020 г. прогноз по развитию рынка легковых автомобилей в странах NAFTA остается умеренно пессимистическим и в значительной степени будет зависеть от политических решений руководства США.

Страны Южной Америки

В этом регионе практически отсутствует собственный автопром, хотя правительства предпринимали попытки для его создания. Немногочисленные собственные марки автомобилей практически не выходят на экспорт и пользуются невысоким спросом внутри региона. Это обусловлено в том числе и наличием широко развитой автомобильной промышленности у северных соседей и тем, что многие крупнейшие автопроизводители перенесли свои заводы в страны Южной Америки (в первую очередь – в Бразилию и Аргентину). Данные заводы занимаются в основном отверточной сборкой из привезенных деталей, а их продукция предназначена прежде всего для продажи внутри региона. Некоторые автопроизводители разрабатывают модели легковых автомобилей исключительно для местного рынка с учетом его особенностей.

Регион не отличается политической стабильностью, а регулярные кризисы и военные конфликты крайне негативно отражаются на автомобильном рынке всего региона и входящих в него отдельных стран. Например, в Венесуэле, по данным OICA, производство легковых автомобилей сократилось с 2007 по 2017 г. на 99 %, продажи – на 98 %.

Ведущей страной на автомобильном рынке Южной Америки является Бразилия, и после четырехлетнего падения в 2013–2016 гг. продажи легковых автомобилей здесь начали расти. Ожидается продолжение роста в следующие несколько лет, что существенно повлияет на автомобильный рынок всего региона. Главной опасностью для этого роста является возможность обострения политических конфликтов в Южной и Центральной Америке.

Африканский регион

Несмотря на отмечаемый исследователями рост рынков производства, услуг, инвестиций, современных технологий, наукоемкой продукции, рабочей силы на Африканском континенте [23], Африка все еще производит около 1 % от мирового объема производства легковых автомобилей и потребляет около 2 %

от объема мировых продаж. К тому же политическая, экономическая и военная ситуация во многих странах региона не способствует росту благосостояния населения, а без этого невозможен существенный рост спроса на легковые автомобили. В ближайшие годы региону вряд ли удастся стать заметным игроком на рынке легковых автомобилей.

Заключение

Итак, Азия и Океания (в особенности Китай) были драйверами роста мирового рынка легковых автомобилей в период с 2007 по 2017 г. и, скорее всего, останутся таковыми в ближайшем будущем. На зрелых рынках США и Европейского союза автомобилизация населения близка к своему пределу, продажи новых автомобилей колеблются относительно среднего уровня в зависимости от фазы экономического цикла, а средний возраст легковых автомобилей в использовании увеличивается год от года. В странах Южной Америки политическая нестабильность ограничивает возможности для экономического роста, а вместе с тем – и для увеличения потребительского спроса на легковые автомобили. Африканский регион практически не участвует в мировой торговле легковыми автомобилями, и в ближайшие годы ситуация не изменится.

Лидирующие позиции по экспорту легковых автомобилей на мировой рынок уже многие годы занимают одни и те же страны, что говорит о существенных трудностях, с которыми сталкиваются другие автопроизводители и правительства при продвижении продукции национального автопрома на мировой рынок. Фактически рынок уже поделен, и для наращивания своей доли в глобальном экспорте необходимо годами предпринимать огромные усилия; важно не только иметь развитую национальную автомобильную промышленность, но и входить в торговые союзы с развитыми странами.

Производство легковых автомобилей концентрируется в регионах с наибольшими продажами: производители предпочитают переносить конечную сборку на территорию предполагаемой продажи легковых автомобилей. Этому способствуют правительства стран-потребителей, заинтересованные в создании рабочих мест и в инвестициях в национальную экономику.

Автомобильные рынки отдельных стран сильно зависят от возрастного состава населения, динамики его изменения, роста благосостояния населения, политики правительства.

Рынок легковых автомобилей все больше глобализируется, и решения правительства одной страны могут существенно повлиять на автопромышленные предприятия во многих других странах и отдаленных регионах. Устоявшиеся цепочки поставок в рамках одного автоконцерна часто охватывают несколько стран и пересекают океаны. Военные конфликты в одной из стран региона имеют отрицательные последствия для рынка всего региона.

Библиографический список

1. Идиятуллина Э.Р. Тенденции и перспективы развития рынка легковых автомобилей в России // Инновационная наука. – 2016. – № 5-1 (17). – С. 90–94.
2. Бахур П.И. Анализ рынка легковых автомобилей РФ // Вестник современных исследований. – 2018. – № 6.4 (21). – С. 85–89.
3. Долбня Н.В., Степченко Т.С., Григорьева Е.А. Оценка основных показателей, характеризующих мировой автомобильный рынок // Вестник академии знаний. – 2018. – № 1 (24). – С. 249–260.
4. Бубнов Ю.В., Кизим А.А., Старкова Н.О. Анализ мирового рынка легковых автомобилей // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 88. – С. 395–406.
5. Мельников А.Б., Фалина Н.В., Бледнова А.В. Тенденции, проблемы и перспективы развития зарубежного и российского рынков легковых автомобилей // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 128. – С. 82–99.
6. Бутов А.М. Рынок новых легковых автомобилей. 2017. Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/Рынок%20новых%20легковых%20автомобилей%202017.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).
7. Нуреев Р.М., Кондратов Д.И. Рынок легковых автомобилей: вчера, сегодня, завтра // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2010. – Т. 2. № 3. – С. 86–128.
8. Обзор автомобильного рынка России в 2017 г. и перспективы развития. Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/assets/pdf/auto-market-in-russia-2018-report.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).
9. The World's New Vehicle Market: Outlook for 2018. Режим доступа: <http://www.acs-giz.si/resources/files/research-the-worlds-new-vehicle-market-outlook-for-2018.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).
10. OICA. Sale statistics cars by country and type. Режим доступа: <http://www.oica.net/category/sales-statistics/> (дата обращения: 11.03.2019).
11. OICA. Production statistics car by country and type. Режим доступа: <http://www.oica.net/production-statistics/> (дата обращения: 11.03.2019).
12. OICA. Vehicles in use by country and type. Режим доступа: <http://www.oica.net/category/vehicles-in-use/> (дата обращения: 11.03.2019).
13. UN Comtrade. Режим доступа: <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/> (дата обращения: 11.03.2019).
14. Гладков И.С. Международная товарная торговля 2001–2015: тренды и провалы 2015 г. // Власть. – 2016. – № 6. – С. 92–100.

15. Bloomberg News: China Regulator to Propose 50 % Cut to Car Purchase Tax. Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-10-29/china-regulator-is-said-to-propose-50-cut-to-car-purchase-tax> (дата обращения: 11.03.2019).

16. Liker J.K. The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer. N.Y.: McGraw-Hill, 2004. 352 p.

17. Motor Vehicle Statistics of Japan. 2018. Режим доступа: <http://jama-english.jp/publications/MVS2018.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).

18. Motor Vehicles per 1000 People: Countries Compared. Режим доступа: <https://www.nationmaster.com/country-info/stats/Transport/Road/Motor-vehicles-per-1000-people#date> (дата обращения: 11.03.2019).

19. The World's New Vehicle Market: Outlook for 2018. Режим доступа: <http://www.acs-giz.si/resources/files/research-the-worlds-new-vehicle-market-outlook-for-2018.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).

20. ACEA. Режим доступа: <https://www.acea.be> (дата обращения: 11.03.2019).

21. Average Age of Light Vehicles in the U.S. from 2003 to 2016 (in Years). Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/261881/average-age-of-light-vehicles-in-the-united-states/> (дата обращения: 11.03.2019).

22. NAFTA and Motor Vehicle Trade. Режим доступа: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44907.pdf> (дата обращения: 11.03.2019).

23. Абрамова И.О. Африка в современной модели мироустройства: весомый игрок или аутсайдер? // Контурь глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2018. – Т. 11, № 5. – С. 6–21.

Региональная экономика

УДК 33

Нерсисян С.А., Выжитович А.М. Роль земельного налога в формировании доходов местных бюджетов (на примере Кемеровской области)

The role of land tax in the formation of revenues of local budgets (on the example of the Kemerovo region)

Нерсисян Софья Александровна

студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Выжитович Александр Михайлович

научный руководитель кафедры общественных финансов, доцент, к.э.н.

Nersesyan Sofia Alexandrovna

student

Novosibirsk State University of Economics and Management "NINH"

Vyzhitovich Alexander Mikhailovich

Scientific Director of the Department of Public Finance, Associate Professor, Ph.D.

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме определения роли земельного налога в формировании местных бюджетов. В статье дана историческая справка по земельному налогу, а также изучена практика его применения для пополнения местных бюджетов на примере кемеровской области. Также в статье обозначены основные проблемы, оказывающие негативное влияние на показатели собираемости земельного налога.

Ключевые слова: земельный налог, налоговая база, налоговая задолженность, кадастровая стоимость, доходы местного бюджета.

Abstract. This article is dedicated to a problem of definition of a role of land tax in formation of local budgets. In article the historical information on land tax is given and also practice of its application for replenishment of local budgets on the example of the Kemerovo region is studied. Also in article the main problems having negative impact on indicators of collecting of land tax are designated.

Keywords: land tax, tax base, tax debt, cadastral cost, income of the local budget.

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Земельный налог выступает одним из источников формирования муниципальных бюджетов вместе с налогом на имущество физических лиц и налогом на доходы физических лиц. Он в полном объеме зачисляется в бюджеты муниципальных образований, но пока занимает сравнительно небольшую долю в налоговых доходах местных бюджетов по сравнению с тем же налогом на доходы физических лиц, 15% от суммы которого поступает в местный бюджет.

Земельный налог установлен и введен в действие Налоговым кодексом РФ[1] и нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований. В городах федерального значения земельный налог устанавливается Налоговым кодексом РФ и законами указанных субъектов РФ. Налоговые ставки устанавливаются представительными органами муниципальных образований (законодательными (представительными) органами государственной власти городов Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя) в пределах, предусмотренных Налоговым кодексом РФ, они же определяют порядок и сроки уплаты налога.

В 1991 году начались работы по созданию налоговой системы Российской Федерации как самостоятельного государства, и земельному налогу отводилось в ней особое место. Так, в этом же году плата за землю как правовая категория была введена в действующее законодательство о налогах и сборах путем принятия Закона РСФСР «О плате за землю». В этом нормативно-правовом акте под платой за землю законодателем понимались следующие формы реализации принципа платного землепользования:

- земельный налог;
- арендная плата;
- нормативная цена земли [7, с. 88].

По смыслу Закона РСФСР «О плате за землю» плата за землю представляет собой комплексное аграрное понятие, включающее, в том числе, и сам земельный налог – разновидность платы за землю, уплачиваемую собственниками земли, землевладельцами и землепользователями, за исключением арендаторов. Понятийный аппарат изучаемого закона справедливо подвергался критике, основной аргумент которой – земельный налог, арендная плата и нормативная цена земли рассматривались вне связи друг с другом. Так, нормативная цена земли использовалась только в случаях покупки, выкупа земельных участков, при получении банковского кредита под залог земельного участка. Но, согласно положениям экономической теории и практики рыночной экономики цена земли – это основа установления арендной платы и земельного налога, и их размеры напрямую зависят от цены земельного участка заданного качества и местоположения.

Нормативно-правовая база проведения расчетов и взимания земельных платежей с 1991 года по 2005 год характеризовалась несистематизированностью материала, поскольку нормы по налогообложению земли были рассредоточены по многочисленным правовым актам, которые относились к разным отраслям права, что не позволяло обеспечить эффективное правовое регулирование этой сферы общественных отношений.

С 1 января 2005 года вступила в силу глава 31 «Земельный налог» Налогового кодекса РФ, и произошел переход к новому методу исчисления земельного налога – налоговая база стала определяться как кадастровая стоимость земельного участка вместо площади земельного участка, которая для исчисления налога умножалась на ставку, скорректированную рядом коэффициентов. Кадастровая стоимость земельного участка, учитывающая качество земли, позволяет осуществить более справедливое изъятие земельного налога. А поскольку земельный налог в полном объеме поступает в местный бюджет, то можно с уверенностью

говорить об усилении заинтересованности местных властей в поступлениях этого налога в бюджеты муниципалитетов.

В 2015 году произошли существенные изменения в законодательстве, регулирующем земельное налогообложение. В частности, были приняты следующие законы:

- Федеральный закон «О государственной кадастровой оценке» от 3 июля 2016 г. № 237-ФЗ [2];
- Федеральный закон «О государственной регистрации недвижимости» от 13 июля 2015 г. № 218-ФЗ [3].

Их принятие направлено на дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей земельное налогообложение.

Роль земельного налога как источника наполнения доходной части местного бюджета зависит от применяемого механизма маневрирования его ключевыми элементами:

- налоговые ставки;
- налоговая база;
- предоставляемые льготы.

В дореволюционной России практиковалось освобождение от его уплаты юридических лиц (монастырей) и физических лиц (дворян), а также применялись дифференцированные ставки в зависимости от качества, плодородия и расположения земельного участка и т.д. В настоящее время законодательно также определены налоговые инструменты, влияющие на расчет суммы земельного налога [4, с. 50].

В таблице 1 отражены данные о поступлении земельных налогов в бюджеты муниципалитетов Кемеровской области за последние 3 года (в 2016-2018 гг.) [11].

Таблица 1

Данные о поступлении земельных налогов в бюджеты муниципалитетов Кемеровской области в 2016-2018 гг.

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп прироста, %
Налоговые доходы местных бюджетов, тыс. руб.	17244973	18476699	22545153	5300180	30,73
В том числе земельный налог, тыс. руб.	3386072	3361064	3314688	-71384	-2,11
в том числе:					
- земельный налог с организаций, тыс. руб.	3131488	2995253	2951861	-179627	-5,74
- земельный налог с физических лиц, тыс. руб.	254584	365811	362827	108243	42,52

Данные таблицы 1 позволяют сделать следующие выводы о поступлении земельных налогов в бюджеты муниципалитетов Кемеровской области в 2016-2018 гг.:

- общая сумма поступлений земельных налогов в течение анализируемого периода постоянно снижалась – в 2017 году сумма поступившего земельного налога сократилась на 25008 тыс. руб., что в

относительном выражении составило 0,74%. В 2018 году негативная динамика сохранилась – снижение составило 46376 тыс. руб. или 1,38%. В целом за 2016-2018 гг. сумма поступившего земельного налога снизилась на 71384 тыс. руб. или на 2,11%;

- сумма поступлений земельного налога с организаций также характеризовалась негативной динамикой – в 2017 году сумма поступившего земельного налога с организаций сократилась более чем значительно – на 136235 тыс. руб., что в относительном выражении составило 4,35%. В 2018 году также наблюдалась негативная динамика – снижение показателя составило 43392 тыс. руб. или 1,45%. В целом за 2016-2018 гг. сумма полученного земельного налога с организаций снизилась на 179627 тыс. руб. или на 5,74%;

- сумма поступлений земельного налога с физических лиц характеризовалась неустойчивой динамикой – в 2017 году сумма поступившего земельного налога с физических лиц увеличилась существенно – на 111227 тыс. руб., что в относительном выражении составило 43,69%, то есть в 1,44 раза. В 2018 году наблюдалась небольшая негативная динамика – снижение показателя составило 2984 тыс. руб. или 0,82%. В целом за 2016-2018 гг. сумма полученного земельного налога с физических лиц увеличилась на 108243 тыс. руб. или на 42,52%.

При этом динамика налоговых доходов местных бюджетов в Кемеровской области в 2016-2018 гг. характеризовалась позитивной динамикой, что говорит о снижении зависимости местных бюджетов от поступлений земельного налога. Так, в 2017 году сумма налоговых доходов местных бюджетов в Кемеровской области увеличилась на 1231726 тыс. руб. или на 7,14%. В 2018 году прирост показателя составил 4068454 тыс. руб. или 22,02%. В целом за 2016-2018 гг. сумма налоговых доходов местных бюджетов увеличилась на 5300180 тыс. руб., что в относительном выражении составило 30,73%.

Проблемы взыскания характерны для всех имущественных налогов, но в особенности – для земельного. Исследователи в качестве основных причин этого указывают следующие:

- долги обанкротившихся организаций;
- неполучение или несвоевременное получение налоговых уведомлений физическими лицами;
- нежелание уплачивать земельный налог в нарушение требований ст. 56 Конституции РФ;
- несоответствие прожиточного минимума населения уровню налоговой нагрузки [4, с. 50].

В таблице 2 представлены данные о задолженности по земельному налогу в Кемеровской области в 2016-2018 гг. [11].

Таблица 2

Данные о задолженности по земельному налогу в бюджеты муниципалитетов Кемеровской области в 2016-2018 гг.

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, +/-	Темп прироста, %
Задолженность по земельному налогу (включая пени и санкции), тыс. руб.	815916	1278352	1191546	375630	46,04
в том числе:					
- земельный налог с организаций, тыс. руб.	456358	777605	784557	328199	71,92
- земельный налог с физических лиц, тыс. руб.	359558	500747	406989	47431	13,19
Структура задолженности					
- земельный налог с организаций, %	55,93	60,83	65,84	9,91	-
- земельный налог с физических лиц, %	44,07	39,17	34,16	-9,91	-

Как следует из данных таблицы 2, задолженность по земельному налогу в 2016-2018 гг. только увеличивалась. Совокупная задолженность по земельному налогу увеличилась на 46,04%, в том числе задолженность организаций – на 71,92%, а физических лиц – на 13,19%. Об этом же говорит и изменение структуры задолженности по земельному налогу: удельный вес налога с организаций за 2016-2018 гг. увеличился с 55,93% до 65,84% (на 9,91%), а удельный вес налога с физических лиц, наоборот, сократился с 44,07% до 34,16% (на 9,91%).

На рисунке 1 отражены данные об уровне задолженности по земельному налогу в Кемеровской области в 2016-2018 гг., в том числе организаций и физических лиц.

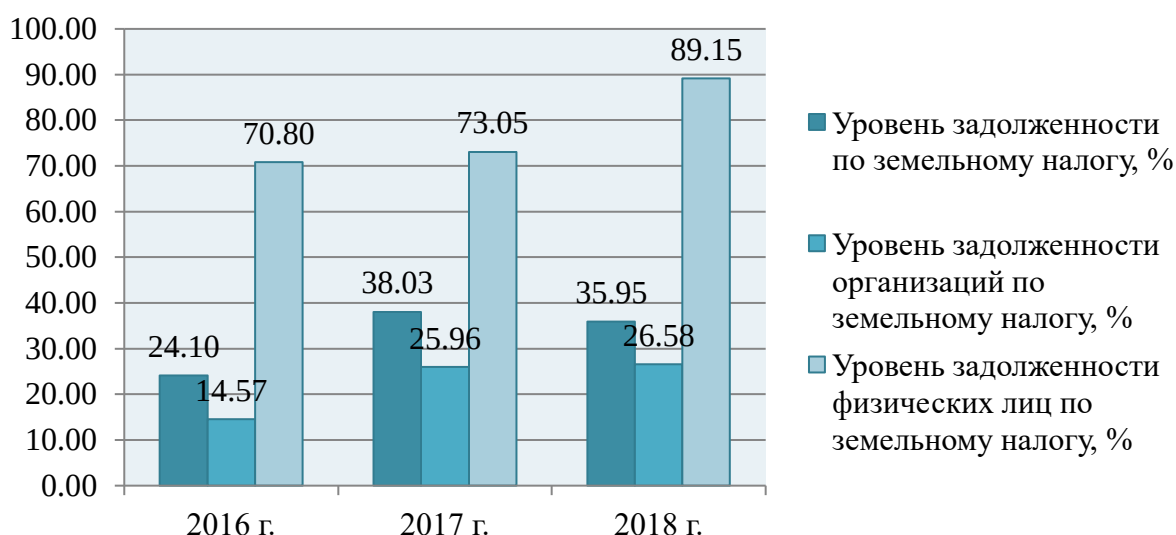


Рисунок 1. Данные об уровне задолженности по земельному налогу в Кемеровской области в 2016-2018 гг., в том числе организаций и физических лиц

Как видно по рисунку 1, общий уровень задолженности по земельному налогу за 2016-2018 гг.

увеличился с 24,10% до 35,95%. При этом уровень задолженности организаций увеличился за рассматриваемый период с 14,57% до 26,58%, а уровень задолженности физических лиц – с 70,80% до 89,15%. Платежная дисциплина физических лиц оставляет желать лучшего – по состоянию на 2018 г. всего 10,85% начисленного земельного налога было оплачено своевременно. Кроме того, существенно ухудшилась и платежная дисциплина организаций.

В целом, несмотря на сравнительно невысокую долю земельного налога в общем объеме доходных поступлений, он выступает в качестве важного формирования финансовой базы органов местного самоуправления [9, с. 404].

Вместе с тем, переход к кадастровому исчислению земельного налога выявил существенные проблемы, как для налоговых органов, так и для налогоплательщиков и местных бюджетов. Обзор законодательства, судебной арбитражной практики, юридической прессы, заявлений и жалоб налогоплательщиков позволяет обратить внимание на отдельные сложности, связанные с администрированием земельного налога.

Наиболее распространенной проблемой выступает невозможность определения налоговой базы, без которой нельзя уплатить сам земельный налог. Данная проблема актуальна для земельных участков сельскохозяйственного назначения, поскольку межевание осуществляется недостаточными темпами, как и кадастровый учет земель, и подготовка соглашений и договоров аренды. В результате этого муниципальные бюджеты недополучают значительные средства.

Еще одна немаловажная проблема – это налогообложение земельных участков, которые заняты объектами недвижимости, в отношении которых не проводились межевание и кадастровый учет. Соответственно, у налогоплательщиков отсутствуют правоустанавливающие документы на землю. Поэтому сразу возникает вопрос о правомерности уплаты земельного налога. А, значит, необходимо ликвидировать данные пробелы и недоработки.

Кроме того, проблемы, связанные с объединением ГНК (Государственного кадастра недвижимости) и ЕГРН (Единого государственного реестра недвижимости) в ЕГРН, существенно влияют на величину земельного налога, поступающего в бюджет муниципальных образований [8, с. 394].

Имеется ряд недостатков и при расчете суммы земельного налога, и одним из них является определение кадастровой стоимости земельного участка. Зафиксировано множество случаев, когда независимые оценщики определяли цену участка, которая не имела весомых оснований, поскольку не принимались в учет такие факторы, как месторасположение и отдаленность от инфраструктуры. Подобный подход вызывал массу недовольства со стороны собственников земельных участков, так как имело место множество манипуляций оценщиков.

Для укрепления финансовой самостоятельности муниципальных образований следует отменить предоставление федеральным законодательством льгот по имущественным налогам, а в случае необходимости – компенсировать льготы по налогам прямыми субсидиями за счет сокращения субсидий

бюджетам субъектов РФ. Реформированию должны подвергнуться также льготы, которые не имеют экономического эффекта и не способствуют развитию налогового потенциала местного самоуправления.

В заключение следует отметить, что эффективность действия механизма налогового регулирования должна определяться объективным установлением величины платы за земли определенного качества, целевого назначения и местоположения. С одной стороны, платежи за землю, которые являются обязательными независимо от факта ведения деятельности на отдельно взятом земельном участке, могут стимулировать собственника либо арендатора к эффективному использованию земли и предотвратить превращение земельных ресурсов в депо капитала, стимулируя оборот на рынке недвижимости. При этом, необоснованный налог на землю может привести к снижению коммерческой привлекательности земельных участков, превращая бизнес-план в «бизнес-утопию» в связи с тем, что земельные платежи неэластичны, а это чревато снижением деловой активности и отказом от ведения деятельности в отдельных территориях [7, с. 91].

Вместе с тем, нестабильный размер платы за землю снижает привлекательность инвестирования в экономику России, негативно влияя на конкурентоспособность землепользователей, подрывая стимулы к труду и инициативу, являясь причиной низкой эффективности налоговой системы в России. А это, несомненно, негативно влияет и на доходы местных бюджетов, сдерживая развитие муниципальных образований.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая. Введен в действие с 1 января 1999 г. // СПС Консультант-Плюс.
2. Федеральный закон «О государственной кадастровой оценке» от 3 июля 2016 г. № 237-ФЗ // СПС Консультант-Плюс.
3. Федеральный закон «О государственной регистрации недвижимости» от 13 июля 2015 г. № 218-ФЗ // СПС Консультант-Плюс.
4. Балахничева Л. Н., Балахничева Л. С. Роль земельного налога в пополнении доходной части консолидированного бюджета России // Финансы. – 2017. – № 3. – С. 49-52.
5. Выжитович А. М., Терешин А. В. Налоговый климат и развитие экономики // Новосибирск "Наука", ЭКО. – 2008. – №8. – С. 154-162.
6. Гринь Е. А., Пахомова К. Ю. История земельного налога // Аллея науки. – 2018. – Т. 3. – № 5 (21). – С. 205-209.
7. Марьин Е. В. История правового регулирования земельного налога: от истоков советской государственности до настоящего времени // Инновации в науке и практике: сборник статей по материалам III международной научно-практической конференции. В 4-х частях. – 2017. – С. 85-93.
8. Назарова А. Ю., Гагай И. В. Роль земельного налога в формировании муниципального бюджета // Актуальные направления научных исследований: перспективы развития: сборник материалов международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 392-394.
9. Ульянова Е. В. Земельный налог в Российской Федерации и оценка его роли в формировании доходов местных бюджетов // Наука молодых – будущее России: сборник научных статей 2-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 5-ти томах. Ответственный редактор А. А. Горохов. – 2017. – С. 402-404.
10. Шапошников Н. А., Сучилкин А. В. История создания и развития земельного налога в России // Аллея науки. – 2018. – Т. 1. – № 1 (17). – С. 685-687.
11. Федеральная налоговая служба России [Электронный ресурс] URL: <https://www.nalog.ru/rn42>.

УДК 338.2

Хацкилевич А.Н., Семейкина А.А. Анализ Стратегии социально – экономического развития города Екатеринбург

Analysis of the Strategy of socio – economic development of the city of Yekaterinburg

Хацкилевич Анна Николаевна

Доцент, кандидат экономических наук

Семейкина Анжелика Александровна

Студентка 1 курса магистратуры программы «Управление проектами» ПГНИУ

Hatskelevich Anna Nikolaevna

Associate Professor, candidate of economic Sciences

Semeykina Angelika Alexandrovna

Student of the 1st year of the master program of the "Project Management" PGNIU

Аннотация. Статья посвящена анализу стратегического планирования социально-экономического развития города Екатеринбург. Рассмотрены стратегические документы в городе Екатеринбург в соответствии с законом 172-ФЗ «О стратегическом планировании в РФ». Была выявлена нормативно-правовая основа разработки стратегии развития города Екатеринбург. В работе описана структура Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2030 года, видение, миссия, стратегическая цель и подцели развития Екатеринбург. Проведён сравнительный анализ стратегий социально-экономического развития Екатеринбург со стратегией социально-экономического развития Перми.

Ключевые слова: стратегия, социально-экономическое развитие, Екатеринбург, стратегическое планирование.

Abstract. The article is devoted to the analysis of strategic planning of social and economic development of the city of Yekaterinburg. The strategic documents in Yekaterinburg in accordance with the law 172-FZ "On strategic planning in the Russian Federation" are considered. The legal and regulatory framework for the development of Yekaterinburg city development strategy was identified. The paper describes the structure of the Strategic plan for the development of Yekaterinburg until 2030, vision, mission, strategic goal and sub-goals of Yekaterinburg. A comparative analysis of the strategies of socio-economic development of Yekaterinburg with the strategy of socio-economic development of Perm.

Keywords. Strategy, social and economic development, Yekaterinburg, strategic planning

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

На сегодняшний день стратегическое планирование города является самым эффективным и часто используемым инструментом управления социально - экономическим развитием города. Планирование помогает выявить наиболее перспективные направления развития, а также позволяет сделать механизм управления городом более прозрачным, даёт возможность жителям, представителям всех хозяйствующих, финансовых, научных структур принимать участие в выборе решений и их успешной реализации. Поэтому процесс стратегического планирования очень важен не только на региональном уровне, но и для развития страны в целом.

Для анализа стратегического планирования социально-экономического развития территории была выбрана столица Уральского федерального округа - Екатеринбург.

Екатеринбург - четвертый по численности населения город в России, административный центр Свердловской области и Уральского федерального округа. Основанный как город-крепость в 1723 году.

Стратегический план развития Екатеринбурга был разработан в 2001–2002 годах, рассмотрен и принят Программным советом стратегического развития города Екатеринбурга 20 декабря 2002 года и утвержден Решением Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане Екатеринбурга». Разработка Стратегического плана осуществлялась гласно (открыто), демократично и системно, что обеспечивалось проведением общественных обсуждений, рабочих и экспертных сессий, научно-практических конференций, мероприятий по вовлечению горожан в процесс планирования, включая публикацию проектов документов стратегического планирования и организацию дискуссии в средствах массовой информации. Все поступившие замечания и предложения были рассмотрены авторскими коллективами соответствующих разделов Стратегического плана. Итогом работы явился комплексный документ, определяющий миссию, цели, задачи, внутренние ресурсы и внешние условия, основные направления, программы, проекты, организационные действия, направленные на достижение стратегических результатов.

Решением Екатеринбургской городской Думы от 26 октября 2010 года № 67/30 «О внесении изменений в Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане Екатеринбурга» утверждена актуализированная версия Стратегического плана до 2020 года.

Реализация стратегии согласно закона 172-ФЗ «О стратегическом планировании в РФ» должна находить отражение в 6 видов документов стратегического планирования муниципального уровня.

Таблица 1

Стратегические документы в городе Екатеринбург в соответствии с законом 172-ФЗ «О стратегическом планировании в РФ» (2014г.)

Название стратегического документа	Дата утверждения	№ решения, орган, утвердивший документ
Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года	25 мая 2018 года	Утвержден Решением Екатеринбургской городской Думы от 25 мая 2018 года № 12/81 «О внесении изменений в Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане развития Екатеринбурга»
План мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития	«...Стратегический план является тождественным документу «Стратегия социально-экономического развития муниципального образования», так как согласно пункту 33 статьи 3 Федерального закона от 28 июля 2014 года № 172-ФЗ стратегия социально-экономического развития муниципального образования – документ стратегического планирования, определяющий цели и задачи муниципального управления и социально-экономического развития муниципального образования на долгосрочный период...» *Вырезка из статьи на сайте	
Долгосрочный прогноз социально-	8 февраля 2017 года	Выполнен Институтом экономики УрО РАН по заказу

Название стратегического документа	Дата утверждения	№ решения, орган, утвердивший документ
экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2035 года		Администрации города Екатеринбурга в рамках муниципального контракта № 155/05/01-12/0111 от 21.03.2016
Прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2018 год и плановый период 2019–2020 годов	31 октября 2017 года	Утвержден Решением Екатеринбургской городской Думы от 31 октября 2017 года № 2071
Бюджетный прогноз муниципального образования на долгосрочный период Проект решения Екатеринбургской городской Думы «О формировании бюджетного прогноза муниципального образования «город Екатеринбург»	30 октября 2018 года	На основании Бюджетного кодекса Российской Федерации, в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», рассмотрев Постановление Администрации города Екатеринбурга от 21 сентября 2018 года № 2351 «О внесении на рассмотрение в Екатеринбургскую городскую Думу проекта решения Екатеринбургской городской Думы «О формировании бюджетного прогноза муниципального образования «город Екатеринбург» на долгосрочный период», руководствуясь статьей 26 Устава муниципального образования «город Екатеринбург», Екатеринбургская городская Дума решила Формировать бюджетный прогноз муниципального образования «город Екатеринбург» на долгосрочный период начиная с 2019 года
Муниципальные программы Екатеринбург – здоровый город. Образование – основа развития, залог успеха. Екатеринбург – мегаполис культуры и искусства. Екатеринбург спортивный. Екатеринбург – город комфортной социальной среды.	25 мая 2018 года	Утвержден Решением Екатеринбургской городской Думы от 25 мая 2018 года № 12/81 «О внесении изменений в Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане развития Екатеринбурга»

Таким образом, к стратегическим документам в городе Екатеринбург относятся Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года, План мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития, Долгосрочный прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2035 года, Прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2018 год и плановый период 2019–2020 годов, Муниципальные программы. Однако, шестой вид документа стратегического планирования муниципального уровня - Бюджетный прогноз муниципального образования на долгосрочный период находится на стадии разработки.

Таблица 2

Нормативно-правовая основа разработки стратегии развития города Екатеринбург

Название стратегического документа	На основе каких документов разработана
Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года	Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане развития Екатеринбурга»
Долгосрочный прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2035 года	1. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года 2. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Свердловской области на период до 2030 года 3. Указы Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года, 4. Концепции повышения качества жизни населения Свердловской области на период до 2030 года – «Новое качество жизни уральцев» 5. Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на 2016 – 2030 годы 6. Отраслевые стратегические документы федерального и регионального значения, а также основные целевые параметры государственных программ Свердловской области, муниципальные целевые и ведомственные программы города Екатеринбурга
Прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2018 год и плановый период 2019 – 2020 годов	Прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2017 год и плановый период 2018 – 2019 годов
Бюджетный прогноз муниципального образования на долгосрочный период	Постановление Администрации города Екатеринбурга от 21 сентября 2018 года № 2351 «О внесении на рассмотрение в Екатеринбургскую городскую Думу проекта решения Екатеринбургской городской Думы «О формировании бюджетного прогноза муниципального образования «город Екатеринбург» на долгосрочный период»
Муниципальные программы	Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане развития Екатеринбурга»

Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года состоит из 194 страниц, 5 разделов и 6 приложений.

Таблица 3

Структура Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2030 года

Название разделов и подразделов стратегического документа	Объем в страницах
ВВЕДЕНИЕ	6
РАЗДЕЛ I. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА	19
Стратегия и стратегический план. Термины и определения	1
Концептуальные положения	8

Название разделов и подразделов стратегического документа	Объем в страницах
<u>РАЗДЕЛ II. СОЦИОЭКОНОМИКА ЕКАТЕРИНБУРГА: КОНКУРЕНТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ</u>	42
<u>Цифры и факты</u>	2
<u>История Екатеринбурга</u>	2
<u>Внешние факторы</u>	34
<u>Анализ исходной ситуации (SWOT-анализ)</u>	4
<u>РАЗДЕЛ III. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОГРАММЫ</u>	90
<u>Направление 1. Сохранение и развитие человеческого потенциала</u>	23
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – здоровый город»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Образование – основа развития, залог успеха»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – мегаполис культуры и искусства»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург спортивный»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – город комфортной социальной среды»</u>	3
<u>Направление 2. Екатеринбург – межрегиональный инновационно ориентированный промышленно-финансовый центр</u>	13
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – промышленный инновационный центр»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – межрегиональный центр притяжения финансовых и инвестиционных ресурсов»</u>	1
<u>Стратегическая программа «Цифровой Екатеринбург»</u>	2
<u>Направление 3. Развитие и модернизация жилищно-коммунального комплекса города</u>	10
<u>Стратегическая программа «Совершенствование системы управления жилищным фондом»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Развитие современных инженерных систем жизнеобеспечения»</u>	1
<u>Направление 4. Развитие рынка товаров и услуг</u>	14
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – центр производства качественных и безопасных потребительских товаров»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – центр современных технологий торговли»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Высокое качество услуг – новый уровень обслуживания»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – международный центр деловых коммуникаций и туризма»</u>	2
<u>Направление 5. Улучшение качества устойчивой городской мобильности</u>	11
<u>Стратегическая программа «Улучшение качества транспортной мобильности»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Улучшение качества мобильности пешеходов и пассажиров общественного транспорта»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – евроазиатский транспортно-логистический узел»</u>	2
<u>Направление 6. Формирование комфортной, экологически благополучной городской среды</u>	6
<u>Стратегическая программа «Оздоровление окружающей природной среды»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Чистый благоустроенный город»</u>	1
<u>Направление 7. Развитие гражданского общества и местного самоуправления</u>	7
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – город активных граждан и общественного согласия»</u>	2
<u>Стратегическая программа «Екатеринбург – безопасный город»</u>	2
<u>РАЗДЕЛ IV. СТРАТЕГИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ</u>	19
<u>Введение</u>	1
<u>Концептуальные положения</u>	1
<u>Принципы пространственного развития</u>	2

Название разделов и подразделов стратегического документа	Объем в страницах
<u>Сценарии пространственного развития</u>	3
<u>Стратегические приоритеты</u>	1
<u>Приоритет 1. Развитие городской транспортной сети</u>	1
<u>Приоритет 2. Развитие городских территорий</u>	5
<u>Приоритет 3. Развитие городской среды</u>	4
<u>РАЗДЕЛ V. МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА</u>	7
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	3
<u>ГЛОССАРИЙ</u>	2
<u>УЧАСТНИКИ АКТУАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА</u>	4
<u>Приложения 1.1 – 1.6</u>	6

Разработка стратегии развития города в качестве основной концептуальной идеи включает установление стратегического видения и миссии города.

Таблица 4

Видение, миссия, стратегическая цель и подцели развития Екатеринбург

Видение развития города	Миссия города	Стратегическая цель	Подцели развития
1. Центр Екатеринбургской агломерации – одной из крупнейших агломераций в России; 2. Международно узнаваемый центр деловых коммуникаций с развитой комфортной деловой инфраструктурой, способствующей проведению крупных международных мероприятий различного формата; 3. Межрегиональный транспортно-логистический комплекс со сбалансированной транспортно-логистической инфраструктурой, удовлетворяющей потребности экономики и населения; 4. Город с диверсифицированной экономикой, характеризующейся сбалансированным развитием индустриального и торгово-сервисного секторов, динамичным развитием научно-образовательного комплекса, информационного	Миссия города заключается в усилении Екатеринбурга как российского центра образования, наукоемкого производства и высокотехнологичного сервиса, встроенного в региональные, национальные и глобальные экономические процессы и обеспечивающего конкурентоспособность городской экономики и комфортность городского пространства для жизнедеятельности населения.	Обеспечение достаточного высокого и устойчиво повышающегося качества жизни нынешних и будущих поколений горожан	1. Сохранение и всестороннее развитие личного потенциала горожан на основе формирования и актуализации современных здоровьесберегающих, образовательных, профессиональных, культурных, социально-креативных, спортивных компетенций, а также социально-творческой активности в различных сферах жизнедеятельности; 2. Формирование крупнейшего межрегионального центра «новой экономики», участвующего в глобальных экономических процессах, на основе повышения конкурентоспособности промышленно-финансового комплекса города, создания благоприятных условий для устойчивого развития инновационного бизнеса и инвестиционной деятельности; 3. Обеспечение растущих потребностей населения в повышении комфортности среды проживания, модернизации объектов жилищно-коммунальной инфраструктуры, росте их энергетической эффективности, улучшении качества жилищно-коммунальных услуг, повышении уровня безопасности жилищного фонда и инженерно-технической инфраструктуры, а также энергобезопасности города; 4. Формирование новой пространственно сбалансированной организации рынка для удовлетворения разнообразных потребностей населения и гостей города в качественных и безопасных товарах и

Видение развития города	Миссия города	Стратегическая цель	Подцели развития
пространства и рынка финансовых услуг; 5. центр культурных коммуникаций, обеспечивающий доступные возможности для свободной и безопасной культурно-творческой самореализации горожан, сохраняющий самобытность и уникальность городского пространства; 6. город с креативной средой, ориентированный на учет интересов городских сообществ, развивающий гражданские и творческие инициативы, поддерживающий развитие новых социально-культурных индустрий.			услугах; 5. Усиление процессов интеграции города в региональную, национальную и мировую систему товародвижения, комплексное развитие российских и международных социокультурных и бизнес-коммуникаций; 6. Создание транспортно-пешеходной системы города, удобной для населения, связанной с международной транспортной системой; 7. Создание комфортных условий проживания и экологически устойчивой системы жизнедеятельности населения на основе улучшения качества окружающей среды и благоустройства городских территорий; 8. Развитие сообщества свободных, инициативных, социально активных горожан, объединенных общностью традиций, интересов и ценностей; сохранение достигнутого общественного согласия, повышение эффективности местного самоуправления и совершенствование системы партнерских отношений между институтами власти и местным сообществом; обеспечение безопасности жизнедеятельности населения; 9. Обеспечение устойчивого и сбалансированного развития городского пространства.

В городе Екатеринбург реализуются 7 стратегических направлений развития города.

Таблица 5

Содержание основных стратегических направлений развития города

Направление развития города	Направление развития города	Направление развития города	Направление развития города
Сохранение и развитие человеческого потенциала	Екатеринбург – межрегиональный инновационно ориентированный промышленно-финансовый центр	Развитие и модернизация жилищно-коммунального комплекса города	Развитие рынка товаров и услуг
Содержание направления	Содержание направления	Содержание направления	Содержание направления
Сохранение и всестороннее развитие личностного потенциала горожан на основе формирования и актуализации современных здоровьесберегающих, образовательных, профессиональных, культурных, социально-креативных, спортивных компетенций, а также социально-творческой активности в различных сферах жизнедеятельности. Перечень стратегических программ Екатеринбург – здоровый город. Образование – основа развития, залог успеха. Екатеринбург – мегаполис культуры и искусства. Екатеринбург спортивный. Екатеринбург – город комфортной социальной среды.	Формирование крупнейшего межрегионального центра «новой экономики», участвующего в глобальных экономических процессах, на основе повышения конкурентоспособности промышленно-финансового комплекса города, создания благоприятных условий для устойчивого развития инновационного бизнеса и инвестиционной деятельности. Перечень стратегических программ Екатеринбург – промышленный инновационный центр. Екатеринбург – межрегиональный центр притяжения финансовых и инвестиционных ресурсов. Цифровой Екатеринбург	Обеспечение растущих потребностей населения в повышении комфортности среды проживания, модернизации объектов жилищно-коммунальной инфраструктуры, росте их энергетической эффективности, улучшении качества жилищно-коммунальных услуг, повышении уровня безопасности жилищного фонда и инженерно-технической инфраструктуры, а также энергобезопасности города. Перечень стратегических программ Совершенствование системы управления жилищным фондом. Развитие современных инженерных систем жизнеобеспечения	Формирование новой пространственно сбалансированной организации рынка для удовлетворения разнообразных потребностей населения и гостей города в качественных и безопасных товарах и услугах; усиление процессов интеграции города в региональную, национальную и мировую систему товародвижения, комплексное развитие российских и международных социокультурных и бизнес-коммуникаций. Перечень стратегических программ Екатеринбург – центр производства качественных и безопасных потребительских товаров. Екатеринбург – центр современных технологий торговли. Высокое качество услуг – новый уровень обслуживания. Екатеринбург – международный центр деловых коммуникаций и туризма.

Направление развития города	Направление развития города	Направление развития города
Улучшение качества устойчивой городской мобильности	Формирование комфортной, экологически благополучной городской среды	Развитие гражданского общества и местного самоуправления
Содержание направления	Содержание направления	Содержание направления
Создание транспортно-пешеходной системы города, удобной для жизни населения, связанной с международной транспортной системой. Перечень стратегических программ Улучшение качества транспортной мобильности. Улучшение качества мобильности пешеходов и пассажиров общественного транспорта. Екатеринбург – евроазиатский транспортно-логистический узел.	Создание комфортных условий проживания и экологически устойчивой системы жизнедеятельности населения на основе улучшения качества окружающей среды и благоустройства городских территорий Перечень стратегических программ Оздоровление окружающей природной среды. Чистый благоустроенный город.	Развитие сообщества свободных, инициативных, социально активных горожан, объединенных общностью традиций, интересов и ценностей; сохранение достигнутого общественного согласия, повышение эффективности местного самоуправления и совершенствование системы партнерских отношений между институтами власти и местным сообществом; обеспечение безопасности жизнедеятельности населения. Перечень стратегических программ Екатеринбург – город активных граждан и общественного согласия. Екатеринбург – безопасный город.

Общие выводы

Механизм реализации Стратегического плана является одним из важнейших элементов стратегического управления, так как без него цели, задачи и направления деятельности, как бы хорошо и правильно они ни были поставлены в стратегии, так и останутся просто бумагой, «мертвым капиталом». В анализируемом городе Решением Екатеринбургской городской Думы от 26 октября 2010 года № 67/30 «О внесении изменений в Решение Екатеринбургской городской Думы от 10 июня 2003 года № 40/6 «О Стратегическом плане Екатеринбурга» утверждена актуализированная версия Стратегического плана до 2020 года. С этим документом можно ознакомиться на сайте Администрации города.

Кроме того, на сайте размещены Долгосрчный прогноз социально-экономического развития до 2035, разработанный Институтом экономики УрО РАН по заказу Администрации города и Прогноз социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» на 2018 год и плановый период 2019–2020 годов.

Что касается Бюджетного прогноза муниципального образования на долгосрочный период, то в городе Екатеринбурге, этот документ не разработан. Однако, 30 октября 2018 года Екатеринбургская городская Дума решила формировать бюджетный прогноз муниципального образования «город Екатеринбург» на долгосрочный период начиная с 2019 года.

Базовыми принципами актуализации Стратегического плана являются сохранение стратегической цели развития города Екатеринбурга, соответствующей главному целевому ориентиру долгосрочного

социально-экономического развития Российской Федерации (устойчивое повышение благосостояния российских граждан), преемственность концептуальных основ стратегического планирования и структуры Стратегического плана, согласованность стратегических приоритетов социально-экономического и территориального развития.

Важно, что в ходе разработки Стратегии был реализован проект «100 мыслей о Екатеринбурге», который позволил собрать идеи горожан и представителей профессиональных сообществ о будущем города. В Стратегии отражены не только долгосрочные ориентиры, нашедшие свое отражение в стратегических направлениях и программах, но и обоснована необходимость усиления отдельных направлений развития экономики и социальной сферы города. Среди плюсов можно отметить следующее: отражён SWOT-анализ существующего положения дел, в рамках которого осуществляется та или иная программа и направление. Также, присутствие схем и графиков облегчало понимание информации.

Среди минусов-большого объёма документа, что объясняется наличием «общих» и «размытых» предложений. Читая, местами приходилось пропускать часть предложений и переходить непосредственно к конкретной информации.

Проведём сравнительный анализ стратегий социально-экономического развития Екатеринбурга со стратегией социально-экономического развития Перми.

Таблица 6

Критерий анализа: название документа	
Стратегия Екатеринбурга: Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года	Стратегия Перми: Стратегия социально-экономического развития муниципального образования город Пермь до 2030 года
Вывод по критерию анализа: Названия существенно различаются. Схожесть только в том, что указан период. На сайте Екатеринбурга объясняется, что Стратегический план является тождественным документу «Стратегия социально-экономического развития». По моему мнению, формулировка Стратегия социально-экономического развития наиболее подходящая, чем Стратегический план.	

Критерий анализа: срок утверждения и действия	
Екатеринбург: Утверждён 25 мая 2018 года до 2030 года	Пермь: Утверждён 22 апреля 2014 года до 2030 года
Вывод по критерию анализа: Можно отметить, что Екатеринбургская Стратегии более «свежая», чем Пермская. Как мне кажется, Стратегию города Перми нужно рассмотреть на предмет актуальности, так как с 2014 года многое могло поменяться.	

Критерий анализа: объем и структура документа	
Екатеринбург: Стратегический план развития Екатеринбурга до 2030 года состоит из 194 страниц, 5 разделов и 6 приложений.	Пермь: Стратегия социально-экономического развития муниципального образования город Пермь до 2030 года из 15 страниц и 4 пунктов.
Вывод по критерию анализа: Очевидно, что Стратегический план Екатеринбурга объёмнее, в нём отражается SWOT-анализ, направления, программы, проекты и т.д. Стратегия Перми имеет преимущественно табличную форму. Отражены направления и работа с ними и механизмы реализации Стратегии.	

Критерий анализа: стратегическая цель	
Екатеринбург: Обеспечение достаточного высокого и устойчиво повышающегося качества жизни нынешних и будущих поколений горожан	Пермь: повышение качества жизни населения на основе инновационного развития экономики города
Вывод по критерию анализа: В целом, по смыслу цели схожи. Однако, есть и различия. Стратегическая цель города Перми берёт за основу инновационное развитие экономики. В цели города Екатеринбург не говорится за счёт чего будет обеспечиваться высокое качество жизни. Важно, что в стратегической цели Екатеринбурга обращено внимание на будущее «повышение качества жизни будущих поколений». В цели же Перми об этом не упоминается.	

Критерий анализа: стратегические направления	
Екатеринбург: 1. Сохранение и развитие человеческого потенциала 2. Екатеринбург – межрегиональный инновационно ориентированный промышленно-финансовый центр 3. Развитие и модернизация жилищно-коммунального комплекса города 4. Развитие рынка товаров и услуг 5. Улучшение качества устойчивой городской мобильности 6. Формирование комфортной, экологически благополучной городской среды 7. Развитие гражданского общества и местного самоуправления	Пермь: 1. Социальная сфера 2. Общественная безопасность 3. Экономическое развитие 4. Развитие инфраструктуры 5. Пространственное развитие 6. Развитие системы муниципального управления
Вывод по критерию анализа: Очевидно, что направления Екатеринбурга более конкретны, а стратегические направления Перми более обобщённые. Кроме того, в стратегических направлениях Екатеринбурга затронута тема экологии, чего нет в стратегических направлениях Перми.	

Критерий анализа: механизмы реализации	
Екатеринбург: Стратегический план будет реализовываться с учетом положений действующего федерального и регионального законодательства: Указов Президента Российской Федерации, отраслевых стратегий Правительства Российской Федерации и Свердловской области, приоритетных проектов и программ, утвержденных президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам, Стратегии социально-экономического развития Уральского федерального округа, а также Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы и программы «Пятилетка развития Свердловской области» на 2017–2021 годы	Пермь: Основным механизмом реализации Стратегии является план мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития муниципального образования город Пермь.
Вывод по критерию анализа: Ясно, что механизмы реализации Стратегии отличаются у Перми и Екатеринбурга. Возможно, более правильно реализовывать Стратегию с учётом не только ОДНОГО плана, но и учитывать положения действующего федерального и регионального законодательства.	

Общий вывод

Таким образом, сравнив стратегию социально-экономического развития Екатеринбурга со

стратегией СЭР Перми, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, название документов отличаются, однако смысл не меняется. По моему мнению формулировка «Стратегия социально-экономического развития» более подходящая для данного документа. Отличается объем и структура документа. Если Стратегия Екатеринбурга более развёрнута, объемна, с рисунками и графиками, то Стратегия Перми имеет совсем небольшой объем, где отражены только главные мысли, оформленные в таблицы. Дата принятия обоих документов различается в 4 года. Стратегия Екатеринбурга принята совсем недавно, в 2018 году, что является очевидным плюсом. Что касается стратегических целей, то они не имеют явных отличий: обе Стратегии нацелены на повышении качества жизни людей. Я думаю, что стратегические направления города Екатеринбург сформулированы правильнее, чем направления Перми. Также направления Перми обозначены очень широко, их нужно конкретизировать.

Библиографический список

1. Белкина Т.Д. Стратегические планы городского развития и инструменты их реализации // Проблемы прогнозирования. 2010. № 3. С. 14.
2. Боссель Х. Показатели устойчивого развития: Теория, метод, практическое использование. Отчет, предоставленный на рассмотрение Балатонской группы / Пер. с англ. Тюмень: Изд-во ИПОС СО РАН, 2001. 123
3. Бочко В.С. Теоретико-методологические основы интегративного стратегического развития территорий. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Екатеринбург, 2010. 26 с.
4. Вендина О. Стратегии развития крупнейших городов России: поиск концептуальных решений // Городской альманах. 2006. Вып.2. С.8.
5. Ветлугин С.Ю. Международные рейтинги, влияющие на оценку инвестиционной привлекательности экономики // Проблемы современной экономики. 2005. № 1/2. С. 13-14.
6. Гранберг А.Г., Львов Д.С., Обозов С.А. Стратегическое управление: Регион, город, предприятие: Учебное пособие. М.: Экономика, 2004. С. 337.
7. Жихаревич Б.С. Десять лет городским стратегиям // Российское экспертное обозрение. 2006. № 2(16). С. 18-20.
8. Жихаревич Б.С., Яновский А.Э. Как оценить качество стратегического планирования: Практическое пособие: Территориальное стратегическое планирование. Т 2. СПб.: МЦСЭИ «Леонтьевский центр», 2002. 43 с.
9. Кокина-Славина Т.В., Кукина С.А. По секрету всему свету // Руководитель бюджетной организации. 2010. № 9. С. 11-12.
10. Официальный портал Екатеринбурга: [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80acgfbsl1azdqr.xn--p1ai/>

УДК 332.1

Штельцер М.С. Опыт построения логической матрицы для анализа организационной структуры санаторно-курортного комплекса Крыма The experience of building a logical framework for analyzing the organizational structure of sanatorium-resort complex of the Crimea

Штельцер Максим Сергеевич

Независимый исследователь
Индивидуальный предприниматель
г. Ялта
Shteltser M. S.
Independent researcher
Individual entrepreneur
Yalta

Аннотация. В статье рассматривается организационная структура крымского санаторного комплекса. Автором выделены основные факторы, определяющие функционирование комплекса, предложена логическая матрица для рассмотрения их возможных комбинаций и описания уже существующих. В результате анализа полученных вариантов автор приходит к выводам об использовании только трети их возможного разнообразия, использования природных лечебных факторов меньшинством (6%) санаторных учреждений и отсутствием учреждений в форме государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: Крым, санаторий, организационная структура, логическая матрица, факторы производства

Abstract. This article deals with the organizational structure of the Crimean sanatorium complex. The author identifies the main factors that determine the functioning of the complex, proposes a logical matrix to consider their possible combinations and descriptions of existing ones. As a result of the analysis of the obtained variants, the author comes to the conclusions about the use of only one third of their possible diversity, the use of natural healing factors by a minority (6%) of sanatorium institutions and the absence of institutions in the form of public-private partnership.

Keywords: Crimea, sanatorium, organizational structure, logical matrix, factors of production

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение.

Исторически сложившиеся концепции развития санаторно-курортного комплекса Крыма, современное его состояние и особенности вхождения в правовое поле Российской Федерации, определяют исходные позиции и цели его развития.

Логическая матрица как ключевой инструмент структурно-логического моделирования отражает взаимодействие основных факторов, определяющих существование и функционирование исследуемого объекта. [1,2]. Из всего спектра производственных факторов, влияющих на организационную структуру санаторно-курортного комплекса наиболее существенны:

1. форма собственности;
2. концепция здоровья как основание санаторной деятельности;
3. вид используемых лечебных факторов.

Проведенные исследования позволяют говорить о наличии в крымском санаторно-курортном комплексе учреждений как государственной, так и частной формы собственности. Динамика показателей наполняемости санаторных учреждений, за последние пять лет позволяет предположить превалирование коллективного подхода в предоставлении оздоровительных услуг. Порядка 92% учреждений санаторного комплекса указали в уведомлениях и медицинских лицензиях физиотерапию как один из видов осуществляемой медицинской деятельности, что свидетельствует о применении преимущественно преформированных лечебных факторов. Показатели деятельности учреждений санаторно-курортного комплекса демонстрирует снижение его экономической эффективности. Негативное влияние внешних факторов приводит к необходимости поиска внутренних резервов, одним из которых может быть изменение организационной структуры крымского санаторно-курортного комплекса [3].

Поиску и описанию потенциальных вариантов организационной структуры путем построения логической матрицы и посвящена эта статья.

Гипотеза: имеются неиспользуемые варианты организационной структуры санаторно-курортного комплекса, которые можно обнаружить при помощи логической матрицы.

Объект: крымский санаторно-курортный комплекс.

Предмет: организационная структура

Цель: построить логическую матрицу и определить варианты организационной структуры крымского санаторно-курортного комплекса

Задачи:

1. Рассмотреть основные факторы, влияющие на организационную структуру санаторно-курортного комплекса;
2. Построить логическую матрицу взаимодействия этих факторов;
3. Рассмотреть полученные варианты, и выявить неиспользуемые;

Методы: логический анализ с использованием деонтических и аксиологических оснований в качестве бинарных оппозиций логической матрицы, синтез.

Экспериментальная часть и результаты

Оценка ранее полученных результатов исследования структуры санаторно-курортного комплекса Крыма убедительно демонстрируют наличие двух форм собственности: государственной и частной [3]. Изучение же нормативно-правовой базы подтверждают возможность такого распределения [4].

Рассмотрение трактовок определения здоровья человека с различных точек зрения позволяет выделить две группы таковых: популяционные и индивидуальные. Лечебные факторы, используемые в санаторно-курортном деле можно разделить на природные (естественные) и преформированные (измененные или созданные человеком). Полученные таким образом бинарные оппозиции представим в виде логической матрицы – таблица 1 [5].

Таблица 1

		ФОРМА СОБСТВЕННОСТИ	
		«А» - ГОСУДАРСТВЕННАЯ	«В» – ЧАСТНАЯ
ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЗДОРОВЬЯ	«С» - МАССОВЫЙ / ПОПУЛЯЦИОННЫ Й	АС	ВС
	«Д» - ИНДИВИДУАЛЬНЫ Й	AD	BD

Полученные результаты позволяют несколько комбинаций:

1. «АС» - государственные учреждения, ориентированные на коллективное - массовое оздоровление.
2. «ВС» - частные учреждения, ориентированные на коллективное - массовое оздоровление.
3. «AD» - государственные учреждения, ориентированные на индивидуальное оздоровление.
4. «BD» - частные учреждения, ориентированные на индивидуальное оздоровление.

Имплементация полученных комбинаций в концепции использования природных или преформированных лечебных факторов – Е и F, и позволяют получить новые варианты. Здесь необходимо отметить, что подобные формы могут встречаться как в чистом виде, так могут быть и варианты, сочетающие в себе разные компоненты с доминированием того или иного из них. Например, в одном и том же учреждении санаторно-курортного комплекса могут быть представлены как коллективный подход к здоровью, так и индивидуальный или могут использоваться как природные рекреационные факторы, так и преформированные. Таким образом, логическая матрица несколько усложняется и принимает новый вид (таблица 2), где в смешанных формах заглавными буквами указаны превалирующие компоненты, прописными буквами указаны компоненты, представленные в меньшей степени, в случае же равной представленности оба компонента обозначим прописными буквами. Фактор, обозначающий «человеческий капитал» как носителя технологических компетенций - Н целесообразно учитывать при рассмотрении всех

комбинаций. Размеры уставного капитала не принимаются во внимание, т.к. их существенное превышение в государственных учреждениях не приводит к росту рентабельности, а длительное (успешное) существование частных санаторных учреждений с минимально возможным уставным капиталом, свидетельствует о том, что его размер не имеет решающего значения для цели данного исследования [3].

Таблица 2

		E	Ef (E>f)	ef (e=f)	eF (e<F)	F
1	AC	(AC)EH	(AC)(Ef)H	(AC)(ef)H	(AC)(eF)H	(AC)FH
2	A(Cd)	A(Cd)EH	A(Cd)(Ef)H	A(Cd)(ef)H	A(Cd)(eF)H	A(Cd)FH
3	A(cd)	A(cd)EH	A(cd)(Ef)H	A(cd)(ef)H	A(cd)(eF)H	A(cd)FH
4	A(cD)	A(cD)EH	A(cD)(Ef)H	A(cD)(ef)H	A(cD)(eF)H	A(cD)FH
5	AD	(AD)EH	(AD)(Ef)H	(AD)(ef)H	(AD)(eF)H	(AD)FH
6	(Ab)C	(Ab)CEH	(Ab)C(Ef)H	(Ab)C(eF)H	(Ab)C(eF)H	(Ab)CFH
7	(Ab)(Cd)	(Ab)(Cd)EH	(Ab)(Cd)(Ef)H	(Ab)(Cd)(ef)H	(Ab)(Cd)(eF)H	(Ab)(Cd)FH
8	(Ab)(cd)	(Ab)(cd)EH	(Ab)(cd)(Ef)H	(Ab)(cd)(ef)H	(Ab)(cd)(eF)H	(Ab)(cd)FH
9	(Ab)(cD)	(Ab)(cD)EH	(Ab)(cD)(Ef)H	(Ab)(cD)(ef)H	(Ab)(cD)(eF)H	(Ab)(cD)FH
10	(Ab)D	(Ab)DEH	(Ab)D(Ef)H	(Ab)D(eF)H	(Ab)D(eF)H	(Ab)DFH
11	(ab) C	(ab)CEH	(ab)C(Ef)H	(ab)C(eF)H	(ab)C(eF)H	(ab)CFH
12	(ab)(Cd)	(ab)(Cd)EH	(ab)(Cd)(Ef)H	(ab)(Cd)(ef)H	(ab)(Cd)(eF)H	(ab)(Cd)FH
13	(ab)(cd)	(ab)(cd)EH	(ab)(cd)(Ef)H	(ab)(cd)(ef)H	(ab)(cd)(eF)H	(ab)(cd)FH
14	(ab)(cD)	(ab)(cD)EH	(ab)(cD)(Ef)H	(ab)(cD)(ef)H	(ab)(cD)(eF)H	(ab)(cD)FH
15	(ab)D	(ab)DEH	(ab)D(Ef)H	(ab)D(eF)H	(ab)D(eF)H	(ab)DFH
16	(aB)C	(aB)CEH	(aB)C(Ef)H	(aB)C(eF)H	(aB)C(eF)H	(aB)CFH
17	(aB)(Cd)	(aB)(Cd)EH	(aB)(Cd)(Ef)H	(aB)(Cd)(ef)H	(aB)(Cd)(eF)H	(aB)(Cd)FH
18	(aB)(cd)	(aB)(cd)EH	(aB)(cd)(Ef)H	(aB)(cd)(ef)H	(aB)(cd)(eF)H	(aB)(cd)FH
19	(aB)(cD)	(aB)(cD)EH	(aB)(cD)(Ef)H	(aB)(cD)(ef)H	(aB)(cD)(eF)H	(aB)(cD)FH
20	(aB)D	(aB)DEH	(aB)D(Ef)H	(aB)D(eF)H	(aB)D(eF)H	(aB)DFH
21	BC	(BC)EH	(BC)(Ef)H	(BC)(ef)H	(BC)(eF)H	(BC)FH
22	B(Cd)	B(Cd)EH	B(Cd)(Ef)H	B(Cd)(ef)H	B(Cd)(eF)H	B(Cd)FH
23	B(cd)	B(cd)EH	B(cd)(Ef)H	B(cd)(ef)H	B(cd)(eF)H	B(cd)FH
24	B(cD)	B(cD)EH	B(cD)(Ef)H	B(cD)(ef)H	B(cD)(eF)H	B(cD)FH
25	BD	(BD)EH	(BD)(Ef)H	(BD)(ef)H	(BD)(eF)H	(BD)FH

Приложив полученную матрицу к статистическим данным о состоянии крымского санаторно-курортного комплекса [3,6,7,8,9] получаем 2 пары групп существующих организационных комбинаций – строки 2, 3, 4 и 22, 23, 24. При рассмотрении этих групп становится очевидным:

1. используется 30 комбинаций из 125 возможных – 24%;
2. отсутствуют комбинации, сочетающие государственную и частную формы собственности;
3. отсутствуют комбинации, ориентированные исключительно на коллективное или индивидуальное оздоровление;

Заключение

В результате построения логической матрицы, анализа полученных комбинаций производственных факторов и сопоставления со статистическими данными о состоянии крымского санаторно-курортного комплекса становится очевидным наличие неиспользуемых 95 (76%) потенциально возможных комбинаций производственных факторов, включающих организационные формы с государственно-частным партнерством, а также индивидуальный или коллективный подход к оздоровлению.

Библиографический список

1. Штельцер М.С., Карташевская И.Ф. Структурно-логическое и кластерное моделирование в сфере туризма//Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2016. Т. 2(68). № 1. С. 297-301.;
2. Бочаров В.А., Маркин В.И. Симогистические теории. – М.: Прогресс-Традиция, 2010. – 336 с.;
3. Штельцер М.С. Санаторно-курортный комплекс Крыма в графиках и трендах (2012-2016)//Экономические исследования и разработки. 2018. № 9. С. 53-74.;
4. Гражданский кодекс Российской Федерации [URL:<http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/paragraph/521837163:1> (дата обращения 05.04.2019)];
5. Штельцер М.С. Формирование структурно-логической модели санаторно-курортного комплекса Крыма//В сборнике: Менеджмент предпринимательской деятельности. Материалы XVI международной научно-практической конференции преподавателей, докторантов, аспирантов и студентов. 2018. С. 429-431.;
6. Туристична діяльність в Україні у 2013 році, Статистичний бюлетень/ Державна служба статистики України. Киев.-2014р. – 272с.;
7. Туризм и туристские ресурсы Республики Крым за 2016 год, сборник / Крымстат.-г. Симферополь, 2017. - 150с.;
8. Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения. [URL:<http://www.roszdravnadzor.ru/services/Krim> (дата обращения 24.04.2017)];
9. Министерство здравоохранения республики Крым [URL:<https://mzdrav.rk.gov.ru/ru/structure/134> (дата обращения 04.04.2018.)];

Рекреация и туризм

УДК 33.338

Бородай В.А., Шевченко Е.М. Кастомизация взаимодействия в
туриндустрии

Customization of interaction in the tourism industry

Бородай Владимир Александрович,

д.с.н., профессор

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственный технический университет (ДГТУ)

Шевченко Елена Михайловна

к.г.н., доцент

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственный технический университет (ДГТУ)

Boroday Vladimir Alexandrovich,

Doctor of Sociology, Professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

Shevchenko Elena Mikhailovna

Ph.D., Associate Professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

Аннотация. В статье рассматривается тенденция цифровизации в туриндустрии, которая приводит к структурным изменениям в логистике продвижения туров. Показано, что российский рынок туристских услуг начинает адаптироваться к технологиям онлайн-сервисов. Делается вывод о том, что преимуществом на рынке туристских услуг будут обладать компании, предлагающие максимально кастомизированный процесс взаимодействия с путешественником.

Ключевые слова: Цифровизация, онлайн-сервис, электронные продажи, адаптация, гостиничный бизнес, коммуникация, туроператор.

Abstract. The article discusses the trend of digitalization in the tourism industry, which leads to structural changes in the logistics of tour promotion. It is shown that the Russian market of tourist services is beginning to adapt to the technologies of online services. It is concluded that companies that offer the most customized process of interaction with the traveler will have an advantage in the market of tourist services.

Keywords: Digitalization, online service, electronic sales, adaptation, hotel business, communication, tour operator.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Средний российский путешественник пока еще дает туроператорам, закрывающим глаза на прогресс цифровизации, надежду на несколько лет процветания. По данным глобального опроса компании Travelport, 51% отдыхающих все еще предпочитают покупать туры у специализирующихся на этом виде услуг компаний вне зависимости от удобства их цифровой платформы. Однако мировая тенденция цифровизации трэвел-сферы свидетельствует о скором и глобальном изменении на этом рынке [1].

Начнем аналитические рассуждения с рассмотрения потребностей путешественника.

В Европе услугами туроператоров, совершая визиты в физические офисы компаний, пользуется не больше трети путешественников. Остальные планируют поездку самостоятельно с помощью онлайн-сервисов. В России рынок развивается с учетом мировых трендов, поэтому похожая ситуация не заставит себя ждать [2]. Онлайн продажи вырастут, причем в двух плоскостях – самостоятельного составления тура с помощью покупки в интернете отдельно билетов и отелей, а также покупки уже «собранных» поездок у туроператоров онлайн. Электронные продажи заменят собой офлайн-агентства, часть которых закроется, а другая переориентируется на цифровую среду.

По информации сайта Booking.com, треть туристов по всему миру предпочитают, чтобы искусственный интеллект планировал путешествие за них, принимая во внимание их предыдущие поисковые запросы, способы и суммы оплаты и другие предпочтения. Половина опрошенных не придает значение тому, кто обсуждает с ними поездку – чат-бот или живой человек, если пожелания учитываются в полной мере. Мотивация совершить бронирование также повышается, если предложенные искусственным интеллектом варианты соответствуют пожеланиям путешественника, о чем заявила половина респондентов [3].

Гостиницы так же заинтересованы как можно скорее предложить потенциальным клиентам диджитал-обслуживание, начиная с этапа выбора номера и заканчивая оплатой проживания на сайте или через специальное приложение. Сейчас тестируется ряд таких технологий. Одна из них – Hilton Honors – позволяет пользователям заказывать услуги отеля с помощью приложения и адаптировать пребывание на отдыхе под свои желания. Эту информацию гостиничный бизнес использует для автоматической разработки индивидуального плана для каждого гостя при последующих визитах.

На самом деле, решение находится на поверхности. Что остается предпринять игрокам рынка туристских услуг, чтобы привлечь клиентов, и так избалованных дигитальной средой? Судя по известной статистике, сильно способствует лояльности покупателей омниканальность [4]. По информации национального агентства финансовых исследований (НАФИ), большая часть пользователей, искавших туристские услуги с мобильных устройств, для бронирования использует другое устройство: авиабилеты – 51%, гостиницы – 41%, ж/д-билеты – 24%. Путь пользователя выглядит при этом следующим образом: идея поехать в путешествие застигает потенциального туриста «на бегу», когда под рукой только смартфон. Поверхностный серфинг в интернете предоставляет возможные варианты поездки, но, чтобы забронировать и оплатить тур, необходима более спокойная обстановка, кредитная карта под рукой и возможность посоветоваться с возможными попутчиками. Поэтому завершается бронирование уже дома с помощью персонального компьютера. В этом

случае пользователю важно, чтобы все найденные варианты не пришлось искать в браузере повторно и заново логиниться на сайтах поиска отелей и авиабилетов. Компания, которая обеспечила «бесшовный» переход с устройства на устройство – априори выигрывает у конкурентов борьбу за клиента [5].

Тенденция диджитализации трэвел-услуг заставляет игроков рынка приспосабливаться к новым реалиям. Так, правило mobile first предлагает при разработке сервисов бронирования ориентироваться уже не на версии для десктопов и планшетов, а на приложения для смартфонов. Уже статистика НАФИ за прошлый год свидетельствует, что произошел существенный рост запросов путешественников с мобильных устройств. Так, услуги карпулинга искали со смартфонов на 62% чаще, чем в 2016 году, туры – на 65% чаще, ж/д и авиабилеты – почти на 50% чаще. Всего доля запросов с мобильных устройств увеличилась до 40%. Около половины пользователей, осуществляющих поиски с мобильного телефона или планшета, совершают бронирование с этого устройства. Чтобы использовать эту тенденцию, необходимо обеспечить пользователю удобство не только искать, но и оплачивать услуги со смартфона [6].

Про адаптивность сайтов в этом контексте речь уже не идет – компании усвоили правило, которое гласит, что сайт должен одинаково отражаться на всех типах устройств. А вот адаптация платежной страницы под фирменный стиль сайта – тема, которая еще на стадии внедрения. Сейчас платежные страницы выглядят иначе, чем сайт, с которого идет платежный запрос. Это непонятно многим пользователям, в том числе, людям в возрасте, которые только начинают постигать азы цифровой грамотности, но уже активно бронируют туры через интернет. Кроме того, платежная страница – та часть сервиса, которая редко оказывается адаптивной, поэтому на экране смартфона часто выглядит нечитаемой. Решение этой проблемы в теории может дать игрокам рынка новый клиентский потенциал [7].

По оценкам специалистов, – блокчейн добрался до туризма. Компании, связанные с туризмом под воздействием новых трендов так или иначе пытаются собирать сведения о транзакциях своих клиентов, чтобы персонализировать рекламные предложения [8]. Логично, что внимание авиакомпаний, агрегаторов отелей и других туристских услуг привлекла технология блокчейн. Потенциально она способна полностью поменять сферу туристских услуг – запрос от путешественников на надежность при планировании поездок будет удовлетворен как раз с помощью блокчейна. Данные о покупке билетов, бронировании номеров в гостиницах и работе программ лояльности будут существовать в одном цифровом пространстве и помогут всем сторонам, задействованным в предоставлении услуг в рамках одной поездки, ориентироваться на фактические сведения о клиентах и предугадывать их желания.

Из игроков рынка, связанных с туризмом, наиболее гибкими оказываются авиакомпании. Они первыми видят выгоды внедрения инноваций в бизнесе. В первую очередь, платежных инноваций. Например, авиакомпания Lufthansa уже настроена на использование блокчейна в своей работе. Ее представители высказались на тему того, что информация о маршрутах путешественников и бронировании билетов поможет лучше выстроить маркетинговую политику. В прошлом году Lufthansa начала сотрудничество

с блокчейн-стартапом Winding Tree для внедрения и исследования эффективности децентрализованных приложений для самостоятельных путешествий.

Еще один ее проект Aviation Blockchain Challenge, который реализуется вместе с САП.

Организаторы конкурса уверены, что он поможет выявить скрытые пока возможности блокчейн-технологий и способы их применения в авиаиндустрии.

Пример авиакомпаний постепенно перенимают и другие заинтересованные в привлечении клиентов-путешественников игроки. Вероятнее всего, технология блокчейн получит широкое повсеместное распространение уже в ближайшее время [9].

Несколько слов о цифровом будущем туруслуг. Принимая во внимание новые тенденции, игроки рынка продажи туристских услуг планируют на 2019 год бороться за клиента в цифровом пространстве. Это не их выбор, а следствие глобальной дигитализации, которая ставит вопрос ребром: «Либо компании адаптируются, либо покинут рынок». Путь адаптации сейчас два. Первый доступен только для крупных туроператоров, которые могут сосредоточить в своих руках в качестве активов отели или авиакомпании, чтобы конкурировать, снижая собственные издержки. Второй менее масштабен. Он означает переход в онлайн и интеграцию в глобальные каналы продаж. В этом случае очевидное преимущество в том, что снижается зависимость поставщиков туристских услуг от партнеров, поскольку в формате онлайн они могут напрямую брать деньги со своих покупателей, не делясь прибылью ни с кем [10].

Уже ясно, что в следующем году продолжится вытеснение компаний старого типа метапоисковиками, которые пользуются моментом перемен и внедряют новые технологии, чтобы быть с клиентом со старта планирования путешествия до момента оплаты отелей и билетов [11]. Таким образом, они становятся не просто источником информации, а целым e-commerce бизнесом.

Имея в рукаве этот козырь, они должны лишь обеспечить соответствие уровня сервиса потребностям пользователей, а именно – проработать возможность бесшовной смены устройств для покупателя, адаптировать платежную систему и упростить пользование ею даже для неискушенной аудитории, а также использовать информацию о транзакциях пользователей, чтобы делать всю работу по конструированию туров за них.

Если сегодня сложно предсказать скорость повсеместной цифровизации рынка в России и за ее пределами, то один факт очевиден – большинство туроператоров, работающих в системе офлайн-офисов, попадают в группу риска и, возможно, в ближайшем будущем прекратят свою работу. Тысячи агентств уже закрываются ежегодно, но клиенты этого, по большей части, не замечают, поскольку им предлагается более удобная альтернатива [12].

Преимуществом на рынке туристских услуг будут обладать компании, предлагающие максимально кастомизированный процесс взаимодействия с путешественником. Только так сохранится лояльность покупателей и прибыль бизнеса, приумножится конверсия и повысится уровень безопасности.

Библиографический список

1. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.
2. Бородай В.А. Рыночные императивы потребительского поведения в XXI веке // В сборнике: **ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ** Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 214-224.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.
5. Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Дивергентное мышление в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 9 (103). С. 31.
6. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.
7. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.
8. Бородай В.А. Социально-экономическое развитие туристских территорий – институциональные аспекты // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 2012. С. 11-15.
9. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.
10. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.
11. Минасян Л.А., Бородай В.А. Паллиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.
12. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.

УДК 33.338

Хайруллин И.Р., Подгорцева Е.Э. Альтернативы снижения рисков сезонности в туристском бизнесе

Alternatives to reduce the risk of seasonality in the tourism business

Хайруллин Ильяс Рифатович

Бакалавр, 4 курс

Стерлитамакский филиал «Башкирский государственный университет», г.Стерлитамак

Подгорцева Екатерина Эдуардовна

Кандидат экономических наук

Стерлитамакский филиал «Башкирский государственный университет», г.Стерлитамак

Khairullin Ilyas Rifatovich

Bachelor, 4 year

Sterlitamak branch "Bashkir State University", Sterlitamak

Podgortseva Ekaterina Eduardovna

Candidate of Economic Sciences

Sterlitamak branch "Bashkir State University", Sterlitamak

Аннотация. В статье рассматривается проблема стабильности работы туристского бизнеса в течении года. Показано, что внутри года есть разные такты цикла – спрос на турпродукты то резко увеличивается, то также резко проседает. Делается вывод о том, что сезонность в турбизнесе – тенденция закономерная, которую можно нивелировать с помощью модели управления спросом.

Ключевые слова: Спрос, турбизнес, сезонность, эффективность, коммуникации, маркетинг, стабильность

Abstract. The article deals with the problem of the stability of the tourist business during the year. It is shown that within the year there are different cycle cycles - the demand for tourist products either increases dramatically or sags sharply. It is concluded that the seasonality in the tourist industry is a regular tendency, which can be leveled using the demand management model.

Keywords: Demand, tourist industry, seasonality, efficiency, communications, marketing, stability

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В турбизнесе многие игроки привыкли к тому, что есть отдельные месяцы, когда агентства зарабатывают, а есть месяцы, когда менеджеры и директора буквально гипнотизируют календарь, ожидая прихода сезона и обращений. Действительно ли это нормально? И под силу ли обычному агентству изменить статус-кво. Продажа туров - сезонный бизнес со всеми вытекающими последствиями [1].

Внутри года есть месяцы, когда «турист идёт сам», и у менеджеров появляется много работы, - голова перегружена от бесконечных обращений, подборок и броней, а есть месяцы «затишья», когда «продавцы

отдыха» в унынии, стирают пальцы об Insta-ленту, откармливают коров на виртуальных фермах и обсуждают очередной ролик, просмотренный в Интернет пространстве.

В зависимости от региональных особенностей, исторически сложившихся предпочтений клиентской базы и раскладки по турпродукту конкретного агентства, названия месяцев будут разными, но, в среднем, сезон обычно приходится на апрель-август, а не сезонный период – сентябрь-март [2].

Замечено, что обычно разница между продажами в сезон и в межсезонье крутится вокруг коэффициента ~ x4: 300 тысяч комиссии в феврале, 1.200.000 в июле; 500.000 в январе, 1.850.000 в июне и т. д.

Принято считать, что главная проблема с сезонностью в турбизнесе – в денежных средствах. Но по фактическим данным, подавляющее большинство турагентств научились с этим справляться. Во многих компаниях, если все нормально с финансовой дисциплиной, нет заемных денег или других обязательств, можно спокойно выравнять баланс по году.

Сама по себе, разница в деньгах по причине сезонности, чем-то неожиданным, не является. Все сезонные бизнесы потому и сезонные, что у них внутри года есть разные такты цикла – спрос то резко увеличивается, то также резко проседает [3].

Владельцы таких бизнесов отлично понимают, когда будут пики и спады, и заранее к ним готовят инфраструктуру.

Конечно же, с турами все не так просто. Вот специфика, которая может все поломать:

Во-первых, менеджерам турагентств очень сложно входить в сезон после зимнего периода (чисто психологически). Цветы/пиво продают себя сами, а туры продает человек – чтобы клиенты у него покупали, он должен быть в ресурсном состоянии.

Во-вторых, нельзя вот так просто взять и «быстренько донанять ресурсных турменеджеров», когда они нужны. Продажа тура – это продажа сложного продукта с огромным количеством нюансов, и неопытный новичок просто может пропустить необходимые обращения [4].

В-третьих, про деньги тоже нельзя забывать: у цветочного магазина или пивного дистрибутора запас маржинальности плавает в пределах 30–300%. Естественно, им легко делать подушки безопасности.

У турагентства маржинальность – 8-9%. Шаг вправо, шаг влево – кассовый разрыв.

Выходит, сезонность в турбизнесе – это норма? Расслабиться и получать удовольствие, следя за финансовой дисциплиной? На самом деле это не так. Но обо всём по порядку:

Ключевая проблема – загрузка менеджеров. Менеджеры обычного агентства пребывают в неоднородном состоянии в течение года: «адовое» лето (с сотнями подборов) сменяется «скучной» осенью-зимой (с редкими обращениями). Менеджеры, закономерно, расслабляются.

Когда весной агентство заходит в сезон, часть денег теряется, потому что команда никак не может «раскачаться». Если вы в бизнесе не первый год, уверены, знаете, о чём мы говорим.

Конечно, директор обычного агентства понимает, что сезон будет, и что в какой-то момент туристы поедут. Он пытается «подготовиться»...но, как показывает практика, вся эта «подготовка» сводится к тому, что он несколько раз на планёрке говорит: «скоро туристы придут, готовьтесь».

Печально что, всё это никак никого ни к чему не готовит...всё ещё хуже: это заставляет менеджеров думать о том, что они никак сами на продажи турагентства не влияют – что их главная задача – сидеть и ждать, когда туристы «надумают и придут».

В результате, зависимость от сезонности становится лишь сильнее [5].

Что делают обычные агентства:

1. Если в межсезонье менеджерам скучно из-за малого количества обращений, агентства могут планировать после сезона проводить кадровую чистку, а перед началом сезона просто набирать новых. Несмотря на то, что некоторые агентства умеют быстро делать из новичков нормальных менеджеров, идея регулярно наполнять рынок своего города менеджерами, которые работали с клиентской базой агентства плохая, – клиенты будут утекать в другие турагентства вслед за менеджерами [6].

Обычное же турагентство может учить новичка месяцами, и так и не преуспеть.

2. Худшее, что агентство может сделать при работе с менеджерами – платить им много за отсутствие продаж. Да, недостаток обращений – это в первую очередь проблема директора, и лишь во вторую – менеджера; и, вроде как, директор должен брать этот риск на себя. Но вот к чему в итоге всё это приведёт: менеджер привыкнет к такой пассивной позиции, и когда обращения пойдут, попросит прибавки, или просто не будет сильно стараться.

3. Как вариант можно рассматривать временное снижение зарплаты. Все же взрослые люди и всё понимают: в сезон – все вместе зарабатывают, в межсезонье – переживают. Статистически, это – самый проигрышный вариант [7]. И проблема «раскачки» никак не решается, и ещё букет негативных последствий от снижения заработной платы добавляется (менеджеры уходят туда, где денег больше; ими становится сложнее управлять; командный дух и авторитет директора падают...). Из-за того, что директор не может обеспечить стабильный поток обращений течение всего года, к проблеме равномерного поступления денежных средств добавляются проблемы с командой.

Если топ-менеджмент не может решить проблему за счёт изменения инфраструктуры агентства, логично как-то разобраться с самим спросом на туры [8].

И всё же, остаётся ещё и проблема с деньгами. Собственники агентств не обременены никакими обязательствами: все их затраты - переменные и моментально перестраиваются под сезонность, а прибыль прекрасно аккумулируется, никогда никуда не пропадает и без проблем размазывается по затратам внутри года...много или мало денег турагентство принесло - вообще не важно.

Но в реальности всё иначе: собственнику крупного турагентства нужно кормить толпу менеджеров, платить за аренду-Интернет-CRM-и-прочие-нужные-атрибуты бизнеса; а у собственников небольших агентств есть бытовые обязательства (за пределами бизнеса), которые требуют денег.

И вот тут сезонность встаёт костью в горле: даже если топ-менеджерами все много раз правильно посчитано и отложено «на чёрный день», обязательно что-то пойдёт не так. В результате: в лучшем случае – не такое прибыльное агентство; в худшем – кассовые разрывы, не вылеты туристов и прочие проблемы.

Да, практика показывает, что тургентство может работать по принципу «фомирования подушки безопасности», но риски никуда не деваются.

Можно рассматривать модель бизнеса стабильным. Рассмотрим один из вариантов стабильности бизнеса – «Модель Управления Спросом».

Основу модели составляет следующий смысл: пока турагентство позволяет своим туристам самим решать, «когда думать об отдыхе / в какой момент обращаться за туром», оно стабильно им недопродает.

Стоит напористому менеджеру мельком показать туристу «альтернативный путь», и он легко на него встаёт [9]. Многие агенты, единожды отправив туриста на отдых, начинают считать его «своим». Но при этом ничего не делают, для того, чтобы турист на самом деле принадлежал им. Просто ждут, когда он вновь придёт к ним за следующим туром.

Сделать туриста по-настоящему «своим», взять под контроль то, когда и сколько туров он покупает у турагентства, не дать напористым конкурентам его увести, можно только когда компания постоянно с ним коммуницирует: звонит, чтобы узнать о том, когда у него в этом году отпуск, шлет ему рассылки о том, какие есть возможности «отдохнуть выгодно и интересно» и т. д. [10].

Агентства, которые перестали ждать, когда их туристы сами осознают, что они «устали и им пора ехать отдыхать», и начали сами инициировать общение, достигли следующих результатов.

Во-первых, – туристы меньше уходят в другие агентства, потому что менеджер всегда знает, когда у них запланирован отдых, и всегда начинает с ними заранее его прорабатывать.

Во-вторых, – туристы внезапно начинают ездить чаще (в среднем по базе, в среднем по году), потому что агентство постоянно показывает им новые возможности и контексты для путешествий.

В-третьих, – туристы чаще рекомендуют агентство своему окружению, потому что оно всегда с ними на связи и всегда даёт что-то полезное и интересное [11].

Менеджера больше не воспринимают, как «прямолинейного» продавца туров, с которым общаются только когда тур надо купить. Его воспринимают, как эксперта, который лучше других знает, почему-когда-куда надо ехать...и его советуют своим друзьям и знакомым.

Этот сдвиг парадигмы полностью меняет правила игры: агентство начинает влиять на то, когда его туристы едут отдыхать. Пока его ненавязчивые конкуренты ждут обращений от клиентов, агентство, управляющее спросом, продаёт. Раннее бронирование на лето – в декабре, январе и феврале. Отдых на майские – в марте, сезонные туры – с апреля по август, осеннюю экзотику, экскурсионку и новогодние вояжи – осенью и зимой. Когда компания управляет спросом своих туристов, у нее сезон круглый год. И это не теория. Уже есть многочисленные практики агентств, которые работают именно так.

Существую явно выраженные преимущества Модели Управления Спросом:

1. Нет такой ярко выраженной сезонности. Обратим внимание на графики сезонности двух разных агентств (рисунок 1 и рисунок 2):

На первом рисунке видно как турагентство работает по Модели Управления Спросом. На втором рисунке – компания работает в стандартном режиме «пассивного ожидания заявок». Продажи первого ровно размазаны по году, у него большая глубина продаж, больше покупок на туриста в базе и конверсия выше (во-первых, потому что менеджерам больше доверяют; во-вторых, потому что у них больше времени для качественной отработки с клиентами).

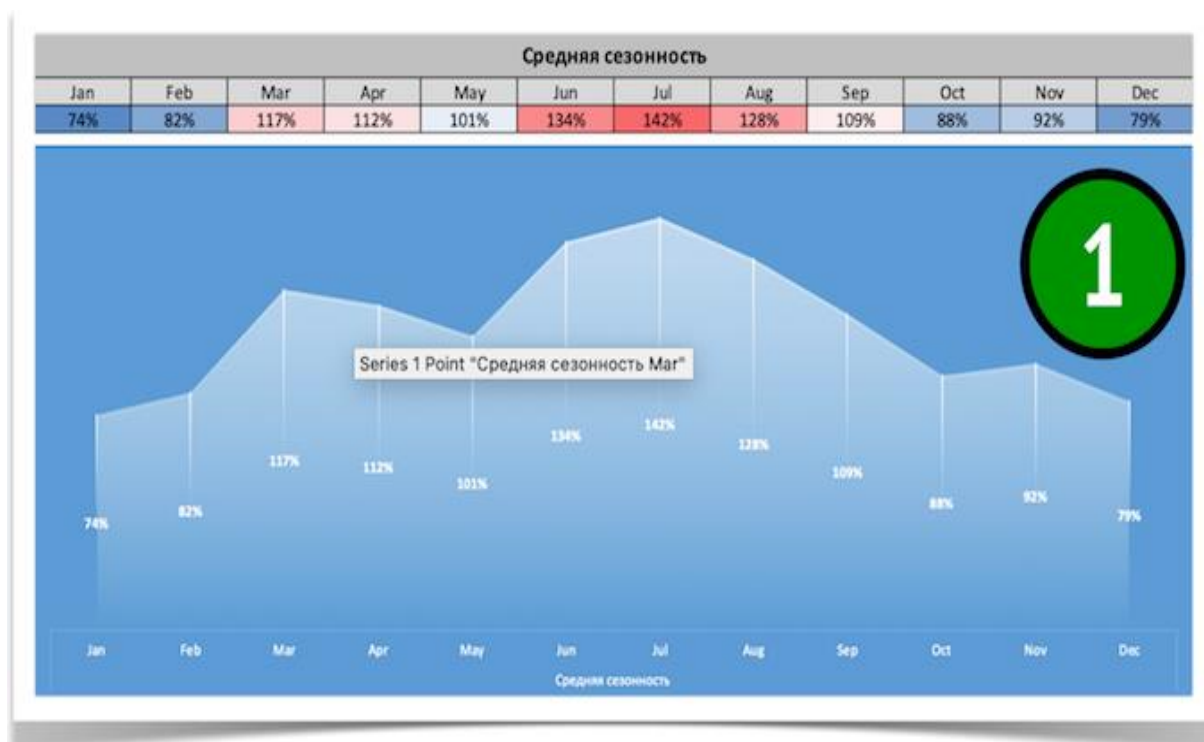


Рисунок 1. График сезонности компании по Модели Управления Спросом

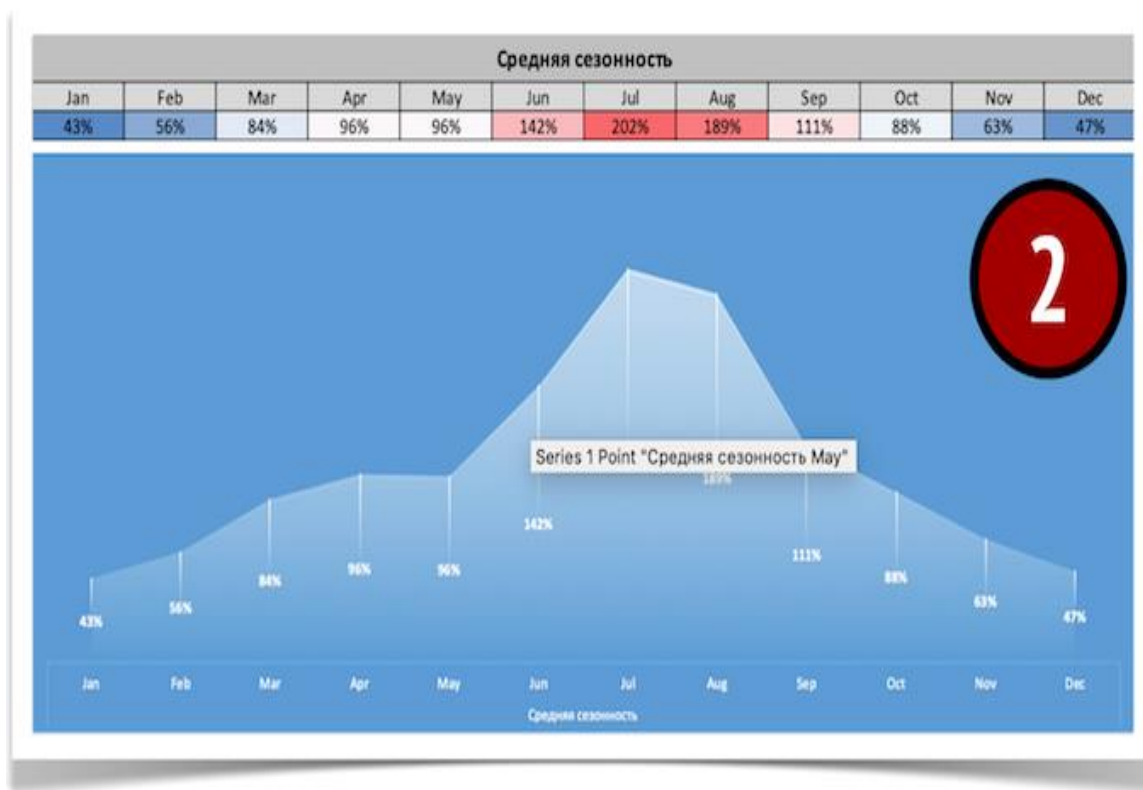


Рисунок 2. График сезонности компании в пассивном режиме

2. Менеджеры всегда загружены. Управляя спросом туристов, агентство распределяет нагрузку равномерно по всему году, поэтому его менеджерам всегда есть, чем заняться – они постоянно «в тонусе», а ещё, у всех всегда есть деньги – и у турагентств и у менеджеров.

3. Клиенты не уходят в другие турагентства. Обучая туристов покупать заранее, компания сама создает спрос и продаёт ещё до того момента, как туристы сами решили обратиться в агентство [12]. Вопрос «в какое турагентство пойти?» в такой ситуации просто не возникает.

4. Увеличивается частота покупок (клиенты ездят чаще). Честно говоря, многие специалисты сами до сих пор не понимают, как это работает. Если спросить у обычного турагента, от чего зависит количество путешествий туриста за год, он скажет вам: «от того, сколько у него есть денег и свободного времени»...и мы с этим согласны.

Но статистика турагентств, внедривших Модель Управления Спросом, упряма: она показывает, что клиенты ездят чаще. Конечно, это не означает, что клиент, который раньше ездил 1,5 раза за 2 года, начинает ездить 3 раза в год. Но в среднем по базе количество продаж на одного клиента увеличивается почти в два раза. Не знаем, где они время и деньги находят, главное: агентство зарабатывает больше, а его конкуренты никак не могут понять, откуда у него столько заявок.

5. В итоге, агентство зарабатывает больше денег. Связка из 3-х ключевых результатов (туристы не уходят в другие ТА, сами покупают чаще и чаще рекомендуют агентство своему окружению) дала следующую картину: турагентства начали зарабатывать больше.

Таким образом, все это не требует каких-то сверхусилий: регулярные коммуникации с туристами (например, 3–4 звонка в год каждому) плюс рассылки по электронной почте и в социальных сетях.

Резюмируя аналитические рассуждения, отметим, что сезонность в турбизнесе – общепринятый статус-кво. На самом деле «сезонность» – не более чем сложившийся стереотип, который легко преодолеть, а заодно прибавить в деньгах [13]. Следует учить своих клиентов покупать тогда, когда это необходимо турагентству, а не тогда, когда туристы надумают.

Библиографический список

1. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.
2. Бородай В.А. Социально-экономическое развитие туристских территорий – институциональные аспекты // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 2012. С. 11-15.
3. Минасян Л.А., Дудкина О.В., Бородай В.А. Нарративные процедуры новой системы мотивации // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 3 (109). С. 15.
4. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.
5. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
6. Молчанова О.С., Бородай В.А. Ребрендинг сервисной компании как выход на новый качественный уровень развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 102-110.
7. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.
8. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
9. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.

10. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах.- М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
11. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.
12. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
13. Экономика предприятия (организации): учебно-методическое пособие / Бородай В.А., Галенко Е.В., Дегтева Л.В., Димитриева Е.Н., Дугин А.Н. и др. -Нижний Новгород: издательство «Профессиональная наука», 2018. -501с.

Статистика

УДК 311.3

Вологдин Е.В. Оценка состояния животноводства в Алтайском крае в период 2000 – 2017гг. (статистический аспект)

Assessment of the state of livestock in the Altai Territory against the background of Russia and the Siberian Federal District in the period 2000-2017. (statistical aspect)

Вологдин Е. В.

доцент, к.э.н.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Россия, г. Барнаул

Vologdin E. V.

assistant professor, Candidate of Economic Sciences

Altai State University, Russia, Barnaul

Аннотация. В статье представлен анализ животноводства в Алтайском крае в период 2000 – 2017 г.г. В этой связи были исследованы основные статистические показатели, характеризующие состояние, наличие и движение наиболее важных видов поголовья скота, определенные Росстатом, основных видов продукции животноводства Алтайского края по принятым разрезам разработки как на фоне Сибирского федерального округа, так и России, приводится соответствующий сравнительный анализ с применением отдельных статистических методов. По ряду показателей автор приводит ранжирование субъектов федерации.

Ключевые слова: животноводство, Алтайский край, поголовье коров, средний надой молока, рост производства, темп роста производства животноводства, субъект СФО.

Abstract. The article presents an analysis of animal husbandry in the Altai Territory in the period 2000 - 2017. In this regard, the main statistical indicators characterizing the state, availability and movement of the most important livestock types identified by Rosstat, the main types of animal products of the Altai Territory according to the accepted development sections both on the background of the Siberian Federal District and Russia were investigated. using separate statistical methods. For a number of indicators, the author lists the ranking of the subjects of the federation.

Keywords: животноводство, Алтайский край, поголовье коров, средний надой молока, рост производства, темп роста производства животноводства, субъект СФО.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

О роли животноводства в общественном производстве и отдельно взятого человека всегда говорится много. Автор при написании статьи не ставил перед собой цели в очередной раз говорить о том, что «животноводство является важнейшей отраслью сельского хозяйства, в которой не только производятся необходимые продукты питания..., но и потребляются получаемые в растениеводстве кормовые продукты» [4] и бессмысленно спорить с тем, что неуклонное развитие животноводства зависит «от ускорения научно-

технического прогресса, интенсивного внедрения достижений науки и техники, передового опыта, постоянного совершенствования методов организации производства, труда, управления, производственных отношений, т.е. всей системы ведения животноводческих отраслей» [3].

Животноводство - структурообразующая и социально значимая подотрасль сельского хозяйства Алтайского края, оказывающая решающее влияние на продовольственное обеспечение региона. Алтайский край является одним из ведущих животноводческих регионов России. Природно-климатические условия, наличие земельных ресурсов позволяют заниматься животноводством во всех районах края.

В подотрасли насчитывается более 800 сельхозпредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств, в которых трудится свыше 120 тыс. чел., значительное число личных подсобных хозяйств населения [2].

В целях реализации на территории Алтайского края Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 года N 717, в Алтайском крае была принята соответствующая Программа, согласно которой на развитие подотрасли животноводство в период 2013 – 2020г.г. выделяется чуть более 12 млрд. руб., из них из Федерального бюджета - более 10 млрд. [1].

Основными показателями, характеризующими животноводство, являются поголовье крупного рогатого скота (с отдельным выделением коров), свиней, овец и коз, птицы; продуктивность скота и птицы (надой молока на одну корову, средняя яйценоскость одной курицы – несушки и т.д.); ресурсы и использование мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов и ряд других.

Поголовье КРС и коров в его составе по России, СФО и его регионам представлены ниже (таб. 1 и 2) [5,6,7].

Таблица 1

Поголовье крупного рогатого скота (КРС) (на конец года, млн. голов)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
РФ	57,0	39,7	27,5	21,6	20,0	19,0	18,8	18,7
СФО	10,6	7,8	5,4	4,3	4,2	4,1	4,1	4,1
Республика Алтай	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3
Республика Бурятия	0,6	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Республика Тыва	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Республика Хакасия	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Алтайский край	2,0	1,6	1,1	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Забайкальский край	-	-	-	-	0,4	0,5	0,5	0,5
Красноярский край	1,3	0,9	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
Иркутская область	0,8	0,6	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Кемеровская область	0,8	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Новосибирская область	1,6	1,3	0,9	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5
Омская область	1,7	1,2	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
Томская область	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Читинская область	0,8	0,6	0,4	0,4	-	-	-	-

Таблица 2

Поголовье коров (на конец года, тыс. голов)

	1990	2000	2010	2015	2016	2017
РФ, млн. голов	20,5	13,1	8,7	8,1	8,0	8,2
СФО	3774,4	2500,0	1766,6	1637,6	1612,0	1613,5
Республика Алтай	74,5	55,7	87,6	111,6	115,6	119,9
Республика Бурятия	184,9	141,9	142,8	146,5	143,8	142,7
Республика Тыва	73,9	49,2	61,1	69,8	69,2	71,2
Республика Хакассия	90,7	63,6	68,0	74,2	74,3	74,4
Алтайский край	737,0	498,7	367,0	300,9	299,2	297,9
Забайкальский край	-	-	173,5	184,4	180,1	179,5
Красноярский край	471,7	315,6	163,6	147,6	141,9	143,1
Иркутская область	287,6	205,4	133,2	129,5	136,2	134,7
Кемеровская область	309,1	182,3	96,1	78,7	77,0	71,2
Новосибирская область	588,5	385,1	218,2	187,8	185,1	189,8
Омская область	570,0	353,4	213,1	171,6	155,4	155,4
Томская область	131,7	84,7	42,3	35,0	34,2	33,7
Читинская область	254,8	195,7	-	-	-	-

Из таблиц видно, что поголовье КРС и по РФ, и по СФО с 1990 г. резко снизилось: по РФ – в 3 раза, по СФО – в 2,6 раза, в Алтайском крае – в 2,5 раза, Красноярском крае, Новосибирской области – более, чем в 3 раза, Кемеровской области – в 4 раза. Относительно стабильно по данному показателю ситуация выглядит в республиках Алтай, Тыва и Хакассия, Забайкальском крае, где сокращение поголовья КРС минимально или даже наблюдается некоторое увеличение. При этом необходимо отметить, что Алтайский край всегда по поголовью КРС и коров за рассматриваемый период находился в первой пятерке субъектов РФ (3,5% - 4,5% в структуре и 18% - 20% - по СФО с устойчивым лидерством).

Практически аналогичная ситуация сложилась с поголовьем коров, не смотря на то, что «ведущей подотраслью животноводства является молочное скотоводство, которое в структуре производства занимает около 70%. Для дальнейшего его развития в регионе имеются все необходимые условия. Производственные мощности краевых предприятий позволяют перерабатывать до 1880 тыс. тонн молока в год.»[1]. По РФ сокращение поголовья коров составило 2,5 раза и на начало 2018г. составило 40% уровня начала 90-х. Показатели Алтайского края сопоставимы с показателями РФ. Более глубокий кризис наблюдается в Красноярском крае – уменьшение поголовья в 3,3 раза, в Томской области – в 4 раза. В Республике Алтай удалось не только сохранить, но и увеличить его более, чем в 1,5 раза, в Забайкальском крае – на 3,5%.

В связи с тем, что население страны распределено по её территории неравномерно, а с середины 80-х годов у большинства регионов наблюдается его убыль, то интерес представляет такой показатель, как количество коров на душу населения. На начало 90-х годов по России этот показатель составлял 1,4 коровы на 10 чел. (для примера, в Алтайском крае – 2,8 коровы, в Республике Алтай – 3,9, в Омской обл. – 2,7, в Новосибирской обл. – 2,1, Республике Тыва – 2,4 и т.д.). К началу 2018г. в среднем по РФ этот показатель уменьшился более, чем в 2 раза и сегодня оно составляет 0,6 коровы на 10 чел, в Алтайском крае - уже 1,3 коровы, в Новосибирской обл. – 0,7, Омской обл. – 0,8.

По СФО безусловным лидером является Республика Алтай – 5,6 коровы на 10 чел. (увеличение за 27 лет почти в 1,5 раза)

Не менее напряженно видится положение в РФ и с поголовьем свиней (таб. 3) [5,6,7].

Таблица 3

Поголовье свиней (на конец года, тыс. голов)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
РФ, млн. голов	38,3	22,6	15,7	13,8	17,2	21,5	22,0	23,2
СФО, млн. голов	5,4	3,8	2,9	2,5	3,0	3,2	3,0	3,0
Республика Алтай	18,4	14,2	11,8	11,4	11,3	7,8	8,8	8,6
Республика Бурятия	262,2	147,2	116,8	73,1	74,9	119,9	122,8	119,9
Республика Тыва	65,2	48,4	10,9	16,9	26,4	11,9	10,5	9,8
Республика Хакасия	144,0	94,0	46,5	46,5	60,6	55,4	52,0	50,6
Алтайский край	778,2	636,8	572,0	470,5	567,6	598,9	561,3	550,4
Забайкальский край	-	-	-	89,8	119,6	101,0	88,4	76,2
Красноярский край	929,8	655,2	453,0	396,4	424,1	595,0	618,9	597,2
Иркутская область	583,4	384,1	296,0	188,7	218,5	198,0	193,2	188,6
Кемеровская область	727,1	465,2	268,2	308,3	414,3	408,2	410,9	406,6
Новосибирская область	592,3	493,8	389,3	237,9	400,1	383,2	360,4	372,7
Омская область	670,4	534,0	489,9	500,0	512,0	584,2	518,4	453,9
Томская область	282,4	172,1	144,0	174,0	210,3	138,8	83,8	227,6
Читинская область	301,0	193,7	95,3	-	-	-	-	-

Из таблицы видно, что за рассматриваемый период пик кризиса пришелся к 2005 – 2006г.г., когда поголовье свиней по РФ составляло 36% уровня 1990г., по СФО – 46,3%, в Алтайском крае – 60,5%. К 2015г. можно считать, что кризисные явления преодолены и в России в целом, и в ряде субъектов СФО, но показатели поголовья свиней начала 90-х пока не достигнуты и зафиксировались по РФ на уровне 60,5%, в Алтайском крае – 71,1%, в Кемеровской области – 56%, в Красноярском крае – 64,3% и т.д. Наименьшее поголовье сохранено в Республике Тыва – 15% уровня 1990г., Иркутской области – 32,3%. В связи с этим следует отметить, что в структуре по России доля Алтайского края увеличилась с 2% в 1990г. до 2,6% в 2017г., что не позволило краю сохранить место в пятерке лучших регионов, которое было в начале 2000-х годов и на начало 2018г. край стал занимать уже 17 место.

Овцеводство является важной составной частью животноводческой отрасли, играет значительную роль в обеспечении потребности Алтайского края в специфических видах сырья и продуктах питания. В результате совершенствования тонкорунных овец на Алтае создана уникальная порода овец с высоким генетическим потенциалом «кулундинская».

В сложившихся условиях особое внимание также уделяется селекционно-племенной работе с овцами мясного типа. При всём этом поголовье овец в крае с 1990г. претерпело значительные изменения. Только в период 1990 – 2005г. его сократилось на 90% (для примера, по РФ в целом – «всего» на 69%, по СФО – на 80%). К началу 2018г. ситуация хоть и изменилась к лучшему – поголовье овец и коз составляет 15% уровня 1990г., но говорить о преодолении пика кризиса сохранения поголовья говорить пока не приходится. Необходимо отметить, что вышесказанное касается подавляющей части субъектов СФО.

Особое место в статистике животноводства, по понятным причинам, занимает производство скота и птицы на убой, показатели которого приведены ниже (таб. 4) [5,6,7].

Таблица 4

Производство скота и птицы на убой в убойном весе (тыс. тонн)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
РФ, млн. тонн	10,1	5,8	4,4	5,0	7,2	9,6	9,9	10,3
СФО, млн. тонн	1,6	1,0	0,7	0,8	1,0	1,2	1,2	1,1
Республика Алтай	21,5	18,3	12,3	17,2	23,8	30,8	31,3	24,9
Республика Бурятия	72,3	48,3	36,2	30,7	28,0	43,7	41,8	40,2
Республика Тыва	23,6	18,0	12,3	14,6	11,9	11,9	13,5	12,6
Республика Хакасия	46,8	28,7	21,7	27,1	32,4	26,2	26,1	23,6
Алтайский край	290,2	159,4	118,2	140,0	198,8	238,9	229,0	185,4
Забайкальский край	-	-	-	37,5	44,6	49,3	50,7	52,4
Красноярский край	214,9	142,9	97,3	121,2	140,5	124,9	144,8	134,3
Иркутская область	127,8	79,9	73,7	78,6	88,4	103,2	102,9	104,0
Кемеровская область	159,5	82,0	55,0	56,6	81,4	93,7	95,8	90,1
Новосибирская область	240,2	155,8	107,8	119,5	142,1	165,2	169,7	166,8
Омская область	237,4	153,5	133,0	147,5	184,0	179,7	184,9	173,8
Томская область	65,9	39,9	34,9	36,0	69,9	92,3	83,7	96,5
Читинская область	91,3	65,8	44,7	-	-	-	-	-

С 1990 г. производство скота и птицы на убой в убойном весе в Алтайском крае уменьшилось почти на 37% (по СФО – на 31%) при среднем росте по России на 2%. Как результат – показатель края за 2017г. в ранге стал соответствовать 19 месту по РФ вместо 5-го - к началу 2006г. Соответственно и доля края в структуре по данному показателю сократился с 3% начала 90-х до 1,8% - к началу 2018г. Относительно СФО позиция края выглядит более стабильно – его доля держится на уровне 16 – 18% и по округу в последние годы стал даже её лидером. Но это произошло в большей степени за счёт того, что у большинства регионов снижение показателя был ещё более интенсивнее. При этом у ряда субъектов – аутсайдеров по абсолютному значению (Республика Алтай, Забайкальский край), а так же Томской области отмечается рост и, соответственно, увеличение их доли в структуре. Однако, принципиально это не повлияло на распределение мест в таблице о рангах.

Алтайский край постоянно является лидером как по СФО, так и по РФ по производству молока. Его объём в 2017г. более, чем в 2 раза превысил, например, объём по всему Дальневосточному округу. Больше него всегда производят только республики Татарстан и Башкортостан. В 2017г. край опередил ещё и Краснодарский край, но пока тенденцией утраты позиции это назвать нельзя. Тем не менее, край «внёс» свой вклад в сокращение общероссийского показателя (по РФ производство молока сегодня составляет 54% - 55% уровня 1990 г., в Алтайском крае – 60% - 62%), но в меньшей степени, чем многие субъекты РФ. С учётом того, что поголовье коров и коз в крае заметно сократилось за этот же период, то показатель 1193,8 тыс. тонн надоя за 2017г. против 1925,8 тыс. тонн в 1990г. можно считать достойным и заслуженное 4 место по РФ и 1-е - по СФО.

Относительно в меньшей степени кризисные явления коснулись и по РФ, и по СФО, и по краю такого показателя как производство яиц. За последние 7 лет край меньше, чем 925 млн. штук не производит (в 2017г.

было произведено, например, 963,1 млн. шт.). В связи с этим, Алтайский край находится постоянно во втором десятке регионов по РФ по наибольшему их объёму производства (12 – 19 место). Даже периодическое снижение производства данного вида продукции животноводства по отдельным годам относительно 1990г. на 2% - 5% позволяет говорить о том, что производители края сумели «выдержать удар» реформирования экономики на рубеже XX – XXI веков, чего нельзя сказать о республиках Алтай (сокращение на 81%), Бурятия (на 75%), Томской области (на 62%).

Регионами – лидерами по СФО и России по производству яиц в абсолютном значении и темпам роста являются Кемеровская и Новосибирская области (рост относительно 1990г. в 1,5 раза). Следует отметить, что по РФ в целом к началу 2018г. объём производства достиг 94% относительно того же 1990г. с перспективой дальнейшего роста.

Предметом гордости Алтайского края, когда сохранение лидирующих позиций в объёмах производства достигается не за счёт менее интенсивных темпов снижения по сравнению с другими регионами, а за счёт их увеличения – это мёд. С начала девяностых годов рост производства Мёда составил 216% (по РФ – 40%, по СФО – 12%). За 2017г. в крае было произведено 4290 тонн мёда, что составило 48% от всего объёма по СФО; почти в 3 раза больше, чем по всему Уральскому федеральному округу; в 1,5 раза - Северо - Кавказскому федеральному округу. Традиционно больше, чем в крае, мёда производят только в Республике Башкортостан, за 2 – 4 место по РФ край в последние годы соперничает с Приморским краем и Республикой Татарстан.

Ещё одним основным показателем, характеризующим животноводство, является производство шерсти. Несмотря на то, что производителями шерсти являются все регионы России, её объёмы по территории резко дифференцированы. С 2005г. только Республика Дагестан производит не меньше четверти всего объёма по России ежегодно, а вместе с Республикой Калмыкия и Ставропольским краем, занимающими второе и третье места, более 50%.

Что касается общего состояния данного вида производства, то в сравнении с 1990г. по России шерсть сегодня производят в 4 раза меньше (в 1990г. было произведено 226743 т против 56733 т в 2017г.), по СФО – в 8 раз меньше, в Алтайском крае - в 20 раз (сокращение с 7868т в 1990г. до 389т в 2017г.). У многих регионов за этот период ситуация сложилась ещё более критичнее, что позволило краю сохранять за собой 18 – 20 место по России и 4-5 место по СФО. Любопытно, что Алтайский край, находясь в первой двадцатке лучших регионов – производителей шерсти с 2005 г. получает ежегодно её в 38 - 40 раз меньше, чем лидер по данному товару – Республика Дагестан.

В качестве вывода можно привести предварительные итоги реализации Государственной программы [1]. К 2020 г. ожидаемый результат, который предполагался достичь, но выполнение которых, по мнению автора, подвергается сомнению:

- поголовья крупного рогатого скота до – 831 тыс. голов (к началу 2018г. – 810 тыс. и отрицательный темп роста за последние 5 лет);

- производство молока довести до 1487 тыс. т (в 2017г. – 1193,8 тыс. т и отрицательный темп роста за последние 5 лет);

- скота и птицы на убой в убойном весе – до 357тыс. т (в 2017г. – 185,4 тыс. т и отрицательный темп роста за последние 5лет);

- производство мёда – до 8253т (в 2017г. – 4290 и с отрицательным темпом роста за последние 5 лет).

По остальным показателям, приведёнными в Программе, дать сравнительную характеристику не представляется возможным, т.к. или отсутствуют сводные статистические данные (динамические ряды по РФ и субъектам), или носят разрозненный характер (например, доля племенных коров, маточное поголовье овец и коз, поголовье мясных табунных лошадей и т.д.).

Библиографический список

1. Постановление Администрации Алтайского края от 05.10.2012г. № 523 об утверждении Государственной программы Алтайского края «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» на 2013 – 2020 годы.
2. Вологдин Е.В. Состояние рабочей силы в Алтайском крае в период с 2000 по 2016гг (статистический аспект) // Экономика устойчивого развития. – 2018. - №3(35). – с. 123 – 130.
3. Колобова А.И. Организация производства на предприятиях АПК: учебное пособие / А.И. Колобова. Барнаул: Изд-во АГАУ, 2008. 397 с.
4. Морозов Н.М., Старченко В.М., Буробкин И.Н., Косолапов В.М., Лысенко Е.Г. // Экономика сельского хозяйства России. - 2007. - № 10. - с. 26-29.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 1402 с.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2005: Стат. сб. / Росстат. – М., 2006. – 982 с.
7. Статистический ежегодник. Алтайский край. 2013-2017: Стат. сборник./ Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. – Б., 2018. – 330 с.

УДК 311.3

Вологдин Е.В. Растениеводство в Алтайском крае в период 2000 – 2017гг. Crop production in the Altai Territory in the period 2000-2017.

Вологдин Е. В.

доцент, к.э.н.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Россия, г. Барнаул

Vologdin E. V.

assistant professor, Candidate of Economic Sciences

Altai State University, Russia, Barnaul

Аннотация. В статье представлен анализ растениеводства в Алтайском крае в период 2000 – 2017 г.г. В этой связи были исследованы основные статистические показатели, характеризующие его состояние: основные виды продукции в разрезе валового сбора, урожайности на фоне СФО и России; посевных площадей по видам культур и т.д., приводится соответствующий сравнительный анализ с применением отдельных статистических методов. По ряду показателей автор приводит ранжирование субъектов федерации.

Ключевые слова: растениеводство, Алтайский край, валовой сбор, урожайность, посевная площадь, доля сельского хозяйства в ВРП, доля посевных площадей.

Abstract. The article presents an analysis of crop production in the Altai Territory in the period 2000 - 2017. In this regard, the main statistical indicators characterizing its condition were investigated: the main types of products in terms of gross yield, yields against the background of the Siberian Federal District and Russia; crop area by crop type, etc., is given an appropriate comparative analysis using separate statistical methods. For a number of indicators, the author cites the ranking of the subjects of the federation.

Keywords: crop production, Altai Territory, gross yield, yield, area under crops, share of agriculture in GRP, share of areas under crops.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Исторически судьба России сложилась таким образом, что ее сельское хозяйство всегда являлось системообразующим фактором в формировании социально-экономической и политической жизни общества [2]. В полной мере это относится к Алтайскому краю.

В структуре ВРП края доля сельского хозяйства ежегодно составляет с 2005г. от 13,8% - в 2012г. до 20,1% - в 2016г., что сопоставимо с промышленным производством, занято более 120 тыс. чел. [3]. За 2016г. этот показатель соответствовал 3-у месту по РФ (больше только у Тамбовской обл. – 24,6% и Карачаево – Черкесской Республики – 24,3%). За этот же период по РФ доля сельского хозяйства в ВВП не превышало 5,1%, по СФО – 7,4%.

В структуре ВРП сельского хозяйства края растениеводство занимает 40% - 45%. Несмотря на вышесказанное, у сельхозпроизводителей края существуют серьезные проблемы, преодоление которых потребуются усилия не одного поколения.

Ключевым показателем анализа растениеводства является посевная площадь сельскохозяйственных культур, динамика которой с 2000г. по РФ, СФО и его регионам представлена ниже (табл.1,2) [4,5,6].

Таблица 1

Посевные площади сельскохозяйственных культур (тыс. гектар)

	1990	2000	2005	2010	2015	2016	2017
РФ (млн. гектар)	117,7	85,4	75,8	74,9	78,6	79,3	80,0
СФО (млн. гектар)	23,4	16,7	15,3	14,5	14,9	14,9	15,0
Республика Алтай	146,5	106,6	103,4	105,7	114,3	110,6	111,8
Республика Бурятия	767,8	361,6	221,8	191,2	150,5	142,0	141,8
Республика Тыва	282,0	194,2	38,4	30,2	27,1	32,6	32,1
Республика Хакассия	597,7	280,9	199,5	220,7	235,9	237,2	233,5
Алтайский край	6380,0	5344,0	5191,3	5135,7	5365,6	5378,3	5397,9
Забайкальский край	-	-	-	217,4	208,6	200,3	202,8
Красноярский край	2879,1	1926,4	1608,0	1446,4	1508,0	1527,7	1508,8
Иркутская область	1573,2	1020,9	715,4	633,5	660,8	660,5	680,8
Кемеровская область	1447,0	1275,6	1065,3	1019,5	941,3	929,6	924,7
Новосибирская область	3442,9	2718,8	2536,6	2320,1	2326,3	2340,5	2380,0
Омская область	3745,0	2964,8	2911,8	2787,6	3008,5	3007,5	3004,6
Томская область	622,9	488,4	388,4	378,0	333,1	348,3	354,1
Читинская область	1542,9	339,6	285,4	-	-	-	-

Таблица 2

Доля посевных площадей сельскохозяйственными культурами от всей площади территории, %

	2000	2010	2017
РФ	5,0	4,3	4,7
СФО	3,2	2,8	2,9
Республика Алтай	1,2	1,2	1,2
Республика Бурятия	1,0	0,5	0,4
Республика Тыва	1,1	0,2	0,2
Республика Хакассия	4,5	3,6	3,7
Алтайский край	31,6	30,6	32,1
Забайкальский край	-	0,5	0,5
Красноярский край	0,8	0,6	0,6
Иркутская область	1,3	0,8	0,9
Кемеровская область	13,3	10,7	9,7
Новосибирская область	15,3	13,0	13,4
Омская область	21,2	19,8	21,3
Томская область	1,5	1,2	1,1
Читинская область	0,8	-	-

Анализ табл. 1 и 2 показывает, что по СФО больше трети всех посевных площадей сельскохозяйственных культур приходится на Алтайский край – 30% - 32% всей территории края – это посевные площади. Также он с 1990г. является безусловным лидером и по России – в 1990г. 5,3% всех посевных площадей приходилось на Алтайский край, а к 2018г. этот показатель составил уже 6,8%. Однако,

рост доли края произошёл не за счёт увеличения посевной площади (более того, за 27 лет она уменьшилась почти на 1 млн. га или на 15%), а за счёт более интенсивного снижения по России – на 32%. По СФО с применением относительных показателей с Алтайским краем по сохранению посевных площадей может конкурировать Омская область (сокращение на 19%).

В связи с тем, что площади территории субъектов в РФ объективно разные (от 3,6 тыс. кв. км у Республики Ингушетия до 3083 тыс. кв. км у Республики Саха (Якутия)), неодинаковые климатические условия, отличия в природном ландшафте и т.д., более объективную оценку даёт показатель доли посевных площадей от общей площади территории региона. В той же Республике Ингушетия в 2017г. посевных площадей составляло 60,4 гектар (один из самых низких абсолютных показателей в РФ), что составляло 16,7% от всей площади Ингушетии, но это оказалось в 3,5 раза больше среднероссийского показателя.

За рассматриваемый период не нашлось ни одного субъекта по СФО где бы наблюдался рост посевных площадей, но более глубокий кризис охватил сельхозпроизводителей Республики Тыва – уменьшение посевных площадей с 1990г. почти на 89%, Республики Бурятия – на 82%, Республики Хакасия – на 61%, Иркутской области – на 57%, у которых сокращение произошло в разы. Как результат – снижение доли посевных площадей у подавляющего числа субъектов (табл. 2).

В целом по России так же нет ни одного региона, у которого посевные площади сохранились бы на уровне 1990г. и речь идёт не об их увеличении.

В рамках общей посевной площади статистика выделяет абсолютные показатели посевных площадей по отдельным сельскохозяйственным культурам. К ним относятся отдельно площади зерновых и зернобобовых, сахарной свеклы, подсолнечника, льна – долгунца, картофеля и овощей.

Зная важность роли зерновых и зернобобовых культур в жизни населения РФ и большей части мира, соответственно, и площадь их посева, и валовой сбор, и урожайность ежегодно попадают на страницы средств массовой информации. Площади посевов по РФ, СФО и его регионам представлено ниже (табл. 3) [4,5,6].

Таблица 3

Посевные площади зерновых и зернобобовых культур

	1990			2005			2017		
	Всего, млн. га	Доля от всех посевных площадей, %	Место по СФО по доле	Всего, млн. га	Доля от всех посевных площадей, %	Место по СФО по доле	Всего, млн. га	Доля от всех посевных площадей, %	Место по СФО по доле
РФ	63,1	53,6	-	43,6	57,5	-	47,7	59,6	-
СФО	13,2	56,4	-	10,2	66,7	-	10,1	67,3	-
Республика Алтай	0,04	26,6	12	0,02	16,0	12	0,007	5,8	12
Республика Бурятия	0,4	46,8	9-10	0,1	54,5	10	0,07	50,6	9
Республика Тыва	0,1	53,6	6	0,03	67,7	4	0,007	22,1	11
Республика Хакасия	0,3	51,7	7	0,1	48,8	11	0,1	42,7	10
Алтайский край	4,0	62,5	1	3,6	69,6	3	3,7	69,4	3
Забайкальский край	-	-	-	-	-	-	0,1	62,2	7
Красноярский край	1,7	57,3	3-4	1,0	61,5	8	1,0	69,5	2
Иркутская область	0,7	46,5	11	0,4	59,7	9	0,4	62,7	6
Кемеровская область	0,7	48,3	8	0,7	65,4	6	0,6	64,7	5
Новосибирская область	2,0	57,3	3-4	1,7	66,9	5	1,6	67,4	4
Омская область	2,1	54,7	5	2,1	71,1	2	2,1	71,3	1
Томская область	0,3	46,8	9-10	0,2	64,1	7	0,2	52,7	8
Читинская область	0,9	60,4	2	0,2	75,0	1	-	-	-

Из анализа таблицы видно, что по СФО в абсолютном выражении не меньше трети всех посевов зерновых и зернобобовых культур приходится на Алтайский край, а 6% - 8,5% ежегодно с 1990г. – по РФ. По данному показателю край является абсолютным лидером в РФ уже десятилетиями. Это с одной стороны, с другой – площадь посевов зерновых с 1990г. сократилась на 7,5% (по РФ – на 24,5%, по СФО – на 23,5%), также в структуре всех посевов край несколько утратил свои позиции. Омская область при сохранении площади посевов зерновых культур в структуре опередила край, равно как и Красноярский край. При этом ещё в 1990г. было их заметное отставание. Следует отметить, что кроме республик Тыва и Алтай, у остальных регионов по СФО площадь зерновых культур в структуре «прибавили» при общем снижении посевных площадей и площадей под зерновые и зернобобовые, что говорит о менее интенсивном сокращении посевов данного вида сельскохозяйственной культуры относительно других.

К 2018г. Алтайский край вошёл в 26 регионов России, у которых сохранились посевные площади сахарной свеклы (фабричной). Уже давно край является единственным регионом в СФО, сохранившим посевные площади данного вида культуры. Несмотря на это, с начала 90-х годов сокращение посевов сахарной свеклы составило около 40 тыс. га (с 61,3 тыс. га в 1990г.) и к 2018г. составляет 39% уровня того же 1990г.

Надо заметить, что в Северо – Западном, Уральском и Дальневосточном федеральных округах сахарную свеклу не выращивают вообще.

Достаточно схожая ситуация сложилась с посевными площадями подсолнечника – до 90% (в 1990г. – 97,5%) всех посевов в СФО приходится на Алтайский край и 6% - 8% по России, что делает край по данному показателю одним из её лидеров (5-8 место по годам), но и не все регионы культивируют подсолнечник, например, в СФО республики Алтай, Бурятия, Тыва, Иркутская и Томская области от него отказались. За период с 1990г. заметно значительное расширение его посевов в крае – с 138,2 тыс. га до 645,8 тыс. га к 2018г. (увеличение в 4,7 раза). Под влиянием того, как это уже было сказано выше, что общая площадь посевов в крае снизилась на 15%, а посевы подсолнечника резко возросли, соответственно в структуре он стал занимать 12% (в 1990г. – 2%).

Совершенно по другому сложилась ситуация с посевными площадями картофеля. Сегодня они составляют чуть больше 40% (или 32, 3 тыс. га) уровня 1990г. с тенденцией ежегодного сокращения. Это привело к утрате лидерства края по округу Красноярскому краю (37,5 тыс. га). По темпам снижения по СФО хуже только у Новосибирской области. Алтайский край скопировал ситуацию по России (сокращение на 56,8%).

Алтайский край пока остается в списке тех 20 регионов РФ, где сохранились посевные площади льна-долгунца. С 1990г. ежегодно под его посевы выделяется 3-7тыс. га, что на фоне других культур является незначительным. Однако за этот же период для ряда субъектов выращивание данного вида культуры стало экзотикой.

Край никогда не был по России безусловным лидером по посевным площадям овощей, занимая 1-е место по СФО. Даже сокращение за четверть века на 30% (до 7,2 га) оставляет край в третьем десятке среди субъектов. По России сокращение составило около 15%, по СФО – на 35%.

Другая группа показателей, характеризующая растениеводство, является валовой сбор и урожайность отдельных видов культур (зерно, подсолнечник, сахарная свекла, овощи, отдельно картофель и т.д.).

Стратегически важное значение имеет валовой сбор зерновых (пшеница, рожь, ячмень, овёс и т.д.) с расчётом урожайности. По валовому сбору край с 90-х годов всегда находится в первой десятке регионов с долей 2,5% - 4%. В 2017 г. валовой сбор по РФ составил 135,5 млн. т, из них на Алтайский край приходится почти 5 млн. т., в 2015 г. – аналогичные показатели составили 104,7 млн. т и 3,9 млн. т соответственно.

Однако, обращает на себя внимание тот факт, что урожайность в крае редко когда превышает 14 ц/га (например, в 2005г. – это было 8,8 ц/га, в 2015 – 11 ц/га и т.д.) и по этому показателю край в ранге почти всегда находится на самых последних местах по РФ – отставание от среднероссийского показателя в 1,5 – 2 раза и больше уже давно не удивляет. В качестве примера: урожайность зерновых по РФ в 2017г. – 29,2 ц/га, по СФО – 16,4 ц/га, в Алтайском крае – 14,1 ц/га, аналогичные показатели в 2005г. – 18,5 ц/га, 11,9 ц/га и 8,8 ц/га. Фактически, край добивается успехов в валовом сборе зерна, применяя, так называемый, экстенсивный путь развития или другими словами, используя обширные территориальные возможности, а не эффективность использования земельных ресурсов. И если говорить о том, что Алтайский край – это всё-таки житница России, урожайность зерна должна быть увеличена принципиально.

Очень похожая ситуация сложилась с семенами подсолнечника. По валовому сбору Алтайский край постоянно находится в десятке лучших регионов России – в 2017г. с 560 тыс. т после доработки (5,3% общего сбора по России и 9 место), при этом урожайность составила 10,4 ц/га, что соответствует концу третьего десятка регионов из почти 50. По России средняя урожайность в этом же году превысила 14 ц/га.

Более перспективно складывается ситуация с валовым сбором и урожайностью сахарной свеклы. Даже среди немногочисленного числа регионов, как уже говорилось ранее, край занимает достойные позиции. При значительном снижении посевных площадей данной культуры валовой сбор увеличился в 3-4 раза с заметным превышением урожайности по России. Если по итогам 1990г. урожайность в крае была почти в 2 раза меньше (240 ц/га и 134 ц/га соответственно), то уже к 2018г. видны кардинальные изменения – превышение краевого показателя над общероссийским на 13% - 475 ц/га против 442 ц/га. При этом валовой сбор по России увеличился на 60% (с 32,3 млн. т в 1990г. до 51,3 млн. т – в 2017г.), в Алтайском крае – почти на 40% (с 0,8 млн. т в 1990г до 1,1 млн. т в 2017г.), что принципиально на роль Алтайского края в структуре валового сбора не сказалось.

В качестве вывода можно отметить, что не все показатели, обозначенные в Постановлении [1] будут достигнуты. Вызывает сомнение сбора зерна к 2020г. до 5200 тыс. т в год. Как было сказано выше – увеличить урожайность пока не удаётся и одновременно сокращаются посевные площади. Далее, при валовом сборе картофеля в 2017г. 523,1 тыс. т сложно представить, что должно произойти за оставшееся время, чтобы довести его до установленного в Постановлении [1] 885 тыс. т, если учитывать, что только за последние 10 лет его валовой сбор сократился более, чем на 35%.

Непосильно выглядит и реализация плана сбора льноволокна. С 2005г. его валовой сбор сократился более, чем на 40% (с 7,5 тыс. т до 4,1тыс. т в 2017г.).

Библиографический список

1. Постановление Администрации Алтайского края от 05.10.2012г. № 523 об утверждении Государственной программы Алтайского края «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» на 2013 – 2020 годы.
2. Багров Н.М. Сельское хозяйство. Растениеводство // Известия Санкт – Петербургского государственного экономического университета. – 2014. - №1 (85). – с.154 - 164.
3. Вологдин Е.В. Состояние рабочей силы в Алтайском крае в период с 2000 по 2016гг (статистический аспект) // Экономика устойчивого развития. – 2018. - №3(35). – с. 123 – 130.
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 1402 с.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2005: Стат. сб. / Росстат. – М., 2006. – 982 с.
6. Статистический ежегодник. Алтайский край. 2013-2017: Стат. сборник./ Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. – Б., 2018. – 330 с.

Управление инновациями

УДК 33.338

Красикова Е.М., Файзуллина Р.В. Влияние технологии бенчмаркинга в системе управления инновациями сервисной компании

The influence of benchmarking technology in the service company innovation management system

Красикова Елена Михайловна

Бакалавр 4 курс
Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Кемерово

Файзуллина Римма Викторовна

Кандидат экономических наук
Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова
Россия, г. Кемерово
Krasikova Elena Mikhailovna
Bachelor 4 course
Kemerovo Institute (branch) REU them. G.V. Plekhanov
Russia, Kemerovo
Fayzullina Rimma Viktorovna
Candidate of Economic Sciences
Kemerovo Institute (branch) REU them. G.V. Plekhanov
Russia, Kemerovo

Аннотация. Рассматривается проблема производства и внедрения новых идей в компании. Показано, что качество новых идей и возможность реализации напрямую зависят от знаний и опыта. Обеспечить условия для развития сотрудников – задача высшего руководства компании, в первую очередь – директора по персоналу. Именно поэтому HR-менеджеров так высоко ценят в иностранных компаниях, ведь от профессионализма сотрудников напрямую зависит конкурентоспособность и выживание бизнеса.

Ключевые слова: Технологии, бизнес-процессы, стратегия, маркетинг, программа, риск.

Abstract. The problem of production and introduction of new ideas in the company is considered. It is shown that the quality of new ideas and the possibility of implementation directly depend on knowledge and experience. Providing conditions for the development of employees is the task of the company's top management, first of all - the personnel director. That is why HR managers are so highly valued in foreign companies, because competitiveness and business survival directly depend on the professionalism of employees.

Keywords: Technologies, business processes, strategy, marketing, program, risk.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Каким опытом и знаниями должны обладать специалисты, разрабатывающие новые продукты и технологии? И где российским компаниям взять этих людей. Уже давно доказано преимущество конвейерного

производства. Выполняя однотипные операции, человек учится делать их гораздо быстрее и точнее [1]. Кроме того, не переключаясь на другие задачи, человек дополнительно экономит до 20% времени за счет отсутствия «кривой обучения». Почему же не использовать эти методики в процессе управления компанией? Казалось бы, чего проще: разделить задачи между несколькими руководителями в рамках общей стратегии, обеспечить их эффективное взаимодействие, настроив бизнес-процессы в компании, и все, переходим от ручной сборки к конвейеру.

Во многих западных компаниях такой подход давно практикуется и дает прекрасные результаты. Но внедрить его в российских компаниях непросто. Он требует, во-первых, специализированных профессионалов, которые не только на две головы выше руководителей-универсалов, но и готовы брать ответственность за реализацию своих идей.

А во-вторых, необходимо доверие к таким специалистам для делегирования им полномочий в принятии решений. И с тем, и с другим, в России проблема.

В российских компаниях, особенно в последние годы, прослеживается обратная тенденция: «вертикаль власти» все более укрепляется [2]. Топ-менеджеры требуют от младших руководителей согласований по каждому действию, ни о каком доверии и делегировании полномочий речи не идет. А младшие руководители, у которых сократился штат вспомогательных сотрудников, крутятся как белки в колесе, зачастую работая за секретаря, бухгалтера, маркетолога и HR-специалиста.

При этом, все периодически собираются для обсуждения новых идей, которые должны вывести компанию из кризиса и увеличить продажи. Обычно такие собрания превращаются в монолог генерального директора, раздачу «волшебных пинков» всем подряд или в площадку для «перевода стрелок» и выяснения отношений между руководителями подразделений и ни к каким «прорывным» идеям не приводят.

Знакомая картина? Можно выделить три наиболее распространенные причины неудач в разработке и реализации «антикризисных» идей.

1. Реальные изменения никому из руководителей не нужны. Никто не хочет «гнать волну». Стать инициатором изменений – значит взять на себя всю ответственность [3]. Каждый думает в первую очередь о том, как сохранить высокооплачиваемое место. Поэтому их идеи чаще относятся к разряду минимизации рисков и новому сокращению расходов, а не к категории «новых и прорывных» (более рискованных или потенциально способных вызвать конфликт среди бюрократической верхушки компании). Исключением могут стать «молодые и инициативные» руководители, но они быстро понимают, что проще признать свою идею провальной, чем наживать врагов среди высшего руководства.

2. У компании нет людей и денег для реализации новых идей. Признать этот факт бывает трудно. Проще просто критиковать идеи сотрудников, если для их реализации требуются инвестиции, (а они практически всегда нужны). В результате «инициатива снизу быстро сходит на нет».

3. У руководителей недостаточно знаний. В западных компаниях, когда руководитель говорит: «Я не специалист в этой области, давайте обратимся к профессионалам», – это нормально. Руководитель, как и

любой человек, не может знать и уметь все на свете [4]. По крайней мере, на детальном уровне. В российских компаниях так говорить не принято. Если ты руководитель, то обязан все знать. И, естественно, приняв даже неправильное решение, его будут отстаивать до последнего. Ну не может хороший технический руководитель без дополнительного обучения заниматься коммерческими вопросами и маркетинговой стратегией. И так же без детального знания всех особенностей продукта, без постоянной работы с техподдержкой, коммерческому руководителю бывает сложно разглядеть новые возможности на рынке. Именно признание ошибок, в том числе недостатка знаний, является первым шагом к изменениям в компании [5].

Все три причины особенно характерны для компаний «с историей»: 15-20 лет на рынке, сложившийся бюрократический аппарат. Все собрания, которые организуются в них, обычно не более, чем шоу для владельцев бизнеса и топ-менеджеров, изображение бурной деятельности. Так же, как и требование детальной отчетности от нижестоящих руководителей: когда не знаешь, что нужно делать, проще всего перейти к микроменеджменту.

К сожалению, изменить что-то в подобной ситуации может только владелец или руководитель компании, так как, кроме него, в этом никто не заинтересован. Однажды он должен решить, что не желает далее смотреть на пикирующие вниз показатели прибыли и слушать от своих топ-менеджеров разговоры о плохой ситуации на рынке. При реализации программы изменений риск неудачи и финансовых потерь есть всегда, но в какой-то момент риск от игнорирования проблем становится выше. «Талантливые администраторы» постараются выжать все возможное из вашего бизнеса и заранее начнут подыскивать другие теплые места. Лучше всего не доводить свою компанию до такой ситуации. Драйвером роста и инициаторами изменений могут стать те самые «молодые и инициативные», те, кто еще не разучился рисковать и брать на себя ответственность за реализацию новых и по-настоящему «прорывных» идей.

Если вам повезло, и в вашей компании такие люди есть – оберегайте и развивайте их. Не дайте им стать жертвой сложившейся системы. Если таких специалистов нет – наймите в штат. Главное, о чем нужно помнить: никакие внешние консультанты и консалтинговые компании не спасут ваш бизнес, если нет группы поддержки внутри. Консультанты идеально подходят для начала, инициализации изменений [6]. Им можно доверить таскать каштаны из огня, когда требуется обосновать необходимость изменений для руководителей и представить пилотный проект. Они не боятся вызвать неудовольствие неформальных лидеров компании. Они же могут обучить ваших руководителей и провести независимую оценку их идей. Но они не могут каждый день выполнять за ваших руководителей их работу, для этого вам придется взять их в штат. А в этом случае, независимость оценки уже теряется.

Но, допустим, у вас в компании есть нужные люди, заинтересованные в реализации изменений. И вы не заставляете их крутиться, как белка в колесе, 24 часа в сутки, выполняя обязанности трех сокращенных сотрудников: и у них есть пара часов в день на то, чтобы остановиться и подумать. Приведет ли это к появлению новых идей? Скорее всего, да. Будут ли эти идеи уникальны? Это, пожалуй, зависит от вашего бизнеса. В 99% случаев «оригинальные» идеи уже используются в похожих российских или зарубежных компаниях, вы просто

об этом не знаете. А если бы знали, то могли бы сэкономить много времени. Кроме того, идею надо оформить в виде конкретного плана действий, сделать расчеты, предусмотреть возражения со стороны «старой гвардии». На это обычно уходит очень много времени, особенно если такая работа делается нечасто. Ну и сам факт того, что идея была подана нижестоящим руководителем, может уже являться причиной для ее неприятия со стороны топ-менеджмента [7]. Как быть?

В этом случае наиболее выигрышным вариантом может быть работа в паре руководитель подразделения – внешний консультант.

Предвидим возражения. В чем же тогда состоит креативность, если новые идеи можно просто посмотреть у других? И почему нельзя сразу выписать «волшебную таблетку» в виде удачных примеров других компаний с детальным планом и технологиями проведения изменений? Проблема в том, что рецептов для оздоровления компаний существует великое множество, но нужно выбрать именно тот, который подойдет для вас с учетом сотен деталей и особенностей. Лучше всего эти детали и особенности знают сотрудники вашей компании. Креативность же нужна для «тонкой настройки» выбранной программы [8]. Можно сказать, что успешно реализованная идея, это на 10% правильно подобранный чужой пример, и на 90% – мастерство и опыт по адаптации этого примера в вашей компании. А это уже дело консультанта. И в силу уникальных особенностей экспертизы, которыми должны обладать разные участники процесса внедрения новых идей, и нужен тандем из представителя менеджмента и консультанта.

Каждый раз, когда в условиях ограниченного бюджета мы пытаемся реализовать идею, требующую инвестиций в сотни тысяч долларов, мы вспоминаем пример, как ремонтируют трактора в деревне при помощи одного только молотка и плоскогубцев. Вот где настоящий креатив. Но ничего с этим не поделать, потому что, к сожалению, большинство компаний, которые обращаются в консалтинговые компании, не имеют сколько-нибудь серьезного бюджета для изменений [9]. Они обычно долгое время не признавали проблем или занимались самолечением, а потом пришли за той самой «волшебной таблеткой». И в таком состоянии, что иногда хочется пристрелить, чтобы не мучились. Важно не доводить свою компанию до «точки невозврата». Поэтому обучайте и развивайте своих сотрудников, дайте им понять, что вы больше цените реальный вклад в бизнес, чем лояльность и старые заслуги, что у каждого из ваших людей есть шанс на тот самый «социальный лифт» к вершине руководства компании. Только при условии, что у вас есть профессиональные руководители на каждом направлении бизнеса, вы сможете организовать управление компанией по принципу конвейера, где каждый делает свою работу быстрее, а вероятность использовать положение в личных целях гораздо ниже [10].

Если вы не планируете делать из своих сотрудников руководителей крупной корпорации (может быть и не вашей), а результат нужен в достаточно короткий срок, то имеет смысл выбрать для них такие формы обучения, где меньше теории, но больше прикладных знаний. К таким формам относятся тренинги и наставничество. Именно на этих принципах основана работа корпоративных университетов в международных компаниях. Региональным руководителям назначается наставник из штаб-квартиры, задача

которого собирать и передавать опыт и знания по разным филиалам. Разумеется, этот наставник и сам должен иметь прекрасный опыт в управлении и развитии сервисного бизнеса.

Помимо задач передачи знаний, в иностранных компаниях наличие нескольких независимых каналов связи со штаб-квартирой (по линии генерального директора, HR-менеджера и директора по сервису) обеспечивает интеграцию филиалов в общие процессы компании, и позволяет получить независимые оценки ситуации в регионе. Называется эта система «принцип четырех глаз» и смысл ее в том, что ни один процесс не должен зависеть лишь от одного человека т. к. людям свойственно ошибаться [11].

В российских компаниях с филиальной сетью взаимодействие осуществляется, как правило, только через руководителя филиала. Но в последнее время уже наметились тенденции на изменение ситуации. Поступают запросы на независимый аудит и оценку эффективности работы региональных сервисных подразделений.

Подведем итог всему вышесказанному: в любой компании можно наладить работу по производству и внедрению новых идей. Но поскольку на пустом месте идеи не возникают, их качество и возможность реализации (а значит и смысл всей работы) напрямую зависит от знаний и опыта. Обеспечить условия для развития сотрудников – задача высшего руководства компании, в первую очередь – директора по персоналу. Именно поэтому HR-менеджеров так высоко ценят в иностранных компаниях, ведь от профессионализма сотрудников напрямую зависит конкурентоспособность и выживание бизнеса.

Целесообразно избегать необдуманного сокращения «вспомогательных» сотрудников. Таким образом, вы увеличиваете нагрузку более высокооплачиваемых менеджеров. В этом случае, о новых идеях можно забыть, это тупиковый путь. Вместо этого ищите возможности для развития бизнеса. Но, прежде чем детально погружаться в проработку новых идей, стоит проверить, действительно ли вы стоите на краю *terra incognita* или пытаетесь заново изобрести велосипед [12]. Следует изучать чужой опыт, для этого сейчас есть все возможности, даже у небольших компаний.

Библиографический список

1. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.
2. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
3. Минасян Л.А., Дудкина О.В., Бородай В.А. Нарративные процедуры новой системы мотивации // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 3 (109). С. 15.
4. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.

5. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
6. Бородай В.А., Минасян Л.А. Дискурсивная миссия корпоративного стиля сервисной компании // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2017. № 3 (94). С. 132-135.
7. Молчанова О.С., Бородай В.А. Ребрендинг сервисной компании как выход на новый качественный уровень развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 102-110.
8. Бородай В.А. Нелинейность связи причины и следствия в современном бизнесе // В сборнике: Социально- экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг Сборник научных трудов. Выпуск 12. Сер. "Социально-экономические и общегуманитарные проблемы развития сферы услуг.Том 2 Социально-экономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 35-39.
9. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.
10. Бородай В.А. Рыночные императивы потребительского поведения в XXI веке // В сборнике: ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 214-224.
11. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.
12. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 336.71

Зернова Л.Е. Анализ партнерских связей коммерческого банка

Analysis of commercial bank partnerships

Зернова Л.Е.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
доцент кафедры Коммерции и сервиса

Зернова Л.Е.

Russian State University by the name of A. N. Kosygin,
Associate Professor of the Department of Commerce and service

Аннотация. В данной статье представлены результаты анализа партнерских связей коммерческих банков. Систематизированы и проанализированы уровни отношений банков с клиентами. Банкам рекомендован партнерский уровень отношений. Предлагается система коэффициентов, характеризующая партнерские связи банка. Представлены результаты апробации данной системы на примере Сбербанка.

Ключевые слова: коммерческий банк, деловой партнер, партнерские связи, анализ партнерских связей

Abstract. This article presents the results of the analysis of partnerships of commercial banks. The levels of bank's relations with clients are systematized and analyzed. Banks are recommended partnership level of relations. A system of coefficients characterizing the bank's partnerships is proposed. The results of testing this system on the example of Sberbank are presented.

Keywords: commercial bank, business partner, partnerships, analysis of partnerships

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

В современных условиях развития банковской системы в России и мире при обострении конкуренции во всех сферах деятельности, в том числе и в банковском секторе, одной из важных задач коммерческих банков является поиск надежных и выгодных партнеров и построение конкурентоспособных и эффективных партнерских связей. Для организации эффективной деятельности коммерческого банка в условиях экономических санкций нужно выстраивать и постоянно анализировать его партнерские связи путём расширения и углубления партнерских отношений с целевыми группами клиентов [1,2,3]..

Сам банк является типичным примером делового партнера для своих клиентов, имеющих часто по несколько различных счетов, требующих качественного и оперативного выполнения широкого спектра разнообразных банковских операций. Партнерами банка могут быть также другие коммерческие банки или банки-контрагенты. С ними также необходимо выстраивать эффективные партнерские взаимоотношения [4,5,6].

В настоящее время в литературе выделяют пять уровней отношений банка с клиентами (рис. 1)



Рисунок 1. Уровни отношений коммерческого банка с клиентами

В рамках осуществления анализа партнерских связей банка рассмотрим более подробно ответственный, активный и партнерский уровни отношений. Ведь базисный уровень отношений банка с клиентами свойственен любому банку. Но только самый высокий партнерский уровень характеризует постоянную, эффективную работу с клиентами (как текущими, так и потенциальными) по всем направлениям деятельности. Активный уровень характеризует работу банка по информированию о нововведениях в работе и формированию спроса на новые банковские продукты.

Исходя из определения партнерских связей коммерческого банка, их сущности, элементов можно конкретизировать, что партнерами банка могут быть ключевые, перспективные и потенциальные клиенты. При этом банк должен обеспечить, чтобы потенциальные клиенты становились ключевыми, т.е. клиентами, которые используют основной набор услуг банка, а также и перспективными.

На данный момент партнерство почти каждого банка можно описать по нескольким направлениям работы с ключевыми и перспективными клиентами.

Первое направление, которое представлено крупными банками на рынке банковских услуг и активно используется всеми клиентами банка - это приобретение продукции, товаров, работ, услуг в организациях (магазины, салоны и т.д.), в которых человек может сэкономить средства, расплачиваясь бонусами, начисленными за ранее совершенные покупки.

Все партнеры по данному направлению представлены на сайтах банков; их классификация идет по видам деятельности (товары и услуги, товары и техника для дома и сада, оборудование, одежда и обувь, объявления, образование, путешествия, туризм, спорт, игры, развлечения и т.д.). В связи с этим коммерческий банк открыт для сотрудничества с широким кругом поставщиков качественных товаров и

услуг, заинтересован в покупке и аренде объектов коммерческой недвижимости для своих офисов и подразделений, а также предлагает приобрести или арендовать пул собственных объектов недвижимости.

При подборе объектов коммерческой недвижимости для размещения своих офисов по обслуживанию клиентов банки руководствуется, в первую очередь, принципами удобства расположения и доступности для клиентов – как для пешеходов, так и для автомобилистов, а также возможностью организации в помещении современного банковского подразделения.

Многие банки активно сотрудничает с различными авиакомпаниями и при оформлении банковских карт клиенты банка получают мили за каждую покупку по карте или при совершении полетов (например, программа Сбербанка «Аэрофлот бонус» позволяет обменивать накопленные мили на полёты Аэрофлотом и рейсами альянса SkyTeam). Аэрофлот-бонус представляет собой площадку, где на взаимовыгодных условиях взаимодействует неограниченное количество людей, авиакомпаний, отелей, сервисов по аренде авто, финансовых учреждений, страховых компании, операторов сотовой связи и магазинов.

Работа с перспективными и VIP клиентами представляет особый вид обслуживания для людей, желающих сэкономить личное время и получить максимум привилегий (например, программы «Сбербанк Премьер», «Сбербанк Премиум»). Программа включает представление ряда услуг: премиальные карты, повышенные бонусы Спасибо, вклады под более высокие процентные ставки, страхование клиента и его близких на время путешествий, валютные операции по самому выгодному курсу, аренда индивидуальных банковских сейфов, персональное обслуживание и другие услуги.

При осуществлении таких партнерских связей клиенты банка, их потребности, мечты и цели становятся основой деятельности банка как организации. Банк становится банком-партнером, который ежедневно готов помочь каждому клиенту во всем, что связано с финансами.

Например, среди клиентов крупнейшего банка России - Сбербанка - более 1 млн. предприятий (из 4,5 млн. зарегистрированных юридических лиц в России). Банк обслуживает все группы корпоративных клиентов, причем на долю малых и средних компаний приходится более 35% корпоративного кредитного портфеля банка. Оставшаяся часть - это кредитование крупных и крупнейших корпоративных клиентов. На рисунке 2 для примера такой банковской активности при построении партнерских связей представлена информация о клиентах этого банка.

Сбербанк стремится к тому, чтобы клиенты видели в нем надежного делового партнера. Для создания качественно нового уровня клиентского сервиса был запущен канал удаленного обслуживания клиентов – Центр корпоративных решений. В 2017 году на полную мощность заработали региональные площадки в Санкт-Петербурге, Туле, Ставрополе, Тольятти, Екатеринбурге и Новосибирске, где централизованы ключевые сервисные и продуктовые функции: удаленные продажи и телемаркетинг, сервисное обслуживание, претензионная работа, поддержка по вопросам транзакционного бизнеса, а также справочно-информационная служба. В 2017 году Сбербанк расширил возможности для доступа клиентов к

услугам банка, запустив новые каналы продаж – удаленный Клиентский менеджер (через Центр корпоративных решений).

Корпоративные клиенты

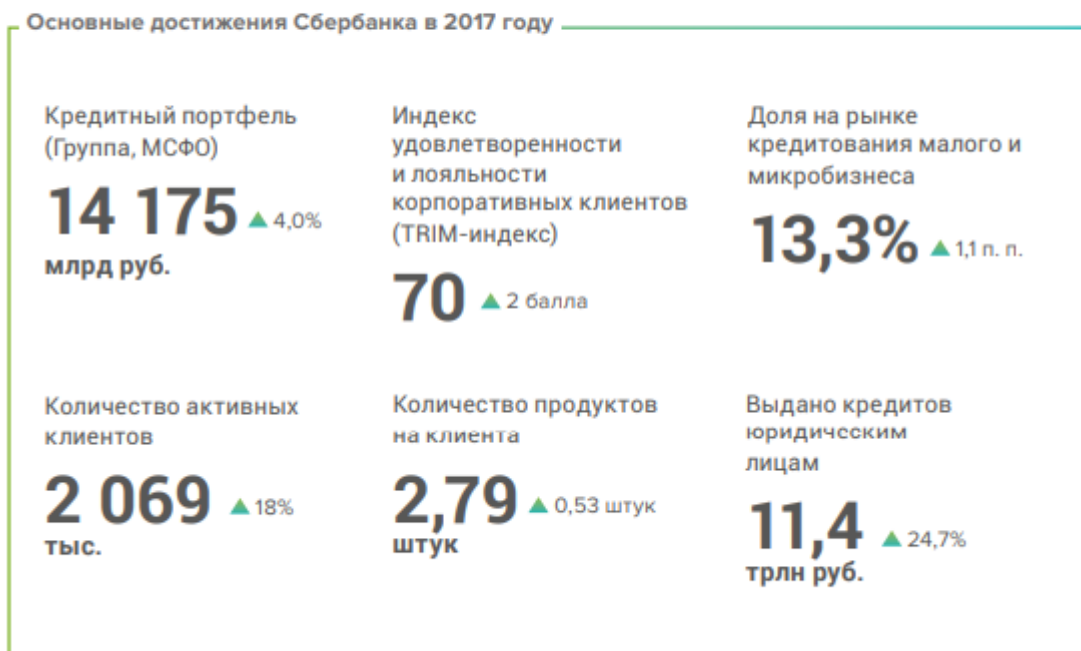


Рисунок 2. Основные достижения Сбербанка в 2017 году по работе с корпоративными клиентами

Постоянное повышение уровня обслуживания корпоративных клиентов и создание позитивного клиентского опыта являются приоритетами как для Сбербанка, так и для многих других банков. Так, например, в 2017 году Индекс удовлетворенности и лояльности корпоративных клиентов (TRIM-индекс) по блоку «Корпоративный бизнес» вырос на 2 балла и составил 70 баллов. С 2017 года Сбербанк начал замерять «Индекс клиентских усилий», оценивающий простоту взаимодействия с банком. По итогам первого замера показатель по корпоративным клиентам составил 39 из 100 баллов.

В 2017 году банком был внедрен ряд процедур по улучшению качества обслуживания клиентов. Создан круглосуточный сервис для поддержки клиентов малого и микробизнеса после выдачи кредита. Запущен проект обратной связи «Голос клиента», в котором тщательно анализируется каждый негативный отзыв и ведется отдельная работа с нерешенными обращениями. К концу 2017 года среднемесячное количество обращений на 1000 активных клиентов составило 9,6 – на 0,6 обращений меньше, чем в конце 2016 года.

Для построения партнерских связей, специалистам банка необходимо учитывать специфику обслуживаемых отраслей, ведь клиентами Сбербанка, как уже отмечалось, является 1 млн. предприятий в Российской Федерации из 4,5 миллионов официально зарегистрированных.

В таблице 1 для примера представлена информация по структуре кредитов клиентам группы Сбербанка по отраслям экономики. При этом можно отметить, что наибольшая сумма кредитования приходится на кредитование физических лиц, она увеличилась за 9 месяцев на 703, 1 млрд. рублей и до величины 6 419,7 млрд. рублей (31,9% от общей суммы кредитования); наименьшая доля - 0,5 % в общей сумме кредитования приходится на деревообрабатывающую промышленность.

Таблица 1

Кредитование клиентов банка

Клиенты банка	Сумма кредитов на 30.09.2018г. (млрд. руб.)	Сумма кредитов на 31.12.2017г. (млрд. руб.)
Физические лица	6 419,7	5 716,6
Нефтегазовая промышленность	1 690,7	1 754,4
Операции с недвижимым имуществом	1 623,1	1 457,3
Торговля	1 439,	1 530,8
Металлургия	1 432,1	1 324,7
Пищевая промышленность и сельское хозяйство	1 050,8	1 097,0
Машиностроение	965,4	865,2
Телекоммуникации	836,7	822,4
Энергетика	810,0	878,4
Транспорт и логистика	751,5	636,9
Строительство	722,1	828,3
Химическая промышленность	621,9	592,0
Государственные и муниципальные учреждения	569,7	724,6
Услуги	479,1	827,9
Деревообрабатывающая промышленность	102,5	92,7
Прочее	630,2	742,0
Итого:	20 144,7	19 891,2

По самым крупным группам клиентов для наглядности представлены диаграммы изменения структуры за 9 месяцев 2018 года (рисунок 3).

Для оценки партнерских связей коммерческих банков предлагаем использовать и апробировать систему показателей, которая ранее не применялась в их практической деятельности.



Рисунок 3. Изменение структуры кредитования

Предлагается рассчитать следующие коэффициенты, характеризующие партнерские связи банка: отток клиентов и партнеров за отчетный период; приток клиентов и партнеров за отчетный период; удержание клиентов и партнеров; надежность клиентов и партнеров; ценность и долговечность клиентов и партнеров, а также лояльность клиентов и партнеров (таблица 2).

Таблица 2

Показатели оценки партнерских связей для коммерческих банков

Показатель	Формула расчета	Обозначения	Примечание
Коэффициент оттока клиентов и партнеров за отчетный период	Число клиентов и партнеров, покинувших банк за отчетный период/Среднее число клиентов и партнеров банка в отчетном периоде	Кокп	Характеризует число клиентов и партнеров, которые перестали пользоваться услугами банка за отчетный период по различным причинам
Коэффициент притока клиентов и партнеров за отчетный период	Число клиентов и партнеров, заключивших договоры с банком за отчетный период/Среднее число клиентов и партнеров банка в отчетном периоде	Ккп	Величина, характеризующая появление в банке новых клиентов и партнеров за отчетный период
Коэффициент удержания клиентов и партнеров	Количество клиентов банка на конец периода минус количество клиентов банка, переставших пользоваться его услугами минус количество новых клиентов	Кукп	Этот коэффициент отражает, насколько хорошо банк умеет сохранять своих клиентов и партнеров,

Показатель	Формула расчета	Обозначения	Примечание
	за отчетный период времени / количество клиентов на начало отчетного периода		предлагая им качественные и востребованные услуги
Коэффициент надежности клиентов и партнеров	Рейтинг надежности клиента/максимально возможная оценка клиентов и партнеров по их надежности	Кнкп	Характеризует надежность клиента или партнера по отношению к максимально возможной величине надежности в баллах
Коэффициент ценности и долговечности клиентов и партнеров	Средняя сумма банковской операции по всем клиентам и партнерам за отчетный период х среднее число операций за отчетный период х коэффициент прибыльности клиента х среднее «время жизни» клиента (сумма месяцев или лет, в течение которых клиенты обслуживаются в банке / количество клиентов)/ среднее количество клиентов в банке	Кцкп	Этот показатель позволит измерить ценность клиента, исходя из средней суммы банковских операций за определенный срок взаимоотношений с коммерческим банком.
Лояльность клиентов и партнеров	Доля сторонников – Доля критикующих	Лкп	Показывает степень удовлетворенности клиентов и партнеров банка его работой и качеством услуг; вероятность того, что данный банк будут рекомендовать своему окружению

Рассчитаем данные показатели на примере «Сбербанка России» за 2018 год и 2020 год (прогноз по данным стратегического плана банка) и представим результаты расчета в таблице 3.

Следует отметить, что для определения лояльности клиентов и партнеров вначале рекомендуется провести их опрос, задав им один вопрос: «С какой вероятностью от 0 до 10 они готовы рекомендовать банк своему окружению?» [7?8].

Далее на основе всех полученных оценок, их необходимо разделить на три группы: те, кто оценил высоко вероятность того, что будут рекомендовать банк своему окружению, имеют 9-10 баллов. В терминологии разработчиков показателя лояльности эта категория клиентов называется «Promoters»; вторая группа – те, кто оценил эту вероятность в 7-8 баллов. Это так называемые нейтральные клиенты или партнеры; третья группа – оценившие поддержку банка с вероятностью 0-6. В терминологии бизнеса эта категория

клиентов и партнеров называется «Detractors». В дословном переводе с английского языка этот термин означает «Клеветники» или «те, кто отвлекают».

Таблица 3

Показатели оценки партнерских связей в ПАО «Сбербанк»

Показатель	2018 год	2020 год (прогноз)	Изменение
Кокп	0,019	0,012	-0,007
Клпкп	0,066	0,073	0,003
Кукп	0,948	0,949	0,001
Кнкп	0,64	0,75	0,11
Кцкп	73,2	75	1,8
Лкп	0,113	0,258	0,145

Ввиду прогнозируемого увеличения среднего числа партнеров и клиентов данного банка в 2020 году до 85 млн., и увеличения новых клиентов, заключивших договоры с банком, значение коэффициента притока клиентов было рассчитано с увеличением показателя на 0,3%. Также количество ушедших партнеров и клиентов планируется снизить, значение коэффициента оттока соответственно уменьшится на 0,7%.

Банку рекомендуется действовать в соответствии с утвержденной политикой, наращивать количество новых клиентов и партнеров, не теряя уже имеющихся. Банк хорошо умеет сохранять своих клиентов и партнеров, предлагая им качественные и востребованные услуги: поэтому значения коэффициентов в 2018 и 2020 годах близки к 1, с тенденцией улучшения показателя в 2020 году.

Для анализа партнерских и клиентских отношений для «Сбербанка России» также был рассчитан показатель надежности клиентов и партнеров. За два года согласно утвержденной стратегии планируется повысить данный показатель до величины 0,75 доли единиц.

Коэффициент ценности и долговечности клиентов и партнеров характеризует сумму всех операций клиентов и партнеров банка, приходящуюся на одного клиента с учетом поправки этой величины на прибыльность банковских операций и среднее время жизни клиента в банке, приходящееся на одного клиента. Этот показатель также демонстрирует тенденцию к увеличению согласно прогнозу на 2020 год.

Показатель степени удовлетворенности клиентов и партнеров банка его работой и качеством услуг, и вероятность того, что данный банк будут рекомендовать своему окружению, за 2 года планируется увеличить на 0,145, уменьшив долю критикующих и увеличив долю лояльных сторонников.

Банку рекомендуется изучить долю критикующих его клиентов, а также долю клиентов и партнеров, которые ответили нейтрально, для дальнейшего улучшения данного показателя.

Таким образом, в рамках осуществления анализа партнерских связей коммерческих банков более подробно рассмотрены ответственный, активный и партнерский уровни отношений. Банкам следует рекомендовать именно партнерский уровень отношений.

Партнерские связи с организациями, сотрудничающими с банками, показали, что возможно, стать партнером банка в качестве поставщика товаров и услуг его клиентам; аренды и покупки недвижимости банка.

Для оценки партнерских связей предложена и апробирована на примере Сбербанка система показателей, которая ранее не применялась в практической деятельности коммерческих банков.

Библиографический список

1. Зернова Л.Е. Проблемы и пути совершенствования деятельности коммерческих банков. // Монография. - 2018 – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 228 с.
2. Агеева Н.А. Основы банковского дела; // НИЦ ИНФРА-М, - 2015– 212 с.
- 3.Зернова Л.Е., Желудкова А.С. To the question about the analysis of banking systems // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сб.статей. междунар.науч.-практич. конф. Пермь - НИЦ АЭТЕРНА - 2016 - Ч.1 - с.5-6;
- 4.Зернова Л.Е., Желудкова А.С. To the question about the definition of a business partner for the bank // Наука в современном мире: приоритеты развития. –Уфа - НИЦ «Ника» - 2017 - Ч.1 - с.144-145;
- 5.Зернова Л.Е., Желудкова А.С. Особенности делового партнера для банка // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сб.статей. междунар.науч.-практич. конф. – Казань - НИЦ АЭТЕРНА -2017 - Ч.1 - с.15-158;
- 6.Зернова Л.Е., Желудкова А.С. Партнерские отношения в сфере коммерческих банков // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (ВЕКТОР-2017): материалы междунар.науч.конф. – М. - РГУ им А.Н. Косыгина - 2017 - с. 53-55.
- 7.Гордон Я. «Маркетинг партнерских. отношений» // СПб., Питер, - 2015 - 381 с.
- 8.Иванченко О.В. Маркетинг отношений как инструмент повышения эффективности деятельности банков // Концепт. –2016. – Спецвыпуск No17. – с.250

УДК 336.025

Никонова О.П., Выжитович А.М. Теоретические и организационные основы налогового контроля в России

Theoretical and organizational bases of tax control in Russia

Никонова Ольга Петровна

студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Выжитович Александр Михайлович

научный руководитель кафедры общественных финансов, доцент, к.э.н.

Nikonova Olga Petrovna

student

Novosibirsk State University of Economics and Management "NINH"

Vyzhitovich Alexander Mikhailovich

Scientific Director of the Department of Public Finance, Associate Professor, Ph.D.

Аннотация. Данная статья посвящена определению теоретических и организационных основ налогового контроля. В современных условиях большое значение в общей системе ведения государственного финансового контроля имеет налоговый контроль, так как налоги являются главными фискально-регулирующими мерами рыночного хозяйства. В работе применяются специальные методы научного познания: анализ литературы, методы табличного отображения данных.

Ключевые слова: камеральная проверка, налоговый контроль, выездные проверки, налогоплательщики

Abstract: This article is devoted to the definition of theoretical and organizational bases of tax control. In modern conditions, tax control is of great importance in the General system of state financial control, since taxes are the main fiscal and regulatory measures of the market economy. The paper uses special methods of scientific knowledge: literature analysis, methods of tabular data display.

Keywords: cameral check, tax control, exit checks, taxpayers.

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

В современных условиях большое значение в общей системе ведения государственного финансового контроля имеет налоговый контроль, так как налоги являются главными фискально-регулирующими мерами рыночного хозяйства.

Ведущей и самой результативной формой налогового контроля становятся налоговые проверки, которые могут проводиться как в налоговом органе (камеральная проверка), так и по фактическому месту нахождения налогоплательщиков (выездная проверка). Камеральная проверка является процедурой, проводимой налоговыми органами относительно определенного лица и состоит из несколько последовательных операций.

Вопросы, которые касаются осуществления налоговых проверок становятся весьма значительными,

так как на сегодняшний день ни один налогоплательщик не застрахован от налоговых проверок. Налоговый контроль гарантирует обратную связь налогоплательщиков с органами государственной власти, поэтому от его эффективности зависит благополучие и экономическая безопасность страны [8].

Для юридической науки актуальным является проведение систематизации накопленных теоретических и практических знаний в области организации налоговых проверок и формулировка предложений по повышению результативности их проведения.

Изучение нормативного регламентирования налоговых проверок стало относительно новой темой для отечественной правовой науки. Совокупных исследований, которые были бы связаны с данным вопросом, в российской юридической науке за последние 5 лет не осуществлялось. Ученые разных направлений юридической науки всегда уделяли большое внимание институту налогового контроля. В последние годы исследованием вопросов налогового контроля занимались авторы Бельский К. С., Брызгалин А. В., Винницкий Д. В., Гаджиев Г. А., Горбунова О. Н., Захарова Р. Ф. и др.

Однако, в результате внесения в Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 137-ФЗ изменений в Налоговый кодекс, работы данных авторов в существенной мере утратили свою актуальность. Постоянное изменение в налоговом законодательстве требует непрерывного научного исследования [2].

Ученые рассматривают налоговый контроль с 3-х точек зрения, например, как: специфическую деятельность представительных государственных органов по соблюдению налогового законодательства; совокупность мероприятий, способов проверки соблюдения налогового законодательства; систему организационно-методических и технических точек зрения.

Сравнительный анализ понятий «налоговый контроль» представлен в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ понятий «налоговый контроль»

Автор	Определение
Подунай О. А. [11]	Налоговый контроль рассматривает как функцию или звено государственного управления экономикой, как специфическую работу по выполнению налогового законодательства
Булатов С. Р. [3]	Налоговый контроль является специализированным (лишь относительно налогов и сборов) надведомственным (вне рамок ведомств) государственным контролем
Макаренко О. [9]	Подразумевает под налоговым контролем «работу должностных лиц налоговых органов в границах своей компетенции и формах, которые предусмотрены НК РФ, с целью проведения проверки точности исчисления и уплаты налогов и сборов, а также установления и устранения налоговых правонарушений и причин, которые их порождают, выполнения законодательства о налогах и сборах».
НК РФ (ст. 82) [1]	Характеризует налоговый контроль как деятельность представительных органов по контролю за выполнением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах в порядке, который установлен НК РФ
Нестеренко А. С. [10]	Полагает налоговый контроль как составную часть формируемого страной организационно-правового механизма управления, который представляет собой особый вид деятельности специально представительных органов, в ходе которой гарантируются установленное нормами налогового права выполнение должностных обязанностей лиц в области налогообложения, анализ и выявление оснований для проведения принудительного налогового изъятия в бюджетную систему, а также определение оснований для применения мер ответственности за совершение налоговых правонарушений
Кочкаров А.	Налоговый контроль - это установленная законодательством совокупность мер и инструментов

Автор	Определение
А. [5]	руководства компетентных органов, которые обеспечивают выполнение налогового законодательства и точность определения, полноту и уместность внесения налогов в бюджет или внебюджетные фонды
Чеканова В. И. [12]	Характеризуют налоговый контроль как обеспечение полноты и своевременности уплаты юридическими и физическими лицами налогов и иных обязательных платежей

Изучение основных понятий и сущности налогового контроля позволило определить, что под налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном НК РФ [7].

Налоговыми органами используется несколько форм налогового контроля, среди которых основополагающими являются налоговые проверки, которые подразделяются на выездные и камеральные. Разница и сходство выездных и камеральных проверок представлена в таблице 2.

Таблица 2

Разница и сходство выездных и камеральных проверок [6]

Выездные проверки	Камеральные проверки
Сходство	
Проводятся одним и тем же государственным ведомством	
Изучаются документы	
Разница	
Осуществляется на территории проверяемого предприятия	Осуществляются по месту работы государственных инспекторов
Исследуется значительный перечень документов, а также содержание разных хозяйственных операций	Исследуются только отчетные документы

Камеральная проверка не так безобидна, как кажется на первый взгляд. С ее помощью налоговый орган может делать определенные выводы о налогоплательщике, которые могут стать основанием для более серьезной проверки – выездной.

В ходе налогового контроля необходимо проверять вопросы обоснованной налоговой выгоды при изменении моделей бизнеса юридических лиц, в связи с чем важно учитывать доказательную базу экономической обоснованности произведенных расходов для целей налогообложения [4].

Внедрение современных информационных компьютерных технологий, способствующих реализации реформы цифровой экономики, в деятельность государственных органов позволяет: ускорить и оптимизировать процесс принятия управленческих решений; упростить процедуры подачи и получения необходимой информации и документов гражданами и организациями; оптимизировать деятельность государственных органов, снизить численность работников и сократить бюджетные расходы на государственный аппарат.

На основе изложенного можно сделать вывод о том, что налоговые проверки в системе налогового контроля, представляют собой комплекс процессуальных действий налоговых органов по контролю за правильностью исчисления, своевременностью и полнотой уплаты налогов и сборов с соблюдением налогового законодательства. Таким образом, налоговые проверки призваны способствовать формированию налоговых доходов государства, а также соблюдению законодательства о налогах и сборах. В процессе развития общества необходим постоянный процесс совершенствования организации налоговых проверок.

Библиографический список

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации (Часть первая): [Федеральный Закон от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ. Принят Государственной Думой 16.07.1998 г.: в ред. от 27.12.2018 г.] // Собрание законодательства РФ 03.08.1998 г.
2. Богданкевич Е.В. Налоговый контроль в современных условиях развития налоговой системы // Финансы и кредит. - 2017. - № 4. - С. 32-39.
3. Булатов С.Р. Предоставление пояснений в рамках камеральной проверки бухгалтерской отчетности // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. - 2018. - № 12. - С. 41-49.
4. Выжитович А.М., Булгакова И.А., Гаврилюк Е.А. Экономическая обоснованность расходов предприятий на аутсорсинг для целей налогообложения // Развитие территорий. СИУ - филиал РАНХиГС. - 2015. - № 3. - С.12-17.
5. Кочкаров А.А. Камеральная налоговая проверка - форма предупреждения налоговых правонарушений // Экономика. Налоги. Право. - 2017. - № 5. - С. 115-123.
6. Кривцова М.К. Характеристика камеральных налоговых проверок в РФ // Проблемы экономики и менеджмента. - 2016. - № 2. - С. 105-107.
7. Лермонтов Ю.М. Камеральная проверка как форма налогового контроля // Все для бухгалтера. - 2017. - № 9. - С. 74-79.
8. Майорова И.М. Камеральные налоговые проверки как объект статистического исследования // Дайджест-финансы. - 2017. - № 5. - С. 84-92.
9. Макаренко О. Налогообложение: учебник. - М.: Магистр, 2018. - С. 102-103.
10. Нестеренко А.С. Современный механизм налогового контроля в России // Вестник СГСЭУ. - 2017. - № 1. - С. 87-93.
11. Подунай О.А. Камеральные проверки налогоплательщиков-индивидуальных предпринимателей РК в соответствии с налоговым законодательством РФ // Таврический научный обозреватель. - 2016. - № 11. - С. 44-51.
12. Чеканова В.И. Совершенствование налоговых камеральных проверок // Инновационная наука. - 2016. - № 6. - С. 281-283.

Экономика и управление в образовании

УДК 33

Потеев А.Т., Холявка К.А. Кадровый потенциал для инновационной
ЭКОНОМИКИ

The personal potential for innovational economy

Потеев Артур Тихонович

к.э.н., профессор кафедры экономической теории
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Холявка Кирилл Алексеевич

магистрант
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления
Poteev Arthur Tikhonovich
Ph.D., Professor of the Department of Economic Theory
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management
Kolyavka Kirill Alekseevich
master student
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky "
Institute of economics and management

Аннотация. Статья посвящена коррективам системы образования, способствующим формированию кадрового потенциала, соответствующего современным требованиям инновационной экономики.

Ключевые слова: механизация, автоматизация, роботизация производства, инновации, высококвалифицированный труд, подготовка кадров.

Abstract. The article is devoted to education sistem, correction in order to have personal potential adequate to innovation of economy.

Keywords: automation, robot, mechanization, innivation, skilled labour, qualification.

Рецензент: Лаврентьева Марина Анатольевна, к.э.н., доцент кафедры Социальной медицины и организации здравоохранения. Приволжский исследовательский медицинский университет

Введение. Надвигающейся эпохе прорывных технологий, обширной цифровизации экономики и сферы обслуживания все более настоятельно требуются специалисты новых видов деятельности.

Высококвалифицированные рабочие, инженеры, способные создавать и обслуживать автоматические линии, роботы, информационные и коммуникационные компьютерные сети, био- и нанотехнологии, становятся массовыми профессиями, необходимыми современному производству. Пока что технологическая инноватизация в России осуществляется крайне медленно. Одной из самых главных причин низких темпов инноватизации производства, на наш взгляд, является дефицит квалифицированных технических специалистов, способных к творчеству, изобретательству, техническому и технологическому новаторству. В производственных коллективах не сформирована философия технического творчества, отсутствует культ технологизации своего предприятия, рабочего места, каждой выполняемой операции. Мотивация к техническому усовершенствованию, росту производительности ослаблена. Система профессионального образования и производственная практика действующих предприятий технологически и функционально дистанцированы. И то и другое нуждаются в существенной корректировке.

Основной материал. Необходимо создавать на предприятиях творческие группы из числа работающих инженеров, техников, рабочих, задачей которых является усовершенствование всех применяемых технологий. Критический подход и целевая установка к совершенствованию, модернизации приемов труда, технических операций, применяемых орудий труда, механизмов должны стать общей атмосферой трудового коллектива, его технологической философией. Соответственно такой постановке технической политики пересматривается весь комплекс стимулирования – от моральных и социальных стимулов до материальных и денежных. Всякое рационализаторское предложение, усовершенствование и сокращение трудоемких физических операций означает без волокиты и промедлений адекватное вознаграждение авторов и исполнителей. Повышение уровня технологичности, рост производительности труда в таком коллективе становятся общей культурой, предметом гордости тружеников предприятия. Слушая музыку, мы наслаждаемся ей в том случае, когда композитор сочинил прекрасное музыкальное произведение, исполнители профессионально его воспроизводят на совершенных и соответствующих композиции инструментах. Так и в производственном процессе. Инженерная мысль материализуется в большей степени тогда, когда профессионально готовы к этому рабочие-исполнители, когда работники вооружены соответствующими инструментами, механизмами, оборудованием и материалами, когда созданы все необходимые условия для производительного труда. В производственном процессе необходима такая же слаженность и гармония, как и в оркестровом исполнении музыкального произведения.

Восхождение к технологическим вершинам происходит через этапы механизации и автоматизации производственных процессов, каждый из которых отличается по полноте и техническому совершенству способов удаления ручного физического труда человека, снижению трудоемкости.

Механизация – процесс замены ручного труда человека механизмами или машиной. Механизация может быть частичной и комплексной. Комплексная механизация означает механизацию всей технологической цепи, включающей как основное, так и вспомогательное производство.

Высшей ступенью механизации является автоматизация. Автоматизация означает применение системы машин, оборудования в производственном процессе, где полностью исключен физический труд человека. Функциями автоматизированного труда становится контроль за работой системы машин при помощи средств автоматики.

Комплексная автоматизация подготавливает условия для роботизации производственного процесса. Функционирование робототехнических средств основано на применении программного управления с использованием компьютерной техники, микропроцессоров и телекоммуникационных технологий. Роботизация – это современная ступень высокотехнологичного механизированного производства. Наряду с механизированными возникли и успешно развиваются такие виды высоких технологий как нано-, биотехнологии, молекулярные и т.п. технологии.

Автоматизация в современном промышленном производстве – связующее звено НТП с последующим внедрением промышленных роботов и манипуляторов, станков и автоматов с числовым программным управлением, компьютерными системами управления и цифровизацией. В числе новейших машин современного автоматизированного производства в отечественной практике широкое распространение получили роторные машины. В них на барабане-роторе размещены инструменты и рабочие органы машины, сообщающие инструментам функциональные движения в процессе вращения ротора. Здесь обработка предмета труда осуществляется синхронно с безостановочным его транспортированием от одного ротора к следующему. В итоге синхронизации устраняются потери времени на размещение операции и увеличивается производительность. Действует автоматическая непрерывная линия. Для малосерийного производства создаются гибкие автоматизированные системы, способные быстро перенастраиваться на производство меняющихся видов изделий.

Важно отметить, что каждому последующему восходящему этапу развития технологичности производственного процесса необходим адекватно возрастающий уровень подготовки как творческих, так и исполнительских кадров. Синхронность подготовки специалистов и развития технологичности производства взаимно дополняют и ускоряют научно-технический прогресс. И, наоборот, асинхронность сдерживает и замедляет оба процесса совершенствования технологии и специалистов.

В связи с автоматизацией и роботизацией производства потребовался ряд новых специальностей, таких как: аппаратчик-оператор, инженер-системотехник, оператор полуавтоматических линий, инженер измерительных приборов и автоматики, инженер автоматизирования производственных процессов, разработчик автоматизированной системы управления.

Адекватной реакции производство ожидает от системы экономического образования. Настало время готовить специалистов смежных профессий: инженер-экономист, экономист-технолог, экономист автоматизированного производства и другие специальности экономического профиля с технологическим уклоном или специализацией.

Определенной коррекции требует система профессиональной подготовки рабочих кадров. Если обратить внимание на статистику последних лет, то становится почти очевидной необходимость корректировки системы образования в России. За период с 2005 по 2016гг. уровень образования занятых в экономике значительно повышен. Процент занятых с высшим образованием увеличился с 26,2% (2005г.) до 33,5%(2016г.). Доля занятых со средним профессиональным образованием за этот же период возросла только с 25,6% до 25,9% по количеству подготовленных по программам среднего специального образования. По программам квалифицированных рабочих со средним образованием, соответственно доля увеличилась еще меньше – с 18,4% до 19,2% [1, с.41].

Особое значение в связи с повышением уровней технологичности производства приобретает структура подготовки специалистов по укрупненным группам профессий. Для анализа сложившихся тенденций в подготовке кадров рассмотрим распределение обучающихся в государственных образовательных учреждениях, реализующих программы среднего профессионального образования при подготовке квалифицированных рабочих, служащих и специалистов среднего звена (табл. 1).

Таблица 1

Распределение студентов по укрупненным группам отдельных профессий, принятых и выпущенных в 2016г., обучающихся по программам среднего профессионального образования в России

	Всего	Квалифицированны ых рабочих и служащих	Специа-листов среднего звена
<i>Всего</i>			
выпущено, чел.	628053	198429	429630
принято, чел.	888762	224178	664584
<i>в т.ч. по отдельным группам профессий:</i>			
<i>- техника и технологии строительства</i>			
выпущено, %	7,1	9,39	6,1
принято, %	7,4	10,7	6,3
<i>- информатика и вычислительная техника</i>			
выпущено, %	5,47	4,07	6,11
принято, %	5,56	3,44	6,25
<i>- электроника, радиотехника, средства связи</i>			
выпущено, %	0,9	0,94	1,43
принято, %	1,41	0,98	1,55
<i>- электро- и теплоэнергетика</i>			
выпущено, %	3,82	4,14	2,37
принято, %	3,77	4,39	3,56
<i>- ядерная энергетика и технология</i>			
выпущено, %	0,026	0	0,025
принято, %	0,03	0	0,03
<i>- машиностроение</i>			
выпущено, %	7,42	12,98	2,64
принято, %	7,4	16,58	4,01
<i>- химические технологии</i>			

	Всего	Квалифицированн ых рабочих и служащих	Специа-листов среднего звена
выпущено, %	0,74	0,77	0,44
принято, %	0,91	1,17	0,8
- техника и технологии наземного транспорта			
выпущено, %	12,51	18,69	9,66
принято, %	11,29	17,38	9,24
- техника и технологии кораблестроения			
выпущено, %	0,74	0,73	1,19
принято, %	1,38	0,89	1,54
- нанотехнологии и наноматериалы			
выпущено, %	0	0	0
принято, %	0	0	0
- экономика и управление			
выпущено, %	10,83	4,17	13,91
принято, %	8,91	3,18	10,84
- юриспруденция			
выпущено, %	3,54	0	5,17
принято, %	3,85	0	5,15

Источник: рассчитано авторами [1, с.291]

Как видно из анализа, приведенного в табл. 1, доля специалистов со средним профессиональным образованием, задача которых – непосредственное обслуживание современного технологического оборудования, остается и на будущие периоды очень низкой.

Сможет ли переломить сложившуюся кадровую ситуацию система подготовки кадров с высшим образованием? В целом число образовательных организаций высшего образования в Российской Федерации за последние годы, с учетом концентрации в более крупных вузах, сократилось. Так в 2001г. количество вузов было всего 1009 единиц, в т.ч. государственных – 621 и негосударственных – 388 единиц. В 2016г. их число сократилось до 818 учреждений, из которых государственных – 502 единиц, а негосударственных – 318. При этом общий выпуск специалистов с высшим образованием возрос с 720,2 тыс. чел. (2001г.) до 1161,1 тыс. чел. (2016г.).

Насколько коррелируется распределение приема и выпуска специалистов с высшим образованием с технологическим трендом в развитии российской экономике, в определенной степени, можно судить по распределению обучающихся по группам важнейших специальностей (табл. 2). Из приведенных в табл. 2 сведений очевидно, что такие высокотехнологичные отрасли производства, как электронная, радиотехническая, производство средств автоматики, химическая и биотехнологическая, энергетическая, морская техника и др. недополучают высококвалифицированных специалистов как среднего, так и высшего образования. С другой стороны, специалисты экономики и управления нуждаются в получении знаний в областях технологий производства. Поэтому, на наш взгляд, необходимо совмещение экономических, управленческих специальностей с прикладными технологическими дисциплинами. Востребованность таких специалистов со стороны производственных предприятий, несомненно, увеличится.

Таблица 2

Распределение приема студентов по отдельным группам специальностей высшего образования в вузах России в 2015, 2016гг.

	2015г.	2016г.
Принято всего, человек	1049562	1038247
в т.ч. по отдельным группам специальностей, %		
- энергетика, энергетическое машиностроение, электротехника	3,31	3,34
- морская техника	0,68	0,72
- транспортные средства	3,63	3,32
- электронная техника, радиотехника и средства связи	1,77	1,8
- автоматика	2,3	2,39
- информатика и вычислительная техника	4,01	4,27
- химическая и биотехнология	1,47	1,47
- технология производства продовольственных продуктов	1,22	1,26
- экономика и управление	19,94	17,83
- гуманитарные науки	18,03	19,14

Источник: рассчитано авторами [1,с.327]

Выводы. Системы организаций специального среднего и высшего образования нуждаются в корректировке количества приема и обучения студентов, путем увеличения доли обучающихся современным техническим, технологическим специальностям.

Производственные предприятия, формируя новую техническую, технологическую производственную политику, должны шире привлекаться к сотрудничеству с образовательными организациями в решении многочисленных научных, творческих, инженерно-технических проблем.

Семья, общественные организации, образовательные учреждения, кино, средства массовой информации – весь спектр социальных институтов необходимо ориентировать на формирование в обществе культа технического и технологического творчества молодежи. Инженер, изобретатель, высококвалифицированный рабочий должны стать «героями нашего времени».

Библиографический список

1. Образование в России – 2017. Статистический бюлетень. – М.; Московский технологический университет, 2017. – 444с.
2. Российский статистический ежегодник, 2018. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] – Режим доступа: www.gks.ru.
3. Потеев А.Т. Технологический уклон в подготовке кадров для инновационной экономики // А.Т.Потеев, Е.С.Ваденина. Экономические исследования и разработки: электронный научно-исследовательский журнал. Нижний Новгород. НОО «Профессиональная наука». №3, 2019. – с.56-62.

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338.24

Балычев С.Ю., Батьковский М.А. Некоторые финансовые аспекты
диверсификации военного производства
Some of the financial aspects of the diversification military production

Балычев Сергей Юрьевич

кандидат экономических наук
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва Российская Федерация

Батьковский Михаил Александрович

кандидат экономических наук,
Научно-испытательный центр «Интеллектрон»,
г. Москва, Российская Федерация
Balychev Sergey Yurievich
Candidate of economic Sciences,
Financial University under the Government of the Russian Federation
Russia, Moscow
Batkovskiy Mikhail Alexandrovich
Candidate of economic Sciences,
Scientific testing center "Intelelectron",
Russia, Moscow

Аннотация. В настоящее время перед предприятиями оборонно-промышленного комплекса поставлена задача диверсификации военного производства. Ее решение сопряжено с большими рисками, в том числе между имеющимися у предприятий финансовыми ресурсами и потребностями в них. В условиях введения экономических санкций против Российской Федерации, в том числе многих предприятий оборонно-промышленного комплекса, а также дефицита инвестиционных ресурсов, удешевления национальной валюты и уменьшения Государственного оборонного заказа, им необходимо увеличить объемы привлекаемых извне финансовых средств. С этой целью предприятия используют механизм кредитования. Однако, чтобы стимулировать диверсификацию военного производства, необходимо, с нашей точки зрения, внедрить механизм льготного кредитования указанных предприятий. Это позволит им сохранить и развить производственные мощности, необходимые для производства как военной, так и гражданской продукции. В статье предложен инструментальный возможный вариант оптимизации финансового обеспечения диверсификации при взаимодействии предприятий оборонно-промышленного комплекса с кредитными организациями.

Ключевые слова: диверсификация, предприятия, оборонно-промышленный комплекс, инструментарий, оптимизация, кредитные организации.

Abstract. Currently, the enterprises of the military-industrial complex have the task of diversifying military production. Her decision involves great risk, including among existing enterprises of the financial resources and needs. In the context of the introduction of economic sanctions against the Russian Federation, including many enterprises of the military-industrial complex, as well as the shortage of investment resources, the cheapening of the national currency and the reduction of the State defense order, they need to increase the volume of external funds. To this end, the company used the

credit facility. However, in order to stimulate the diversification of military production, it is necessary, in our view, to introduce a mechanism of concessional lending to these enterprises. This will allow them to maintain and develop the production capacity necessary for the production of both military and civilian products. In the article the tools of possible variant of optimization of financial support of diversification at interaction of the enterprises of military-industrial complex with credit organizations are offered.

Keywords: *diversification, enterprises of the military-industrial complex, the tools, the optimization of the credit institution.*

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение

Важной мерой государственной поддержки диверсификации оборонно-промышленного комплекса (ОПК) являются субсидии предприятиям на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях и государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)». Поэтому важным условием улучшения экономических условий диверсификации является разработка методического подхода к выбору кредитных организаций, для которых будут субсидироваться процентные выплаты по кредитам, выданным предприятиям, а также инструментария решения данной задачи [1].

Предполагается, что государство при проведении диверсификации может полностью оплатить стоимость кредита предприятиям ОПК с высокой степенью своего контроля и частично – с низкой степенью контроля. Указанные меры выгодны, по нашему мнению, не только предприятиям, входящим в состав оборонно-промышленного комплекса, но и кредитным организациям, так как косвенным образом они понижают риски невозврата кредитов и стимулируют инвестиционный процесс в высокотехнологичных отраслях промышленности [2; 3].

Инструментарий оптимизации взаимодействия кредитных организаций с предприятиями оборонно-промышленного комплекса, участвующими в диверсификации производства

Модель оптимизации финансового обеспечения диверсификации военного производства в самом общем виде можно представить следующим образом:

$$\rho: \left\{ \frac{N}{\mu_M} : M \xrightarrow{F} N(V) \right\} \xrightarrow{F} L_U \Rightarrow K_U, \quad (1)$$

где ρ - оператор соответствия реального процесса финансового обеспечения его модельному отображению; N - числовое выражение общего результата моделирования рассматриваемого процесса; V - различные результаты моделирования данного процесса; M - множество определённых значений факторов и характеристик этого процесса; μ_M - отображение, ставящее в соответствие множеству характеристик M

множество результатов моделирования $M(I)$; F - множество исходных факторов, используемых при моделировании; L_U - показатель (показатели) уровней состояния предприятий ОПК; K_U - критерий, характеризующий оптимальность процесса управления финансовым обеспечением диверсификации предприятий ОПК [4].

Учитывая сложность и объемность данной задачи, наличие множества неопределенных факторов и условий различного характера, а также трудности ее детальной количественной формализации, она может быть декомпозирована на совокупность частных логически взаимосвязанных управленческих задач. Одной из важных задач этой совокупности является задача оптимизации кредитования предприятий ОПК, участвующих в диверсификации военного производства.

При разработке модели данного кредитования предприятия ОПК целесообразно разделить на 3 группы. Основным критерием их группировки является удельный вес государства в уставном капитале предприятия оборонно-промышленного комплекса [5]. Для сопоставимости оценок по указанным критериям их предлагается определять в процентах (таблица 1).

Таблица 1

Группировка предприятий оборонно-промышленного комплекса

Группы предприятий	Доля государства в уставном капитале предприятия ОПК
Первая (I) – P^I	- государственные унитарные предприятия - 100% в федеральной собственности
Вторая (II) – P^{II}	- контрольный пакет в собственности государства (более 50%+1 акция) - блокирующий пакет в собственности государства (более 25%+1 акция)
Третья (III) – P^{III}	- пакет меньше блокирующего - без участия государства

Первая группа условно считается безрисковой, вследствие чего предприятиям ОПК указанной группы в модели можно предлагать наиболее приемлемые условия кредитования (процентные ставки и др.). Вторую группу можно считать среднерисковой. Предприятиям, входящим в эту группу, целесообразно устанавливать приемлемые условия кредитования. Третью группу – высокорисковую – образуют предприятия ОПК, которым следует предлагать в модели самые высокие (из возможных) ставки по кредитам [6].

Первой задачей, которую можно решить с помощью предлагаемой модели, является распределение кредитными организациями денежных средств между предприятиями указанных групп. Для ее решения обозначим: $t=1...T$ – время; C_t^I , C_t^{II} , C_t^{III} – число предприятий в указанных группах в момент времени t и предшествующий момент $t-1$; bC_t^I , bC_t^{II} , bC_t^{III} – число обанкротившихся предприятий в период времени t ; nwC_t^I , nwC_t^{II} , nwC_t^{III} – число новых предприятий в указанных группах времени t . Тогда, с учетом принятых обозначений:

$$C_t^I = C_{t-1}^I - bC_t^I + nwC_t^I \quad (2)$$

$$C_t^{\text{II}} = C_{t-1}^{\text{II}} - bC_t^{\text{II}} + nwC_t^{\text{II}} \quad (3)$$

$$C_t^{\text{III}} = C_{t-1}^{\text{III}} - bC_t^{\text{III}} + nwC_t^{\text{III}} \quad (4)$$

Допустим, что кредиты представляют K кредитных организаций, каждая из которых обозначается с помощью переменной j , $1 \leq j \leq K$. Размеры кредитов, которые выдаются кредитными организациями предприятиям ОПК, входящих в первую группу, обозначим x , вторую группу – y , третью группу – z (принято, что $x=y=z$). Представим, что в период времени t величина кредита меняется в соответствии со следующей зависимостью C_{r_0}/K , где C_{r_0} – совокупный спрос в кредитах в первом периоде. Указанные денежные средства распределяются по группам предприятий в соответствии с числом предприятий в них и размерами выдаваемых кредитов. Так, например, для первой группы предприятий ОПК объем денежных средства W_t^{1j} равен:

$$W_t^{1j} = \frac{C_t^{\text{I}} \times x}{C_t^{\text{I}} \times x + C_t^{\text{II}} \times y + C_t^{\text{III}} \times z} \times W_t^j \quad (5)$$

Аналогично распределяются денежные средства между предприятиями в других группах.

Второй задачей, для решения которой разработана рассматриваемая модель, является расчет уровня риска невозврата кредита [7]. Предположим, что какая-то кредитная организация планирует в период времени t , работая с предприятиями ОПК, входящими в третью группу, получить прибыль в размере $M_t^{\text{III}j}$ %. При этом уровень риска невозврата кредита в данной группе равен $R_t^{\text{III}j}$ %. Тогда рассматриваемой кредитной организации для решения задачи необходимо установить процентную ставку $\Psi_t^{\text{III}j}$ в размере:

$$\Psi_t^{\text{III}j} = \frac{1 + M_t^{\text{III}j}}{1 - R_t^{\text{III}j}} \quad (6)$$

Расчет процентных ставок Ψ_t^{1j} и Ψ_t^{2j} для предприятий, входящих в первую и вторую группы, должен осуществляться аналогично.

Кредитные организации должны учитывать все случаи невозвратов кредитов по каждой группе предприятий ОПК [8]. Если у какой-то кредитной организации риски невозвратов кредитов меньше, то она должна пересчитать процентные ставки, используя зависимость (5), но не ниже ставки рефинансирования.

Количество предприятий ОПК, которые желают взять кредиты в период t , определяется величиной процентных ставок Ψ_t^{1j} , Ψ_t^{2j} , $\Psi_t^{\text{III}j}$ для разных их групп (чем ниже ставки, тем больше обращений). Распределение предприятий ОПК при их кредитовании необходимо проводить следующим образом. В первую очередь предприятия, входящие в одну группу, берут кредиты у кредитной организации, у которой ставки

кредитования наименьшие. Соответственно, данная организация может выдавать предприятиям ОПК кредиты, до тех пор, пока она имеет возможность делать это.

Если часть предприятий этой группы не получили кредит в рассматриваемой кредитной организации, то они вынуждены брать кредит в другой организации, у которой величина ставки наименьшая среди ставок оставшихся организаций. Если у ряда кредитных организаций величина процентных ставок одинакова, то предполагается, что предприятия ОПК делятся между ними поровну. В случае, когда кредитная организация не выдала ни одного кредита в рассматриваемый период, то ее необходимо исключить из числа рассматриваемых организаций [9].

Число выданных кредитов кредитной организацией j в период t в трех группах предприятий ОПК, обозначим, как w_t^{Ij} , w_t^{IIj} , w_t^{IIIj} . Тогда число всех кредитов, выданных кредитной организацией j в период t определяется следующим образом:

$$w_t^j = w_t^{Ij} + w_t^{IIj} + w_t^{IIIj} \quad (7)$$

Объем денежных средств, которые выданы в период t предприятиям ОПК, входящим во все их группы, выразим, переменные Σ_t^{Ij} , Σ_t^{IIj} , Σ_t^{IIIj} . Тогда, например, переменную Σ_t^{Ij} можно рассчитать, используя следующую формулу:

$$\Sigma_t^{Ij} = x \times w_t^{Ij} \quad (8)$$

Таким же образом должны рассчитываться значения переменных Σ_t^{IIj} и Σ_t^{IIIj} .

В этом случае можно определить в период t прибыль кредитной организации j , используя зависимость:

$$M_t^j = \Sigma_t^{Ij} \times \Psi_t^{Ij} + (\Sigma_t^{IIj} - y \times bC_t^{IIj}) \times \Psi_t^{IIj} + (\Sigma_t^{IIIj} - z \times bC_t^{IIIj}) \times \Psi_t^{IIIj} \quad (9)$$

В качестве обеспечения кредитов выступают, как правило, недвижимость, оборудование и др. (с учетом специфики их использования в ОПК). В силу отмеченного обстоятельства, если предприятие ОПК не возвращает кредит, то кредитная организация вернет его, реализуя заложенную недвижимость, товарно-материальные ценности и т.д. Для упрощения модели в ней в подобных случаях средства, возвращаемые кредитной организацией, не учитываются во время расчета ее прибыли. Распределение кредитных организаций по показателю «эффективность кредитования» предлагается проводить, рассчитывая I -показатель, используемый в деловой игре «Никсдорф Дельта» [10.]. Однако, с нашей точки зрения, данный показатель следует модифицировать применительно к условиям решаемой задачи. Предлагается использовать Q -показатель, в котором предложены другие критерии оценки. Рассчитывать Q -показатель кредитной организации j в период времени t можно следующим образом:

$$Q_t^j = \sqrt{\gamma \times \left(\frac{M_t^{\max} - M_t^j}{M_t^{\max}} \right)^2 + (2 - \gamma) \times \left(\frac{w_t^{\max} - w_t^j}{w_t^{\max}} \right)^2}, \quad (10)$$

где γ – коэффициент, значение которого находится в интервале $0 \leq \gamma \leq 2$; $M_t^{\max} = \max_{1 \leq j \leq K} \{M_t^j\}$

– наибольшая прибыль, которая получена среди K кредитных организаций; M_t^j – прибыль, которая в период t получена j -ой кредитной организацией $1 \leq j \leq K$; $w_t^{\max} = \max_{1 \leq j \leq K} \{w_t^j\}$ – наибольшее число кредитов, выданных предприятиям ОПК, среди K кредитных организаций; w_t^j – число выданных кредитов j -ой кредитной организацией в период t , $1 \leq j \leq K$.

Число выданных кредитов учитывается в Q -показателе, т.к. оно определяет долю рынка, которую контролируется данной кредитной организацией. После вычисления показателя Q_t^j необходимо рассчитать общий Q -показатель для j -ой кредитной организации в период времени t

$$G_t^j = (2 - \lambda) \times G_{t-1}^j + \lambda \times Q_t^j, \quad (11)$$

где G_t^j – общий Q -показатель в период времени t ; G_{t-1}^j – общий Q -показатель в период времени $(t-1)$; λ – весовой коэффициент, который определяется следующим неравенством $0 < \lambda < 2$.

Q -показатель определяет процентную ставку кредитной организации за один прошлый временной период. Общий Q -показатель характеризует процентную ставку кредитной организации за несколько прошлых периодов. Все участвующие в кредитовании предприятий ОПК (K) кредитных организаций целесообразно проранжировать в зависимости от величины общего Q -показателя. С целью снижения значения данного показателя необходимо, чтобы кредитная организация увеличивала свою прибыль и число выдаваемых кредитов, оптимизируя процентные ставки.

Q_t^j имеет минимальное значение, равное нулю, когда $M_t^j = M_t^{\max}$ и $w_t^j = w_t^{\max}$ ($1 \leq j \leq K$) для любых значений коэффициента $0 \leq \gamma \leq 2$. Максимальное значение Q_t^j равно ориентировочно 1,4 и оно достигается при $M_t^j = w_t^j = 0$ ($1 \leq j \leq K$) для любых значений весового коэффициента $0 \leq \gamma \leq 2$:

$$Q_t^j = \sqrt{\gamma \times \left(\frac{M_t^{\max}}{M_t^{\max}} \right)^2 + (2 - \gamma) \times \left(\frac{w_t^{\max}}{w_t^{\max}} \right)^2} = \sqrt{\gamma + (2 - \gamma)} = \sqrt{2} \approx 1,4 \quad (12)$$

Общий показатель G_t^j больше или равен нулю, при этом он равен нулю при $Q_t^j = 0$ (верхнюю границу общий Q -показатель не имеет).

Следовательно, критерием отбора кредитных организаций, которым могут субсидироваться процентные выплаты по кредитам, получаемым предприятиями ОПК, осуществляющих диверсификацию, является числовое значение общего Q -показателя, с помощью которого необходимо ранжировать кредитные

организации, участвующие в данном процессе. Государственные субсидии необходимо представлять на кредиты, которые выданы банками с самым высоким рейтингом. Лучшим по рейтингу кредитным организациям можно также предоставлять налоговые льготы. За обладание данными преференциями кредитные организации будут стремиться повышать свой рейтинг, что означает стремление предоставить наибольшее количество наименее дорогих кредитов предприятиям ОПК [11].

Заключение

Предлагаемый подход позволяет описать механизмы государственной поддержки, удовлетворяющие всех заинтересованных участников: государство, кредитные организации и предприятия ОПК. В долгосрочном периоде лучшей стратегией по кредитованию данных предприятий является выбор минимальных из разумных процентных ставок [12]. Кроме того, низкие процентные ставки благоприятно сказываются на финансовом положении кредитруемых организаций, они позволяют им получать относительно дешевые инвестиционные ресурсы. Кроме того, государство может субсидировать не только процентные выплаты по кредитам, но и выплаты по возвращению самих кредитов, беря тем самым часть ответственности по их возвращению, и таким образом снижать риски невозврата кредитов [13].

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ,
проект № 18-00-00012 (№18-00-00008) КОМФИ.*

Библиографический список

1. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Хрусталева Е.Ю. Оптимизация управления развитием оборонно-промышленного комплекса в современных условиях // Электронная промышленность. - 2014. - №3. - С. 48-58
2. Сидорова И. Борисов анонсировал появление госпрограммы по диверсификации ОПК // РБК. 30 ноября 2018. // www.rbc.ru/politics/30/11/2018
3. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Гордейко С.В., Мерзлякова А.П. Оценка экономической устойчивости предприятий оборонно-промышленного комплекса // Аудит и финансовый анализ. - 2011. - № 6. - С. 120-126
4. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Мерзлякова А.П. Прогнозирование инновационного развития предприятий радиопромышленности // Радиопромышленность. - 2011. - № 3. - С. 32-42
5. Владимир Гутенев. В Госдуме готовится пакет законов о диверсификации предприятий ОПК // **Национальная Ассоциация нефтегазового сервиса** // 1 февраля. - 2018. // <https://nangs.org/news>
6. Батьковский А.М., Мерзлякова А.П. Оценка инновационных стратегий предприятия // Вопросы инновационной экономики. - 2011. - № 7. - С. 10-17
7. Михаил Ходаренок «Гражданка» поможет нарастить производство в военное время // ГазетаRu. 26.01.2018
8. Самофалова О. ВПК важно не повторить ошибки «конверсии по-советски» // Взгляд. 31 октября. 2017. // <https://vz.ru/economy/2017>
9. Бородакий Ю.В., Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Кравчук П.В. Моделирование процесса разработки наукоемкой продукции в оборонно-промышленном комплексе // Вопросы радиоэлектроники, серия Электронная вычислительная техника (ЭВТ). - 2014. - № 2. - С. 21-34.
10. Рудая И.Л. Стратегическая деловая игра Никсдорф Дельта: учебное пособие для участников игры. - М.: ЗАО "АНДА". - 2000. - 128 с.
11. Ремизов М.В. Диверсификация ОПК: миссия выполнима // Стимул - 12.04. 2019. <https://stimul.online/articles/analytics>
12. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Инновационная модернизация оборонно-промышленного комплекса России. - М.: онтоПринт, 2014. - 175 с.
13. Журенков Д. А., Трушкова Е. А. Стратегия диверсификации-2030 // Арсенал Отечества» - № 2(34)). - 2018.

УДК 33.338

Бородай В.А., Шевченко Е.М. Специфика и тенденции рынка фриланса при оказании сервисных услуг

The specifics and trends of the freelancing market in the provision of services

Бородай Владимир Александрович

Д.С.Н., профессор

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственный технический университет (ДГТУ)

Шевченко Елена Михайловна

К.Г.Н., доцент

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственный технический университет (ДГТУ)

Boroday Vladimir Alexandrovich,

Doctor of Sociology, Professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGTU)

Shevchenko Elena Mikhailovna

Ph.D., Associate Professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGTU)

Аннотация. В статье рассматривается проблема деятельности российских фрилансеров с точки зрения соблюдения правовых норм налогообложения. Показано, что точный объем теневых доходов самозанятых вычислить сложно, потому что никто не знает, сколько таких граждан занято в экономике. Тем не менее, как и в любом бизнесе, во фрилансе есть положительные и отрицательные стороны. Делается вывод о том, что к выходу из тени самозанятых подтолкнет специальный налоговый режим, а также инфраструктура для легализации доходов многочисленных фрилансеров.

Ключевые слова: фрилансер, налоги, эффективность, политика, малый бизнес, реформы, социальные решения.

Abstract. The article deals with the problem of the activities of Russian freelancers in terms of compliance with tax law. It is shown that it is difficult to calculate the exact amount of shadow incomes of the self-employed, because no one knows how many such citizens are employed in the economy. Nevertheless, as in any business, there are positive and negative sides to freelancing. It is concluded that the exit from the shadow of the self-employed will push a special tax regime, as well as infrastructure to legalize the income of numerous freelancers.

Keywords: freelancer, taxes, efficiency, politics, small business, reforms, social decisions.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В последнее время властные структуры принимают попытки вывести из тени такой слой граждан как самозанятые. Ни кнут, ни пряник не помогают: рынок фриланса и самозанятых предпочитает оставаться в

«серой зоне». Государство очень хочет контролировать этот рынок: создает сервисы для быстрых расчетов, упрощает налогообложение, грозит штрафами для непослушных. Однако участники рынка упорно не хотят выходить из полумрака. В чем причина? Попробуем проанализировать проблему. Нам представляется, что для объективного рассмотрения проблемы необходимо ответить на такие вопросы как:

- Платят ли налоги переводчики, копирайтеры, программисты, преподаватели-репетиторы?
- Какие факторы в 2019 году будут воздействовать на то, чтобы фрилансеры вышли из тени, и какие – на то, чтобы они остались в тени?
- Окажет ли воздействие на рынок система быстрых платежей ЦБ РФ и усиление внимания к переводам со стороны банков, прежде всего – Сбербанка?

На наш взгляд существует несколько факторов, которые значительно влияют на поведение российских фрилансеров, и не мотивируют их работать в правовом поле.

Во-первых, - к «закрытости» рынка привыкли обе стороны. Фриланс – это прежде всего источник заработка. Он может быть основным, с привлечением команды, и индивидуальным. Как и в любом бизнесе, во фрилансе есть положительные и отрицательные стороны [1]. Главный плюс – это дополнительный доход вне зависимости от вашего официального дохода в компании. К примеру, на бирже можно работать неполный день и получать от 30 тыс. руб., при полной занятости доход от проведенных сделок будет равен хорошей зарплате в офисе. И это без жесткой привязки к своему рабочему месту.

Минус фриланса – ненормированный график и несвоевременная оплата работ. Причина: для заказчика поставленная исполнителю задача часто второстепенна. Поэтому часто заказчик может передвигать дедлайны и сроки оплаты от одного дня до нескольких недель.

Долгое время рынок фриланс-услуг работал в тени. К «закрытости» бизнеса привыкли обе стороны: компаниям не нравится платить почти 40% налога за работу с физлицами. Исполнители вынуждены соглашаться на условия клиента работать без оформления – у них не было альтернативы [2].

Но положение меняется. На основе ввода данных в приложение «Мой налог» от ФНС фрилансер получает статус самозанятого. Для заказчика это означает отсутствие дополнительных трат на НДФЛ (13%), социальных отчислений в ПФ и другие фонды (27%). Таким образом, он экономит не только бюджет компании, но и время сотрудников на оформление всех бумаг. Подобная схема работает и в Америке, когда при оформлении статуса freelance contractor отчисления происходят за счет исполнителя. Мы, как биржа, не влияем на решение «платить или не платить» налоги и отчисления. Это лежит полностью на плечах заказчика и исполнителя.

Рассмотрим наглядный пример работы с копирайтером. Райтер получает за статью 3000 руб. Его работа должна быть как-то юридически оформлена. Для этого составляется договор подряда, куда прописываются все отчисления. В случае с ИП заказчик несет налоговые траты, но с меньшим процентом. Он понимает, что по бумагам надо платить государству в любом случае. К ставке налогов добавляется и отчуждение авторских прав (10% по рынку). Итого – общая стоимость услуги возрастает на ~40%. Он приходит

к выводу, что просто обналичить деньги в банке с комиссией 6-8% и ничего не подписывать – проще. А еще легче перевести оплату со своей банковской карты, это 0-1%. Большинство идут по последнему пути. Но такой путь удобен не всегда: если вы хотите «вырастить» райтера под свой бизнес, лучше заключить договор подряда. Да, вы заплатите все налоги и отчисления, но будете уверены, что хороший исполнитель не уйдет к конкурентам и априори выполнит ваши технические задания. Ведь вы в него вложились.

То же самое и с программистами и преподавателями: в первую очередь фрилансер заинтересован в зарработке, во вторую – в удержании клиента. И если заказчик готов хорошо платить, но на карту или наличными, фрилансер охотно возьмет работу [3]. И забудет о «теневой» сделке. Пока на этот осознанный риск стороны готовы идти, ситуация не изменится.

Что можно сделать в такой ситуации? Масштабно рассказывать не о результатах «сколько самозанятых установило «Мой налог», а объяснять бизнесу, как новый статус исполнителя дает право снизить траты. Это актуально для любой сервисной компании.

Во-вторых, - люди разочарованы в пенсионной реформе и не верят в систему налогообложения [4].

С 1 января 2019 года в четырех регионах пилотно введен спецрежим для самозанятых, направленный на урегулирование и подчинение государственному контролю доходов самозанятых граждан. Правительство планомерно экспериментальным путем пытается вывести фрилансеров из тени, при этом за нарушение спецрежима вводится ответственность – штраф в размере 20% от суммы расчета. Должно ли нововведение мотивировать самозанятого встать на путь добросовестного гражданина-налогоплательщика? Есть некоторые сомнения на этот счет.

Закон вступил в силу и действует уже два месяца, но статистика показывает, что люди неохотно регистрируют свои доходы, и тем более, не стремятся отдавать процент с честно заработанного в государственную казну. Скажем так, те, кто может избежать уплаты налогов, охотно пользуются этой возможностью [5]. И это не вопрос недобросовестности россиян.

К сожалению, несмотря на то, что безработица в России снизилась до рекордно низкого уровня 3,5 млн. человек, по-прежнему остаются территории с напряженной ситуацией на рынке труда, где много самозанятых. Не стоит забывать и о непростой экономической ситуации в целом в стране. Люди разочарованы в пенсионной реформе и в целом не верят в систему налогообложения в нашей стране.

По нашему мнению, инициаторы проекта нарисовали в своих головах идеальную картину, при которой быть налогоплательщиком престижно, статусно и общественно одобряемо, платить налоги легко и необременительно, а каждый уплаченный рубль расходуется эффективно на благо граждан [6]. Увы, реальность далека от идеальной картины мира, поэтому в ближайшие годы закон, скорее всего, работать не будет.

Введение системы быстрых платежей могло бы ограничить незаконную деятельность фрилансеров. Например, Сбербанк пристально следит за переводами между картами физических лиц и принимает

достаточно радикальные меры: при малейшем подозрении в сомнительности переводов счета пользователя блокируются до выяснения обстоятельств. К чему такое приведет?

Сбербанк – своего рода монополист в мгновенных переводах, сложно сходу назвать какую-либо альтернативу и более удобный вариант перевода средств. Но предприимчивый человек может подстроиться под любые ограничения: использовать другие сервисы или принимать оплату за оказанные услуги наличкой. Да, введение системы быстрых платежей и тотальный контроль усложнят жизнь, но никак не повысят мотивацию людей платить налоги и выходить из тени [7].

В-третьих, - платить налоги и прочие отчисления особенно не с чего. Причины просты: во-первых, суммы, получаемые за выполненные заказы, относительно невелики, и платить налоги и прочие отчисления там особенно не с чего. Во-вторых, у каждого фрилансера, как правило, есть уже своя наработанная база более-менее постоянных заказчиков, с которыми отработана система расчетов. В-третьих, сами заказчики фрилансеров – это, как правило, мелкий и средний бизнес, которому невыгодно показывать официально эти договорные отношения, так как компании тоже экономят каждую копейку.

Кроме того, большинство фрилансеров просто из принципа не будут «легализоваться», ибо воспоминания от вынужденного общения с государством вызывают только отрицательные эмоции. Видят смысл «выхода из тени» только те вольные специалисты, у которых появляется крупный постоянный заказчик, которому проще рассчитываться официально, и после уплаты налогов остается адекватная выполненной работе сумма вознаграждения. Тут уже возможна перспектива официальных трудовых отношений [8]. Но пока ожидать массового «выхода из тени» фрилансеров в России не стоит.

В-четвертых, - расчет при помощи криптовалют решает проблему самозанятых. Специфика фриланса заключается в том, что работники часто не имеют постоянных связей с определенными нанимателями и все время находятся в поиске. По данным анкетного опроса (сентябрь-октябрь 2018 года) в рамках исследовательского проекта «Самостоятельная интернет-занятость: между прекаризацией и нормальностью», было выявлено, что лишь 11% работников всегда заключают трудовой договор, а 60,5% не делают этого никогда. Если говорить о разного рода гражданско-правовых договорах, то они популярны среди 13% респондентов, более популярны неправовые формы соглашений – устные и письменные договоренности.

С одной стороны, это связано с тем, что подобные сделки и сам процесс выполнения работы может занимать значительно меньше времени, чем оформление документов, с другой – это может быть нежелательно для одной или обеих сторон [9]. При этом, в условиях высокой конкуренции на рынке интернет-труда, для таких массовых профессий как копирайтеры, преподаватели, SMM-специалисты будет характерно следовать условиям клиента в вопросах заключения или незаключения какого-либо формального соглашения.

Внедрение механизмов контроля за платежами со стороны государства и банков может стать причиной для выхода из тени, но вероятнее всего – для небольшой доли фрилансеров [10]. Появление новых сервисов и технологий для передачи денежных средств позволит и дальше оставаться в тени. Так, расчет при помощи криптовалют эту проблему решает.

В-пятых, - законодательство имеет не только пряники. Миллионы людей не платят налоги. И даже если бы хотели платить их, нет удобной формы. Есть предложение Министерства экономики – как это можно сделать удобно. Идет принятие закона о самозанятых. Создаются условия для реализации потенциала самозанятых лиц.

Несомненно, имеющийся инструмент далек от совершенства и требует ряд изменений. Более того, он охватывает пока лишь незначительное количество зарегистрированных самозанятых лиц. Однако это первый шаг, который позволит наладить систему, выстроить работающие механизмы реализации потенциала самозанятых, в том числе и фрилансеров.

Фрилансеры и самозанятые лица – понятия нетождественные. Тем не менее, значительная часть фрилансеров является потенциальными самозанятыми. При создании прозрачных условий в удобной и быстрой системе отчислений взносов государственной налоговой системе многие могут начать пользоваться едиными электронными системами [11].

Необходимо учитывать и мотивы данного сегмента. Переход на официальную систему со своевременными налоговыми выплатами может произойти как на основе собственной социальной ответственности, так и посредством понимания того, что законодательство имеет не только пряники. Каждый фрилансер должен понимать, что игнорирование формальных аспектов деятельности впоследствии может привести к сложностям со своим портфолио и репутацией. Более того, можно столкнуться с непосредственным фиксированием своих правонарушений. Официальные системы – это возможность зафиксировать свое портфолио не только на основе слов, а уже как формально оформленные проекты.

Многие так называемые фрилансеры и самозанятые лица не всегда предоставляют правдивую информацию своим потенциальным заказчикам. Данная система поможет справиться с такой проблемой – помочь заказчикам в поиске подрядчиков с достоверными данными, и фрилансерам с формальным подтверждением своего опыта. Таким образом, решение вопросов, связанных с выходом из тени, дает не только легализацию самой деятельности, но и будет влиять благотворно на качество товаров и услуг [12].

В-шестых, - люди не верят, что их налоги пойдут на благо. Часть фрилансеров уже вышла из тени и работает как ИП. При этом чаще на налоге в 6%, чем на патенте. Но такая форма устраивает лишь тех, кто зарабатывает хотя бы 30-40 тыс. рублей ежемесячно, потому что есть обязательный социальный платеж, и если доходы значительно ниже, фрилансер будет платить намного больше 6%. В таком случае выходить на свет просто невыгодно и нецелесообразно.

Играет роль и специфика работы. Пожалуй, самая платежеспособная категория здесь – программисты. Они часто работают на подряде параллельно с разными заказчиками. И у нас есть опыт взаимодействия с целыми командами удаленных разработчиков, которые официально оформляют свою деятельность. Копирайтерам же удобно выводить заработок на карту через биржи. А если удобно, зачем делать по-другому? Тем более что фриланс в копирайтинге приносит по большей части скромные доходы. Так же невыгодно платить налоги одиночным переводчикам и преподавателям-репетиторам.

В России люди не чувствуют уверенности в завтрашнем дне и социальной защищенности, а потому не верят, что их налоги пойдут на благо [13]. Поэтому, серьезных предпосылок к тому, чтобы фриланс вышел из тени, не наблюдается. Возможно, ситуацию мог бы изменить тотальный банковский мониторинг. Но есть множество альтернативных способов оплаты, например, виртуальные карты иностранных платежных систем.

В регионах случаи банковского контроля и блокировки карт в результате регулярных переводов от физических лиц – единичны. Пока такие меры не носят массовый характер.

Многое зависит от государства. Например, фрилансеров надо убедить делом, что их деньги используются рационально, а не «растворяются в карманах». Ну и стимулировать путем упрощения бюрократических процедур, которые до сих пор носят устрашающий характер даже для самых простых форм предпринимательства [14].

В-седьмых, - сначала всех переписут, а потом поднимут налоговую ставку. Вместо точной цифры назовем принципы деления доходов фрилансеров на «черные» и «белые». Зачастую не декларируют и не платят налоги индивидуальные профессионалы, оказывающие услуги непосредственно физическим лицам: коучи, психологи, тренеры (и спортивные тоже), репетиторы, переводчики, дизайнеры, программисты, копирайтеры, инфобизнесмены...

Обычно получают наличные или перевод на карту (даже с учетом текущих ужесточений переводов по картам). Часть из них при этом имеет ООО, ИП и налоговый статус самозанятых. Проводят через налогооблагаемые счета то, что не могут получить наличными: заказы от юридических лиц, платежи от агрегаторов услуг, заказы от дотошных клиентов, крупные суммы, требующие договора и гарантий... Итого, одни и те же люди одновременно находятся в зоне «белых» и «черных» расчетов.

«Обелению» поспособствует режим налогообложения самозанятых. Раньше профессионалы с небольшим или нерегулярным потоком заказов не хотели «заморачиваться» с регистрацией и отчетностью по ИП или ООО, теперь же есть относительно простой способ «обелиться». Прирост официальных фрилансеров простимулирует рост фискального контроля и платежей по картам, и если вдруг такое случится, то рост заказов от крупных и средних компаний.

Всеобщему росту будет противодействовать недоверие к государственной машине, вызванное плохими примерами: сложность коммуникаций (даже с электронным кабинетом), двойные взыскания, блокировка счетов, трудности по исправлению ошибочных расчетов «налоговой» и страхом, что сначала всех переписут, а потом поднимут налоговую ставку [15].

Будет и традиционный макротренд: в условиях кризиса, сжатия спроса спасительная реакция малого и среднего бизнеса – это уход «в тень». Система быстрых переводов вряд ли окажет существенное влияние – дело не в удобстве и скорости платежей, а в структуре контрагентов. В целом, количество официальных фрилансеров-налогоплательщиков будет неизбежно расти.

Ну и еще один фактор - никто не знает, сколько в России фрилансеров. Точный объем теневых доходов самозанятых вычислить сложно, потому что никто не знает, сколько таких граждан занято в экономике. Оценки

варьируются в диапазоне 12-25 млн человек. По данным Высшей школы экономики, в 2017 году в России насчитывалось 13 млн неформально работающих граждан. Эти данные коррелируют с результатами исследования центра НАФИ, которое в том же году выявило 18% фрилансеров (около 12,5 млн человек) в экономически активном населении.

Теперь попробуем оценить доходы. По данным Avito, в 2018 году средний доход фрилансера составил 44 тыс. рублей в месяц. Соответственно, объем доходов самозанятых граждан составляет как минимум около 7 трлн. рублей в год или 8-9% ВВП. Это относительно близко к оценкам теневых доходов Росстатом – 10-14% ВВП.

Предполагаем, что к выходу из тени самозанятых подтолкнет специальный налоговый режим. Во-первых, они должны будут отчислять в ФНС всего 4% своего дохода при продаже услуг или товаров физлицам и 6% – юрлицам или ИП. Это самый низкий в России налог на доходы. Во-вторых, он освобождает самозанятых от уплаты НДС и НДФЛ, а также от обязательных взносов в фонды социального и пенсионного страхования (только по желанию). В-третьих, он подразумевает максимально простой бухгалтерский учет.

Дополнительным стимулом, на наш взгляд, станет простота технических решений для самозанятых. Для взаимодействия с налоговой и кассовых расчетов с клиентами можно использовать бесплатное мобильное приложение «Мой налог». Не нужно будет составлять бумажную отчетность, письменно заполнять декларации, выстаивать очереди в налоговых инспекциях. По словам главы ФНС, в приложении уже зарегистрировались более 40 тыс. человек. И это только за три месяца со времени введения налога «на самозанятость».

Впрочем, есть факторы, сдерживающие выход фрилансеров из тени, например, банальное нежелание платить налоги, недоверие к государству, техническая неграмотность [16]. Предполагаем, что со временем эти сложности будут преодолены.

Система быстрых платежей ЦБ может послужить инфраструктурой для легализации доходов многочисленных фрилансеров. Она станет универсальной для всех пользователей, а в перспективе в ней будут доступны платежи с2b, интересные, в том числе, самозанятым. Полагаем, что банки не особо хотят нести бремя контроля за движением средств на счетах миллионов «физиков». Поэтому у Системы быстрых платежей большие шансы стать удобной площадкой для отработки таких технологий под контролем ЦБ.

Библиографический список

1. Экономика предприятия (организации): учебно-методическое пособие / Бородай В.А., Галенко Е.В., Дегтева Л.В., Димитриева Е.Н., Дугин А.Н. и др. -Нижний Новгород: издательство «Профессиональная наука», 2018. -501с.
2. Шевченко Е.М. Характеристика рынка туристских услуг Ростовской области: современное состояние и направления развития // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. 2017. № 5. С. 404-414.
3. Минасян Л.А., Дудкина О.В., Бородай В.А. Нарративные процедуры новой системы мотивации // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 3 (109). С. 15.

4. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.
5. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
6. Бородай В.А. Социально-институциональный анализ социетальной сферы торговли в современном обществе: дис.. д-р. соц. наук: 22.00.04. - Новочеркасск, 2009. - 415 с.
7. Шевченко Е.М. Туристический рынок России в условиях кризиса // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2016. № S1. С. 16-22.
8. Бородай В.А. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // В сборнике: ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 224-228.
9. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.
10. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.
11. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.
12. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
13. Молчанова О.С., Бородай В.А. Ребрендинг сервисной компании как выход на новый качественный уровень развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 102-110.
14. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Специфика оценки качества неосязаемых услуг в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 33.
15. Kasyanov V.V., Minasyan L.A., Borodai V.A., Ponomarev I.E., Samygin P.S., Vorobyev G.A., Skvortsov D.V. Health management and the strategies to meet a healthy society // International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies. 2018. № 9 (4). С. 357-368.
16. Артамонов Б.В., Бородай В.А., Новак Л.В., Петренко А.С., Савицкая В.Ю., Цветкова Г.С. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018.

УДК 338.1

Василенко Н.Н., Головина Л.А. Адаптация целей устойчивого развития
отраслей и фирм к трансформирующимся условиям бизнес-среды
Adapting the sustainable development goals of industries and firms to the transforming conditions of the business
environment

Василенко Н.Н., Головина Л.А.

1. кандидат юридических наук,
магистрант направления подготовки 38.04.01 - «Экономика»
Московский государственный гуманитарно-экономический университет

2. кандидат экономических наук, доцент,
ведущ. науч. сотрудник ВНИОПУСКХ – филиал ФГБНУ ФНЦ НИИЭСХ,
доцент кафедры экономики и инноваций
Московский государственный гуманитарно-экономический университет
Vasilenko N. N., Golovina L. A.

1. PhD in law, undergraduate areas of training 38.04.01 – «Economy»
Moscow state University of Humanities and Economics
2. candidate of economic Sciences, associate Professor,
key. science. employee VNIOPUSKH – branch of FEDERAL
state budgetary FNTS NEISH,
associate Professor of Economics and innovation
Moscow state University of Humanities and Economics

Аннотация. В статье рассматриваются условия, принципы и приоритеты, необходимые для построения программ устойчивого развития фирм и отраслей, и на их основе – адаптация к особенностям постоянно видоизменяющегося организационно-экономического механизма. Особое внимание уделяется экономическим показателям и индикаторам предпринимательской деятельности как ядра формирования стратегии устойчивого развития участников рынка. Результатом исследования является комплекс рекомендаций для участников рынка в части разработки программ устойчивого развития фирмы, оценки их эффективности и результативности.

Ключевые слова: адаптация, цель, устойчивое развитие, фирма, отрасль, бизнес, программа, принципы, приоритет, эффективность.

Abstract. The article discusses the conditions, principles and priorities necessary for the construction of sustainable development programs for firms and industries, and on their basis - adaptation to the features of a constantly changing organizational and economic mechanism. Special attention is paid to economic indicators and indicators of entrepreneurial activity as the core of the strategy of sustainable development of market participants. The result of the study is a set of recommendations for market participants in the development of sustainable development programs of the company, assessing their effectiveness and efficiency.

Keywords: adaptation, goal, sustainable development, firm, industry, business, program, principles, priority, efficiency.

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Разработка и реализация целей устойчивого развития на уровне современного корпоративного управления является сравнительно новым явлением, как для российского бизнеса, так и в мировой практике, и выступает в числе последних новаций в эволюции концепции устойчивого развития, адаптируя ее к нуждам и ситуациям функционирования конкретных отраслей и фирм.

Поэтому одной из ключевых задач в системе управления отраслью и деятельностью коммерческой организации (фирмы) из состава этой отрасли является обеспечение ее устойчивого развития. На уровне отдельно взятого хозяйствующего субъекта топ-менеджерами разрабатывается комплексная программа его функционирования, отвечающая целям собственников и менеджеров, способная гибко реагировать на изменение параметров внутренней и внешней среды, учитывающая рыночную позицию фирмы в сегменте ведения предпринимательской деятельности.

На макроэкономической уровне стабильность является целью регулирования функционирования региональных и отраслевых экономических систем в интересах:

- государства: для формирования постоянного налогового денежного потока от организаций-налогоплательщиков; для создания рабочих мест в экономике и предотвращения роста уровня безработицы в стране; для обеспечения программ государственной безопасности в локациях наполнения национального рынка качественными и эргономичными продуктами производственной деятельности; в иных целях;
- потребителей производственных и потребительских товаров: для удовлетворения, соответственно, производственных или личных потребностей экономических субъектов и индивидов;
- участников кластерных цепей в экономике: только постоянно присутствующие и стабильно функционирующие бизнес-структуры и/или производственные комплексы могут быть платформой для разработки программ долгосрочного планирования деятельности зависимых участников экономического кластера: как поставщиков (ориентирование на стабильный сбыт производимой продукции), так и потребителей (ожидание постоянного поступления требуемых видов ресурсного обеспечения локализованной деятельности должного качества и оговоренной комплектации, модификации и т.д.).

На отраслевом уровне проблематикой устойчивого развития более основательно занимаются отраслевые союзы [2, с. 8]. По нашему мнению, их позиция опирается на национальные стандарты кооперативного поведения, нашедшие отражение в одобренном на заседании Правительства РФ от 28 ноября 2001 г. кодексе корпоративного поведения, который выступает в виде свода принципов «наилучшей практики», носит рекомендательный характер, а изложенным в нем принципам фирмы могут следовать в добровольном режиме.

Как указывают ряд исследователей, в том числе А.Г. Мнацаканян и А.Г. Харин, концепция управления, ориентированная на устойчивое развитие, формулируется применительно для глобальной мировой экономической системы как тип развития, который сочетает требования удовлетворения текущих потребностей настоящего момента времени и способность экономической системы обеспечить потребности будущих поколений. Теоретизация научных подходов к системам управления экономической деятельностью,

ориентированной на устойчивое развитие, концептуализируется в разработке стратегии, предполагающей создание и поддержание в функционально-способном состоянии экономической системы (в том числе производственно-экономического типа), отвечающей критериям самоорганизации и наличия в ее составе экономической, социальной и экологической компонент [5, с. 43].

По мнению других исследователей, триединство принципов компонентизации стратегии или программы устойчивого развития отдельно взятой фирмы является залогом способности алгоритма к самовоспроизводству и саморазвитию. Оптимальное наполнение внутренней среды фирмы бесконфликтно софункционирующими элементами, к числу которых, на наш взгляд, следует отнести, в первую очередь, модели и схемы управления, документооборота и контроля, материально-техническую базу, регламент подбора персонала и поддержание его эффективности на максимально возможном уровне, технологии и информационно-аналитическое сопровождение ведения предпринимательской деятельности по основным и инфраструктурным направлениям, позволит привести фирму в такое состояние, при котором она будет обладать способностью адаптации и реагирования на модификацию параметров внешней среды без изменения результатов деятельности в заданных интервальных значениях времени (например, декада, месяц, квартал, сезон, год, иной срок) [2, с. 8; 7, с. 48; 9, с. 46].

Таким образом, создание внутренней архитектуры фирмы должно быть нацелено на удержание параметров производственно-экономической и инвестиционно-финансовой деятельности в утвержденных долгосрочной программой ее функционирования показателях и коридоре возможного их отклонения при любых изменениях внешней среды.

К числу универсальных показателей функционирования фирмы, которые можно применить и для оценки соответствия критерию ее устойчивого развития, относятся финансовые индикаторы, и в частности – капитализированная стоимость. Финансовый подход к устойчивому развитию (в текущей интерпретации – росту) фирмы реализуется в показателе SGR (Sustainable Growth Rate), в который включены показатели конечных финансовых результатов деятельности фирмы (объем продаж, стоимость привлеченного и/или заемного капитала), экономическая эффективность использования активов, экономическая добавленная стоимость (Economic Value Added), рыночная добавленная стоимость (Market Value Added) и другие.

Важно учесть мнение авторов, которые отмечают, что такой узкий подход не учитывает неэкономические компоненты капитализированной стоимости фирмы (выстроенные внешние связи и договоренности, качество менеджмента, регламенты осуществления бизнес-процессов и т.д.), что делает его излишне усеченным [6, с. 329].

Кроме того, мы считаем, что если экономическая составляющая модели устойчивого развития фирмы имеет практическое обоснование, то социальная и экологическая компоненты в современном корпоративном менеджменте зачастую игнорируются. При этом в развитых странах (ЕС, США, Япония, Южная Корея, Сингапур, Австралия, и некоторые др.) государственное регулирование целеполагания деятельности фирм–резидентов, а также внешних бизнес-участников, включающихся в национальные экономические

системы, ориентировано на программы так называемой «зеленой экономики», связанной с рационализацией природопользования, и правила социально ответственного бизнеса, предполагающего решение значительного числа социальных проблем и задач, как сотрудников фирмы, так и других членов общества, за счет ресурсной базы экономического агента.

По нашему мнению, доминирующая в современном финансовом менеджменте, как в российской, так и в зарубежной практике, доктрина оценки устойчивости развития фирмы несовершенна еще и по такому критерию, как выживаемость. Мировая практика показывает, что рационально организованная бизнес-структура способна адаптироваться под изменение внешней среды (ужесточение налогового режима и/или нормативных требований к ведению деятельности; снижение платежеспособного спроса или интереса к продукции компании; рыночные атаки конкурентов; сбои в функционировании кластерных цепей; и другие), но в случае их комплексной активизации и/или в условиях глобальных/масштабных изменений, собственники или топ-менеджеры могут принять решение о ликвидации фирмы, что становится прямым свидетельством неспособности даже успешной фирмы к обеспечению устойчивого развития в условиях динамически меняющейся среды.

В данном аспекте модель устойчивого развития фирмы должен быть усилен контролем не только и не столько над отдельно взятым юридическим лицом, сколько над циркулирующим капиталом в отрасли, который может неоднократно трансформироваться как в период существования отдельно взятой фирмы, так и во временной интервал его нахождения в собственности конкретного собственника и/или распорядителя (например, учредителя, доверенного, оперативного управляющего, менеджера и т.д.).

Концепция управления деятельностью фирмы, направленная на устойчивое развитие, предполагает разработку стратегического плана трансформации ее деятельности с учетом конкурентного поведения в рыночной среде.

Как считают Ю.В. Трифонов и В.Ю. Трифонов, содержание стратегии устойчивого развития фирмы основано на двух возможных источниках экономического роста компании: внутренний и внешний. Внутренний рост фирмы обеспечивается за счет самостоятельного создания ею новых производственных мощностей, а внешний – за счет приобретения мощностей, уже имеющихся на рынке.

Основной предпосылкой для разработки стратегии устойчивого развития на базе внутреннего роста является значительный рост объемов продаж и/или расширение географии присутствия фирмы на рынке – при этом основная ставка делается на синергетический эффект от увеличения количественных показателей деятельности, который в финансовом менеджменте описывается моделью операционного леввериджа (более быстрый темп роста прибыли по сравнению с увеличением объемов выручки за счет снижения удельных постоянных затрат на единицу продаж).

Программа внешнего роста разрабатывается в том случае, когда новый рынок для фирмы является технологически или маркетингово закрытым и/или руководству выгоднее (по времени, по стоимости, по качеству) купить готовое оборудование или перекупить функционирующее предприятие, чем создавать новый

технологический объект [8, с. 88].

В условиях базирования стратегии устойчивого развития на основе концепции как внутреннего, так и внешнего роста, необходимо дать оценку сохранения профиля деятельности фирмы. При этом различают горизонтальный и вертикальный рост. Горизонтальное расширение деятельности осуществляется в рамках освоенного направления производственно-сбытовой программы фирмы и возможно в условиях расширения емкости рынка профильной продукции или за счет передела рынка при уходе или устранении одного из игроков (конкурентов). Вертикальное развитие фирмы осуществляется за счет освоения новых технологий и продуктов, но не отклоняясь значительно от апробированного механизма производственной деятельности фирмы.

На практике фирмы, стремясь нивелировать влияние однотипных рынков на свою деятельность, могут реализовывать стратегию диверсификации, которая предполагает увеличение не только видов и модификаций продуктов ассортимента ряда производителя, но и количество самих направлений деятельности (дифференцированно производственная, торговая, консультационная, финансовая и т.д.).

Стратегия изменения поведения фирмы, направленная на достижение устойчивого развития, должна учитывать исходное состояние объекта воздействия (материально-техническое, кадровое, информационное, репутационное, финансовое) и программу трансформации, составляемую на основе материалов прогнозирования, полученных в том числе с помощью таких современных методов управления как нейронные сети и различные техники получения и обработки мнений локальных экспертов по обсуждаемому кругу вопросов [8, с. 89].

Достижение фирмой устойчивого положения на рынке может быть обеспечено широким кругом методов, к числу которых относится конституирование и формализация кластерных отношений в отдельно взятой отрасли, которая зависит от рыночного положения игроков в договорной сфере и их ориентированности на получение мгновенного эффекта от возможного изменения конъюнктуры на сегменте рынка. Как правило, заключение долгосрочного договора в большей степени защищает экономические интересы потребителя, так как снижает риск простоя в производстве и, соответственно, упущенной выгоды и возможной утраты доверия потребителей продукции. В то же время в условиях монополистического рынка производственно-снабженческие фирмы редко соглашаются на долгосрочный формат параметров рыночного взаимодействия, так как жесткое и подсанкционное закрепление в договорах таких элементов как сроки и объемы поставок, качество и комплектация продукции, отпускные цены, – снижает эффективность управленческого маневрирования в условиях меняющейся рыночной компоненты экономики.

Современная практика инициации и сопровождения договорного процесса в деятельности фирмы является сложным механизмом – например, для малого предприятия АПК А.А. Головин приводит следующую рекомендуемую схему (рисунок 1).

По мнению А.А. Головина, появление и развитие института фирм-операторов для сферы продвижения продукции малых предприятий АПК, в котором прослеживается как государственный интерес (обеспечение

продовольственной безопасности страны, содействие развитию сельских поселений и агроориентированных территорий, формирование прозрачной сферы конкурентоспособной агропромышленной продукции на региональном и общероссийском уровне), так и очевидная выгода для сельскохозяйственных фирм малого масштаба деятельности (наличие гарантии спроса на выращиваемую/производимую продукцию, использование фиксированных контрактных цен, логистические выгоды от централизованных закупок на основе техники постановки и решения транспортной задачи), является перспективным направлением развития отрасли [1, с. 29].

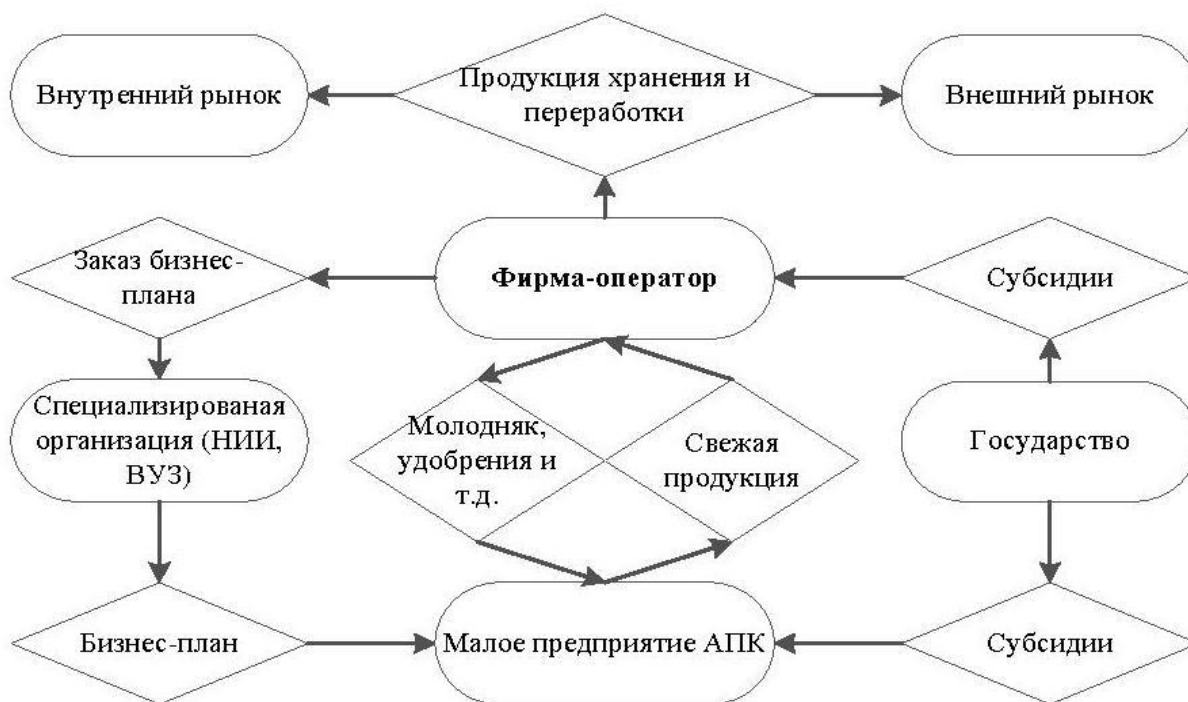


Рисунок 1. Схема инициации и реализации договорного процесса фирмы-оператора продукции АПК и малого предприятия АПК [1, с. 28]

Стоит отметить, что договорный процесс как инструмент обеспечения устойчивого развития на основе гарантированного сбыта продукции, на наш взгляд, целесообразен в большей степени для поддерживаемых государством сфер, основу которых составляют финансово ограниченные субъекты деятельности, и не является универсальным средством достижения устойчивого развития фирм и отраслей экономики всей страны.

В условиях постоянно меняющейся внешней среды, к параметрам которой постоянно приходится адаптироваться фирме, одним из важных моментов в разработке программы ее устойчивого развития является обеспечение аппарата управления качественной и актуальной информацией, на основе которой должны приниматься решения, направленные на сохранение заданного уровня прибыли, учет изменения

предпочтений покупателей, формирование комплекса конкурентных преимуществ фирмы в сегменте деятельности и т.д.

Одним из наиболее эффективных инструментов обеспечения устойчивого развития фирмы, особенно внедряющих инновационные решения в своей деятельности, в условиях конкуренции является бизнес-разведка, содержание которой не определено действующим законодательством и которая может быть охарактеризована как постоянный мониторинг моды и увлечений на производимую продукцию и продукты-аналоги, возможных действий других участников сегмента рынка, появления новых технологических и управленческих решений в отрасли и/или в регионе присутствия – для оценки фирмой на уровне управляющей подсистемы сформированного комплекса конкурентных преимуществ и разработки решений, направленных на удержание и улучшение своего положения на рынке.

Как свидетельствуют результаты исследований Р.А. Джумаевой, Э.М. Гаджиева и Е.И. Стяжкиной, активными пользователями института бизнес-разведки являются такие экономические агенты как Intel, Ford, IBM, Microsoft; на международном и страновом уровне указанная деятельность осуществляется такими структурами как:

- Россия – Сообщество практиков конкурентной разведки (СПКР); Общество профессионалов конкурентной разведки (РОПКР);
- Канада – Competia;
- США и международный уровень – Общество профессионалов конкурентной разведки (штаб в Вашингтоне) [4, с. 26].

По данным, которые приводят исследователи, по состоянию на 2012 г. в российской практике имелся значительный резерв роста эффективности управления производственно-экономической деятельностью на основе разработки и внедрения программ бизнес-разведки (рисунок 2).

В деятельности российских фирм техника бизнес-разведки пока не имеет должного применения, что связано с отсутствием традиций в этой области, сложностями формирования информационной и оценочной платформы сопровождения профильных операций, а также относительно слабым уровнем конкуренции на национальных рынках, что позволяет резидентам российской экономики пока поддерживать свое рыночное положение и без внедрения инновационных решений, к числу которых относится и бизнес-разведка.

Разработка и внедрение различных программ обеспечения устойчивого развития фирмы должно носить контролируемый характер. При этом важно определиться с системой показателей, позволяющих вывести экспертное заключение об эффективности используемой парадигмы управления развитием

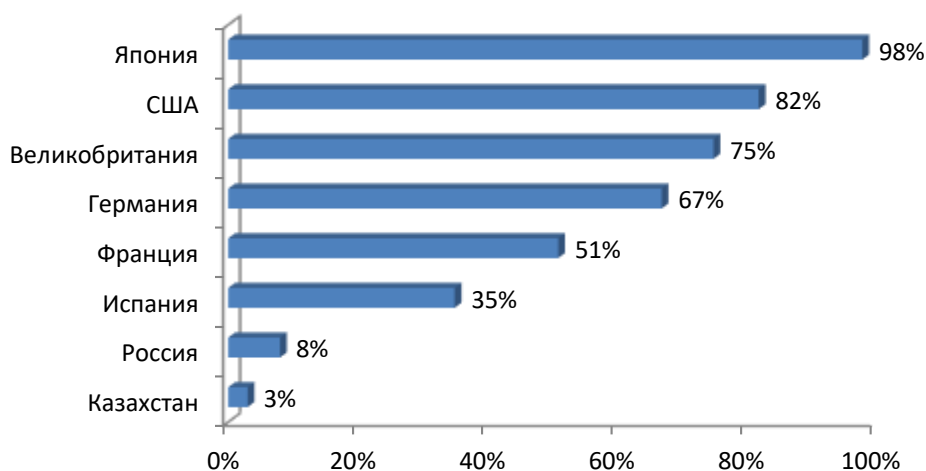


Рисунок 2. Доля бизнес-структур, использующих технологии бизнес-разведки в разных странах мира, по состоянию на 2012 г. [4, с. 26]

экономического агента. Как указывает в своих исследованиях И.В. Мурадов, для этих целей можно ориентироваться на модель системы сбалансированных показателей (Balanced Scorecard of Industrial Profile), предложенную в начале 1990-х гг. Robert'ом Kaplan'ом и David'ом Norton'ом и представляющую собой интегральную систему оценки состояния фирмы и связи между внутренними и внешними процессами ее функционирования. Система сбалансированных показателей для фирмы реального сектора экономики включает в себя следующие основные блоки:

1. «Внутренние процессы» (снижение уровня брака продукции; соблюдение дисциплины поставок; производственное планирование; управление качеством продукции).
2. «Обучение и развитие» (повышение трудового потенциала персонала; управление лояльностью персонала к организации – работодателю; управление ротацией рабочих мест).
3. «Клиенты» (управление удовлетворенностью клиентов; формирование и увеличение клиентской базы; обеспечение сохранности клиентуры).
4. «Финансы» (управление объемом продаж; управление затратами и программами ресурсосбережения; эффективный финансовый менеджмент; моделирование финансового результата) [6, с. 330].

На практике основным критерием достижения состояния устойчивого развития фирмы является

система финансовых показателей результативности коммерческой деятельности, включающая в себя такие компоненты как:

- рентабельность активов (ROA);
- рентабельность собственного капитала (ROE).

Основываясь на методике корпорации «Дюпон», финансовый результат, его компонентный и факторный анализ изменения уровня финансовой результативности деятельности сводится к следующей формуле:

$$ROE = \frac{ЧП}{СК} = \frac{ЧП}{ВР} * \frac{ВР}{А} * \frac{А}{СК} = Pn * Oa * \Phi Л, \quad (1)$$

где ЧП – чистая прибыль;

ВР – выручка (от продаж);

А – совокупные активы (постоянная или средняя хронологическая);

СК – капитал и резервы (раздел III бухгалтерского баланса согласно РСБУ; постоянная или средняя хронологическая);

Рп – рентабельность продаж по чистой прибыли;

Оа – общая оборачиваемость совокупных активов;

ФЛ – коэффициент (плечо) финансового левериджа [6, с. 332].

Несмотря на очевидную однобокость данной модели, ее несомненным достоинством является объективность (так как в ее основе лежат данные оперативной и итоговой финансовой отчетности) и наглядность (система строгих математических расчетов и взаимосвязей). Тем не менее, задача разработки комплексной системы общей оценки результативности достижения устойчивого развития фирмы остается открытой.

Примером расширенного подхода к оценке программы устойчивого развития фирмы является многофакторная модель, предложенная А.А. Цветковым. Автор указанного исследования использует многокритериальный показатель устойчивости развития фирмы на основе выделения зон экономической, экологической, социальной и рискованной устойчивости фирмы:

$$Y_{OUP} = \sqrt[4]{Y_{ЭР} * Y_{СР} * Y_{ЭБ} * Y_{Р}}, \quad (2)$$

где Y_{OUP} – обобщенный показатель устойчивости развития фирмы;

$Y_{ЭР}$ – интегральный показатель экономической устойчивости (шесть компонент, каждый из которых основан на группе от трех до девяти факторов экономического профиля);

$Y_{СР}$ – трехфакторный интегральный показатель социальной устойчивости;

$Y_{ЭБ}$ – двухфакторный показатель экологической устойчивости;

$Y_{Р}$ – двухфакторный показатель рискованной устойчивости [10, с. 206].

Конечный результат интерпретирует оцениваемое состояние общей устойчивости организации с шагом 0,1 в диапазоне от 0,3 ($У_{OUP} \leq 0,3$ – кризисное состояние) до 0,9–1,0 ($0,9 \leq У_{OUP} \leq 1,0$ – абсолютно устойчивое развитие фирмы) [6, с. 206].

Данный подход представляется более многоаспектным и включающим в себя максимально расширенный список факторов оценки устойчивости развития фирмы в условиях конкурентного поведения в современной экономике. Слабой стороной предлагаемой методики, на наш взгляд, является равнозначность разнокритериальных факторов, таких как, например, изменение коэффициента маневренности капитала и коэффициента природоёмкости. Тем не менее, основываясь на методе А.А. Цветкова, на перспективу, возможно, усовершенствовать приведенную модель путем определения весовых соотношений факторных компонент показателя $У_{OUP}$.

Разработка и внедрение программ обеспечения устойчивого развития фирм призвано гарантировать ей на перспективу учет изменения параметров внешней среды для достижения целевых показателей деятельности; при этом наиболее успешные экономические агенты в отрасли получают рыночное преимущество, которое неизменно приведет к выделению из общей массы игроков в отрасли на региональном, национальном и/или мировом рынке фирм-лидеров и фирм-аутсайдеров. Со временем оставшиеся в сегменте компании, использующие сопоставимо результативные стратегии управления устойчивым развитием будут вынуждены согласовать свое поведение на рынке друг с другом и поделить сферы влияния/присутствия (с соблюдением норм антимонопольного и антисиндикатного законодательства и международных соглашений), что результируется в стабильное состояние не только самих участников сегмента рынка, но и отрасли в целом.

Таким образом, проведенное исследование показало, что в настоящее время перед субъектами хозяйствования, как в российской, так и в зарубежной практике, встает проблема разработки и внедрения документально и инструментально оформленной стратегии обеспечения устойчивого развития. При этом набор инструментов достижения формируемых целей постоянно пополняется, что делает данную сферу динамично меняющейся и постоянно совершенствующейся. Из общего числа предлагаемых методик разработки концепта устойчивого развития и оценки эффективности создаваемых и внедряемых программ развития каждая фирма может выбрать наиболее приемлемую для себя и расшаблонировать ее под параметры своей деятельности.

Формирование круга успешно развивающихся фирм в каждой конкретной сфере, в конечном счете, приведет к устойчивому и эффективному развитию и самой отрасли присутствия субъектов внедрения программ устойчивого развития.

Библиографический список

1. Головин А.А. Формирование устойчивой среды функционирования малых форм хозяйствования в АПК на основе развития договорных отношений // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2016. – № 7. – С. 27-31.
2. Головина Л.А. Оценка эффективности предпринимательской деятельности при производстве продукции растениеводства (на примере сельхозорганизаций Белгородской области) // Вестник сельского развития и социальной политики. 2018. № 3 (19). С. 7-12.
3. Головина Л.А. Экономическая состоятельность субъектов аграрного предпринимательства // сборник статей «Путь в науку. Профессиональное обучение: потенциал развития региональной экономики». Сер. "Наука без границ" 2017. С. 105-110.
4. Джумаева Р.А., Гаджиев Э.М., Стяжкина Е.И. Бизнес-разведка как институт устойчивого развития фирмы // Управление устойчивым развитием. – 2017. – № 6(13). – С. 24-27.
5. Мнацаканян А.Г., Харин А.Г. Принципы устойчивого развития в управлении компанией // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – Т. 11. – № 10. – С. 41-50.
6. Мурадов И.В. Обеспечение устойчивого развития промышленных предприятий на основе системы сбалансированных показателей // Экономика в промышленности. – 2017. – Т. 10. – № 4. – С. 329-334.
7. Панин А.В. Теоретический аспект экономического потенциала и особенности его оценки по сферам хозяйствования // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2015. № 2 (23). С. 47-50.
8. Трифонов Ю.В., Трифонов В.Ю. Формирование стратегий устойчивого конкурентного развития предприятий и фирм // сборник статей V Международной научно-практической конференции «Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития» (г. Пенза, 05.06.2018 г.). – 2018. – С. 87-90.
9. Филина Ф.В., Лаптев С.В. Структурные преобразования в экономике: международный опыт и российские проблемы // сборник статей международной научно-практической конференции под редакцией В.Д. Байрамова, И.Л. Литвиненко. «Перспективы международного взаимодействия России с зарубежными странами в социально-экономической и гуманитарной сферах» (г. Москва). - 2018. С. 45-49.
10. Цветков А.А. Оценка устойчивости развития предприятия // Сборник статей XVII Международной научно-практической конференции «Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации (г. Пенза, 25.05.2018 г.). – 2018. – С. 203-207.

УДК 332.1

Захарова С.Г. Проблемы инновационного развития территорий в рамках муниципально-частного партнерства

Problems of innovative development of territories in the framework of municipal-private partnership

Захарова С.Г.

Канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Соменкова Н.С.

Канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Zakharova S. G.

Cand. Sci (Econ.), associate professor of Management and Public Administration
Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky

Nizhny Novgorod, Russia

Somenkova N.S.

Cand. Sci (Econ.), associate professor of Management and Public Administration
Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky

Nizhny Novgorod, Russia

Аннотация. В статье обоснованы институциональные изменения, связанные с формированием модели корпоративного управления на муниципальном уровне. На основе факторной модели управления качеством жизни населения, выявлена сущность муниципально-частного взаимодействия субъектов социально-экономических отношений муниципальных районов. Определены проблемы инновационного развития территории в условиях развития муниципально-частного партнерства, связанные с деятельностью муниципальных органов власти.

Ключевые слова: Инновационное развитие территорий, субъекты социально-экономических отношений, качество жизни населения, муниципально-частное партнерство, модель корпоративного управления.

Abstract. The article substantiates the institutional changes associated with the formation of the model of corporate governance at the municipal level. It reveals the essence of municipal-private interaction of subjects of the social and economic relations of municipal areas on the basis of the factor model of quality management of population's life. The problems of innovative development of the territory in the conditions of development of municipal-private partnership connected with activity of municipal authorities are defined.

Keywords. Innovative development of territories, subjects of socio-economic relations, quality of life, municipal-private partnership, corporate governance model.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

Проблемы инновационного развития территорий в первую очередь связаны с кардинальными изменениями системы корпоративного управления в России, в рамках которой формируется принципиально новая модель взаимодействия между субъектами социально-экономических отношений. Большая роль в процессе формирования системы корпоративного управления на местах, направленная на инновационное

развитие отводится органам муниципальной власти. Следует заметить, что управление муниципальными районами традиционно связывается с административными функциями по обеспечению жизнедеятельности района в соответствии с полным перечнем полномочий, а эффективность деятельности муниципальных органов власти оценивается с помощью системы социально-экономических показателей по вполне конкретным направлениям хозяйственной деятельности [1]. Однако, именно на муниципальные органы власти возлагается ответственность за создание инвестиционно-инновационных условий для обеспечения динамического развития территории. Вместе с тем, технологии оценки создания инновационной среды и инвестиционного климата слабо разработаны в практике управления не только муниципальными районами, но и в целом страны. Одной из таких технологий является механизм государственно-частного, муниципально-частного партнерства, который понимается на местах в очень узком смысле, без осознания глубинных процессов, которые необходимо наладить между хозяйствующими субъектами [2]. Согласно целевым установкам реформ, муниципальные органы власти отвечают за все процессы, в том числе инновационное развитие территории, происходящие в районе, но имеют ограниченный круг возможностей по обеспечению этих процессов. Рассматривая инновационное развитие территории, следует выделить ряд факторов, оказывающих непосредственное влияние на процессы и динамику изменения ситуации. К ним относятся инвестиционный климат, инновационная инфраструктура района, институциональная среда, наличие факторов производства, соответствующих требованиям времени [3]. Однако, создать благоприятный климат для инвестиций, сформировать развитую инновационную структуру в действующей институциональной среде представляется весьма непростой задачей, а влияние муниципальных органов власти на использование факторов производства, находящихся, согласно внедряемой системе корпоративного управления, в частной или государственной собственности, ограничено рамками закона.

В современных условиях внедрения механизмов государственно-частного/муниципально-частного партнерства перед субъектами корпоративных отношений открываются широкие возможности свободного управления факторами производства, которыми они владеют [4]. Формирование доходов населения, согласно одному из постулатов неоклассической школы, заключается в том, что, в состоянии равновесия рыночных сил, доходы населения соответствуют вкладу соответствующего человеческого ресурса в экономику. С позиций факторного подхода, доходы населения, определяющие качество его жизни, не ограничиваются только получением платы за труд, но включают доходы за вложенные капиталы в виде дивидендов или процентов, доходы от собственности в виде ренты или арендной платы, а также реализации предпринимательских способностей, предусматривающей получение прибыли [5]. Другие хозяйствующие субъекты, в том числе, юридические лица, муниципалитеты, государство, имеют аналогичные возможности получать дополнительные доходы за перечень факторов производства, находящихся в собственности. В этой ситуации, инновационное развитие территорий зависит от условий, созданных для реализации возможностей со стороны управляющих органов, однако оказать воздействие на решение собственников на факторы

производства фактически невозможно. Управляющее воздействие на развитие территорий представлено в виде факторной модели управления качеством жизни населения на рис.1 [6].



Рисунок 1. Факторная модель управления качеством жизни населения [1]

Как видно из рисунка, оценка деятельности органов местного самоуправления по полному кругу вопросов, в том числе, касающихся динамики инновационного развития района, весьма проблематична. Необходимо искать новые формы и технологии управления данными процессами, а государственно-частное партнерство, как система взаимоотношений (взаимодействия) собственников на факторы производства в рамках правовых и организационных ограничений, может рассматриваться как одна из них.

Партнерство - это добровольное соглашение о сотрудничестве между двумя или более сторонами, в котором все участники договариваются работать вместе для достижения общей цели или выполнения определенной задачи и разделять риски, ответственность, ресурсы, правомочность и прибыль. Партнерство обязано принимать все меры для достижения стратегических целей партнерства, кроме тех, которые противоречат действующему законодательству Российской Федерации. Именно с этих позиций понимания муниципально – частного партнерства возможно создание благоприятных условий для развития территории, а внедрение инновационных технологий на основе взаимовыгодных условий сотрудничества хозяйствующих субъектов, позволит создавать качественные, соответствующие времени, товары, работы и услуги, обеспечивающие повышение конкурентоспособности территории. Муниципально-частное партнерство способствует развитию связей и интегрированию процессов взаимодействия всех субъектов корпоративных отношений, обеспечивает развитие информационного пространства. Кроме того, без организации и

координации взаимодействия участников муниципально-частного партнерства по эффективному использованию факторов производства практически невозможно разработать единую стратегию развития территории.

В связи с этим, обозначается круг проблем инновационного развития территорий, связанных с узостью понимания механизмов муниципально-частного партнерства:

- с одной стороны, муниципальные органы власти имеют широкий круг полномочий, а, с другой стороны, налицо отсутствие рычагов воздействия на собственников факторов производства;
- с одной стороны, полная ответственность за экономическое развитие территории, а, с другой стороны, отсутствие финансовых рычагов воздействия;
- с одной стороны, напряженная конкурентная борьба за факторы производства, человеческий потенциал, инвестиции и т.д., а, с другой стороны, отсутствие культуры и навыков корпоративных взаимоотношений по осуществлению процессов взаимодействия между субъектами муниципально-частного партнерства.

Следовательно, одной из важнейших задач современного управления инновационным развитием территории является разработка эффективных технологий осуществления муниципально-частного партнерства.

Библиографический список

1. Захарова С.Г., Мальцев А.Н. Оценка системы управления муниципальных районов по критерию качества жизни населения// Власть. №8. 2016. С.67-73
2. Захарова С.Г. Использование механизмов муниципально-частного партнерства как условие инновационного социально-ориентированного управления территорией// Стратегическое развитие инновационного потенциала отраслей, комплексов и организаций: VI Международная научно-практическая конференция. 2016. С. 39-44
3. Захарова С.Г. Социально ориентированное управление человеческими ресурсами сельских муниципальных районов и его влияние на качество жизни населения// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. №3. 2016. С. 7-16
4. Захарова С.Г. К вопросу о муниципально-частном партнерстве в период институциональных преобразований в России / Экономика и общество: международный научно-практический журнал. 2018. № 4 (7). С. 60-68. Режим доступа: <http://scipress.ru/economy/articles/k-voprosu-o-munitsipalno-chastnom-partnerstve-v-period-institutsionalnykh-preobrazovanij-v-rossii.html> (Дата обращения: 18.12.2018)
5. Захарова С.Г., Борисов С.А. Оценка условий формирования среднего класса в России с позиции факторной модели управления качеством жизни населения// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. 2018. №1 (49). С.14-24
6. Захарова С.Г. Факторный подход к управлению качеством жизни населения: социологический аспект // Экономические исследования и разработки. 2017. №1. С.70-77

УДК 33

Потеева М.А., Попович О.Н. Этапы восхождения предприятия к
современным технологическим вершинам
The stages enterprise ascension to modern technological tops

Потеева Марина Артуровна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Попович Ольга Николаевна

магистрант
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Poteeva Marina Arturovna
Ph.D., Associate Professor, Department of Enterprise Economics
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management
Popovich Olga Nikolaevna
master student
FSAEI of HE "Crimean Federal University
named after V.I. Vernadsky
Institute of economics and management

Аннотация. В статье представлен авторский подход к формированию технологической политики предприятия, поэтапно приближающей организацию к современному высокотехнологичному производству. Статья содержит методические рекомендации по количественной оценке уровней технологичности операций и видов деятельности.

Ключевые слова: технологичность, уровень технологий, факторы технологии, цифровизация, автоматизация, роботизация.

Abstract. The article is devoted to authors approach to technological enterprise policy forming, which by stages approximates enterprise to modern high technology production. The article contents is methodical recommendation on estimation of technological level.

Keywords: texnological, texnological level, factors of technology, model in figures, automation, robotion.

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Введение. Переход к современным технологиям не может произойти в желаемое короткое время. К нему необходимо готовиться, постепенно меняя используемые в настоящее время технологии, машины, оборудование и подготовленную рабочую силу. Существующие производительные силы общества обеспечивают общество необходимой продукцией и условиями жизнедеятельности. Технологическое обновление нуждается в определенной организации и управлении. По мнению авторов, этот процесс должны начать и реализовать непосредственно действующие предприятия. В этой связи, необходима методология оценки состояния технологичности предприятия и рекомендации по возвышению уровня технологичности.

Основной материал. Информационное пространство изобилует современными достижениями в области технологий. Активно внедряется цифровизация. Появляются удивительные робототехнические приспособления и машины-роботы. Новые, пятого поколения компьютеры раскрывают просторы массового обновления средств управления, автоматизации, создание искусственного интеллекта. Био-, нанотехнологии и т.п. свидетельствуют о приближающейся волне научно-технической революции. Прогресс очевиден и столь стремителен, создается впечатление, что все само собой скоро изменится. На смену «сумеркам машинокрайнего века» приходит яркий восход принципиально новых технологий [1, с.37-60]. Но в природе между сумерками и восходом лежит прохладная ночь, позволяющая видеть лишь яркие звезды. В обществе и его хозяйственной деятельности, в экономике приходится трудиться полное время технологических суток. Устаевающее оборудование, машины и энергетические установки, которые используются на нынешних действующих предприятиях, создают крайне необходимую для нас продукцию пока еще традиционными методами, обеспечивают занятость рабочей силы и подготавливают условия для будущих технологий. При современной возможности физического обновления основных средств темпами 3-5% в год на их реальную замену потребуется более двух десятилетий [2]. Главное, как нам представляется, процесс замены рабочих машин, силовых агрегатов, технологических установок и технологических приемов и т.п. должен носить непрерывный, восходящий и управляемый характер. Для этого каждое предприятие разрабатывает свою «дорожную карту» технологизации, где запланированы важнейшие этапы роста уровня технологичности всех операций, видов деятельности.

В этой связи вспоминается пример достижения высокой технологичности передовой в мире автомобильной компании Toyota. Для обеспечения высокой конкурентоспособности своей продукции руководство компании Toyota разработало собственную философию Toyota Production System (TPS). Философия Toyota – образец системного подхода к обновлению всего процесса производства люксовых автомобилей в Японии. 14 принципов Toyota охватывают «абсолютно любой вид деятельности», связанный с производством и продажей автомобилей [3,с.98]. Для достижения высот технологичности производства компании потребовалось сформировать новый трудовой климат в рабочей и инженерной среде. Каждый вносил свой вклад в обновление операций ради общей цели – создать лучший и экономичный продукт. Технологическая идея овладела массой всего персонала компании. Учились новому все: от президента компании до рядового служащего. 14 принципов компании стали своего рода кодексом чести и реальной

программой обновления. Как известно, успех компании Toyota был поразительным. На тот период компания овладела более, чем третьей частью мирового рынка дорогих автомобилей. Но самое главное, по нашему мнению, заключается в том, что компания выработала и освоила алгоритм успешного достижения новых технологических высот – в технологиях производства, маркетинга и управления качеством и конкурентоспособностью. А начиналось все с простого обновления традиционных устаревших приемов труда и видов деятельности в собственном предприятии, в ремонте машин. Был сделан вывод: не игнорируя старый опыт, искать постоянно и всюду способы обновления и улучшения качества процесса труда, производимого продукта. Обучение новому стало непреклонным требованием к каждому работнику компании. Специально обученные люди занимались только тем, что искали в текущей работе других, что и где можно усовершенствовать или сэкономить. В случае обнаружения какого-либо брака конвейер останавливали полностью до точного выяснения и устранения причин брака. Все необходимые детали, узлы, материалы поставлялись к месту их использования «точно в срок». Достигалась максимальная экономия на обороте капитала.

Пример японской компании, как и многолетний опыт передовых отечественных заводов, предприятий свидетельствует, что каждое предприятие должно проанализировать применяемые технологии и выработать план повышения уровня технологичности по всем операциям и видам экономической деятельности.

Методологической основой разработки плана повышения технологичности, а, соответственно, и роста производительности труда может служить предлагаемая методика оценки уровня технологичности. Методика построена по принципу восхождения – от простого к сложному. От самых простых технологий, применяемых на каждом предприятии, к современным сложным и высокотехнологичным операциям. Это позволит охватить процессом усовершенствования весь производственный цикл и не игнорировать технологические «мелочи». Таким образом, сформируется системный критический взгляд, отношение ко всему, что сложилось за многие годы и, кажется, не нуждается в лучших преобразованиях, стало привычной рутинной.

Суть процесса повышения технологичности производства заключается в перманентном сокращении затрат физического труда человека. Происходит вытеснение работника из производственного процесса и замещение его первоначально механически, а затем и автоматически действующими средствами производства. В системе современных высоких технологий достигается замещение не только физического труда, но и интеллектуальных усилий живого труда путем внедрения достижений научно-технического прогресса. Поэтому предлагается оценку уровня технологичности предприятия осуществлять системным методом, в совокупности на различных уровнях технологичности производственных операций.

Первый уровень технологичности – это механизация выполняемых работ (операций). Он характеризуется степенью использования в производственном процессе машин, приспособлений, технических установок, замещающих ручной физический труд. Роль человека в таком процессе заключается в управлении машинами и механизмами, как орудиями труда. Одновременно с этим часть работ выполняется вручную. Уровень механизации (Ум) оценивается по соотношению объема работ (или трудозатрат),

выполненных с использованием механизмов (V_m), к общему объему выполненных работ (или трудозатрат) ($V_{общ}$).

$$Y_m = V_m : V_{общ} \times 100\% \quad (1)$$

$$V_{общ} = V_m + V_{руч} \quad (2)$$

Второй уровень технологичности – это комплексная механизация производственного процесса ($V_{км}$). В данном случае весь выполняемый процесс механизирован комплексно, а труд работника сведен к управлению машинами и механизмами. Соответственно уровень технологичности определяется по соотношению комплексно механизированных операций, процессов ($V_{км}$) и общего объема выполняемых работ на предприятии ($V_{общ}$).

$$Y_{км} = V_{км} : V_{общ} \times 100\% \quad (3)$$

$$V_{общ} = V_{км} + V_m + V_{руч} \quad (4)$$

Дальнейший рост технологичности производства достигается за счет использования автоматически действующих установок, машин, приспособлений. Рабочая машина выполняет производственные операции самостоятельно, без непосредственного участия человека. Роль последнего сводится к периодическому контролю, надзору за работой машины, или ее ремонту и устранению причин длительной приостановки. Уровень автоматизации производства оцениваем по соотношению объема работ, выполненной автоматически действующим оборудованием, машинами ($V_{авт}$) и общего объема работ ($V_{общ}$).

$$Y_{авт} = V_{авт} : V_{общ} \times 100\% \quad (5)$$

Роботизация производства или отдельных производственных процессов представляет более высокий уровень технологичности. Вместо стандартных автоматизированных машин и установок роль рабочих машин выполняют многофункциональные, нестационарные андроиды, роботы. Дистанционное управление запрограммированной деятельностью робота многофункционально и позволяет использовать их в самых сложных и опасных для человека видах операций. Уровень роботизации производства характеризует степень современной технологичности производства. Аналогично предыдущим параметрам его можно определить по соотношению объемов выполненных работ.

$$Y_{роб} = V_{роб} : V_{общ} \times 100\% \quad (6)$$

Наиболее массовое применение в современных организациях находят цифровые технологии, составляющими частями которых является программный продукт и компьютерная техника. В государственной статистике учитываются показатели: количество используемых компьютеров на 100 работников, подключение компьютерных систем к Интернет.

На предприятиях отсутствуют оперативный учет объемов выполненных работ, услуг с помощью компьютерной техники, с применением ИТ-технологий. Однако необходимость такого учета и отчетности очевидна. Уровень компьютеризации работ, уровень цифровизации производства, предоставленных услуг также можно рассчитать по соотношению трудозатрат или объемов работ и услуг.

$$Y_{циф} = V_{циф} : V_{общ} \times 100\% \quad (7)$$

В этой связи отметим, что авторы не разделяют точку зрения одного из ведущих ученых западной экономической мысли Фридмена Алана. Он указывал, что «компьютеры как раз-таки повысили продуктивность, но не материального труда, а сферы услуг» [1,с.52]. И в материальном производстве, там, где используются цифровые технологии, например, оборудование, станки с программным цифровым управлением, компьютеры способствуют повышению производительности. Доля их в материальном труде пока невелика.

На отечественных предприятиях наибольшее распространение компьютерная техника, цифровые технологии нашли применение в бухгалтерском учете, в плановой деятельности, в расчетных финансовых операциях с клиентами, поставщиками и потребителями продукции, материальных ценностей, в налоговой отчетности. Набирает ускорение Интернет-торговля.

Всем этим процессам необходимо придать управляемый характер, для чего необходимы оперативный учет и отчетность на уровне предприятий. Обследование организаций показало высокий удельный вес предприятий, использовавших информационно-коммуникационные технологии в 2005 – 2016гг. (табл.1).

Таблица 1

Использование информационных и коммуникационных технологий в организациях России (% от общего числа обследованных организаций)

	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Организации, использовавшие:						
- персональные компьютеры	91,1	93,8	94,0	93,8	92,3	92,4
- серверы	9,3	18,2	19,7	26,6	47,7	50,8
- локальные вычислительные сети	52,4	68,4	73,4	67,2	63,5	62,3
- электронную почту	56,0	81,9	86,5	84,2	84,0	87,6
- глобальные информационные сети	54,3	83,4	88,7	89,8	89,0	89,6
- организации, имевшие Web-сайты в сети Интернет	14,8	28,5	41,3	40,3	42,6	45,9

Источник: [4,с.321]

Основным средством производства в информационных технологиях являются персональные компьютеры и соответствующее им программное обеспечение. За 10 лет число персональных компьютеров возросло с 5,7 млн. штук до 12,42 млн. штук (табл. 2).

Таблица 2

Персональные компьютеры в организациях России

	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Число персональных компьютеров в обследованных организациях (млн. штук)	5,7	9,29	11,43	11,74	11,99	12,42

Источник: [4,с.324]

За этот же период организации России увеличили затраты на информационные и коммуникативные технологии с 215 млрд. руб. (2005г.) до 1249 млрд. руб. (табл.3).

Таблица 3

Затраты организаций на информационные и коммуникационные технологии (млрд. руб. и в % к 2005г.)

	2005	2010	2011	2013	2014	2015	2016
Всего затрат на информационные и коммуникационные технологии	215	516	603	1246	1175	1153	1249
Рост в % к 2005г.	100	240	280	579	646	536	580

Источник: [4,с.326]

Однако приведенные данные обследования организаций и оперативной отчетности о наличии компьютеров, о затратах еще не отвечают на вопрос о результатах использования цифровой и IT-технологий. Нет ответа на вопросы: «как за счет этих технологий увеличился объем производства?», «Насколько сокращены трудозатраты за счет применения компьютерных технологий?». Предлагаемая методика уровней технологичности предприятия позволит придать процессу управляемый характер и организовать учет его результативности.

Сведения различных по видам и уровням показателей технологичности предприятия в один интегрированный критерий технологичности ($Y_{\text{инт.техн}}$) рекомендуется выполнить на основе коэффициентов весомости каждого вида (y_i). Коэффициент весомости показателя учитывает степень значимости заменяемого техникой вида живого труда. Механизация труда замещает, как правило, менее квалифицированный физический труд. В таком случае, рекомендуется коэффициент весомости принять в пределах ($y_m=0,05-0,1$). При комплексной механизации $y_{\text{км}}=0,1-0,3$, а в случае автоматизации работ, где доля живого труда человека значительно сокращена $y=0,5-0,8$. На роботизированном участке работ $y_{\text{роб}}=0,8-0,9$. Цифровизированные технологии оставляют пространство для участия человека в пределах 10-15%, т.к. на данном этапе еще сильна рутинная традиция бумажного дублирования отчетной документации, недостаточен уровень знаний и опыта использования компьютерных технологий граждан. Поэтому $y_{\text{цф}}=0,85-0,9$.

Таким образом, интегральный показатель уровня технологичности современного предприятия можно рассчитать по формуле:

$$Y_{\text{инт. техн.}} = y_m \cdot Y_m + y_{\text{км}} \cdot Y_{\text{км}} + y_{\text{ав}} \cdot Y_{\text{авт}} + y_{\text{роб}} \cdot Y_{\text{роб}} + y_{\text{цф}} \cdot Y_{\text{цф}} + a \quad (8)$$

где a – доля операций, работ, выполняемых с применением принципиально новых технологий.

Выводы. Динамика интегрированного показателя технологичности предприятия позволит выявить тренд технической политики организации и наметить меры по ее эффективности.

Библиографический список

1. Фриман Алан. Сумерки машинокраического подхода: незаменимый труд и будущее производства // ж. Вопросы политической экономии. 2016. №4, с.37 – 60.
2. Российский статистический ежегодник, 2018. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] – Режим доступа: www.gks.ru.
3. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джефри Лайкер; Пер. с англ. – 9-е изд. – М., Альпина Пабlishер, 2014. – 400с.
4. Россия в цифрах. 2018. Статистический справочник. Росстат. – М., 2018.

Экономическая теория

УДК 33

Хорольская Т.Е. Вектор новой этноэкономики как новое направления экономической теории

Vector of new ethnoeconomy as new directions of the economic theory

Хорольская Т.Е.

Старший преподаватель кафедры теории бухгалтерского учета
Кубанского государственного аграрного университета

Россия, г. Краснодар

Horolskaya T. E.

The teacher of department of the theory of accounting

Kuban state agricultural university

Russia, Krasnodar

Аннотация. В статье рассматривается новое направление развитие этноэкономики – новая этноэкономика, в основе которой находятся различные виды новаций, позволяющие использовать созидательный потенциал традиционного уклада этносов в соответствии с происходящими глобализационными и технологическими изменениями. Определены направления деятельности этносов, которые соответствуют новой этноэкономике. Выявлено, что появление новой этноэкономики обуславливает необходимость ее встраивания в более сложные экономические системы, например, в экономику крупных хозяйственных пространств или территорий. При этом в процессе интеграции необходимо учитывать, что данный процесс носит двусторонний характер, т.к. не только новые направления этноэкономики встраиваются в экономику нашей страны, но и хозяйственное пространство России должно «принять» новую этноэкономку, что позволит российской экономике генерировать новые конкурентные преимущества, которые она может получить от подобного интеграционного взаимодействия.

Ключевые слова: этнос, традиционный уклад хозяйствования, новая этноэкономика, этномаркетинг, этноменеджмент, этническое предпринимательство

Abstract. In article the new direction development of ethnoeconomy – new ethnoeconomy at the heart of which there are different types of innovations allowing to use the creative potential of traditional way of ethnos according to the happening globalization and technological changes is considered. Activities of ethnos which correspond to new ethnoeconomy are defined. It is revealed that emergence of new ethnoeconomy causes need of its embedding in more complex economic systems, for example, in economy of large economic spaces or territories. At the same time in the course of integration it is necessary to consider that this process has bilateral character since not only the new directions of ethnoeconomy are built in economy of our country, but also the economic space of Russia has to "accept" new ethnoeconomy that will allow the Russian economy to generate new competitive advantages which she can receive from similar integration interaction.

Keywords: ethnos, traditional way of managing, new ethnoeconomy, ethnomarketing, ethnomanagement, ethnic business

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".

СамГУПС

В своей работе Ключко Е.Н., Кобозева Е.М. отмечают, что понятие «этноэкономика» принято рассматривать «как занятость людей по производству традиционных товаров и услуг, характерных для определенной территориальной единицы. Так, под этноэкономикой в широком смысле многие ученые понимают специфическую форму национальной экономики, а в узком - определенный сегмент национальной экономики, выделенный по традиционным видам деятельности, свойственным данному этническому сообществу» [1]. Авторы предлагают рассматривать этноэкономику как «науку о взаимодействии культуры, традиций, этноса, обычаев, идеологии, религиозных взглядов различных наций с их хозяйственной деятельностью» [1]. Согласимся с данным определением, т.к. оно по-нашему мнению наиболее полно отражает все имеющиеся у данного научного направления теоретические и практические научные возможности.

На рисунке 1 представлены факторы, которые способствуют развитию этнического предпринимательства в хозяйственном пространстве территории.



Рисунок 1. Факторы, влияющие на развитие этнического предпринимательства [2]

Рассматривая рисунок 1 отметим, что представленные на нем факторы тесно увязаны с теми научными и технологическими тенденциями, которые возникли и активно развиваются в последние

десятилетия. Например, для того, чтобы создать специальную инфраструктуру, которая бы помогала этническим предпринимателям продвигать народные промыслы своего этноса необходимо использовать имеющийся в настоящее время опыт развития специальных бизнес-акселераторов, с помощью которых развивается традиционное и инновационное предпринимательство.

Следовательно, необходимо отметить влияние инновационных, информационно-коммуникационных и других видов технологий на деятельность всех этносов, даже тех, которые живут согласно традиционному укладу своих предков. Мы хотим ввести новый научный конструкт «новая этноэкономика», который отражает изменения сложившегося образа жизни этноса под влиянием появляющихся новаций.

Рассматривая категорию «новая этноэкономика» отметим, что данный научный конструкт находится в начале своего становления, т.к. впервые вводится в поле научной теории автором данной статьи. Чтобы более рельефно очертить имеющиеся у данного научного конструкта возможности представим на рисунке 2 те направления деятельности этносов, которые соответствуют новой этноэкономике.



Рисунок 2. Направления деятельности этносов, которые соответствуют новой этноэкономике (разработано автором по результатам исследования)

Рассматривая, представленные на рисунке 2 направления отметим, что все они представляют собой направления приложения имеющегося у каждого из этносов творческого потенциала к возникшим в конце XX века – начале XXI века новым тенденциям хозяйственной жизни экономических субъектов [3, 4].

Следовательно, можно нести речь о том, что имеющиеся у каждого этноса ресурсы, которые могут быть представлены в виде 1) традиционных хозяйственных практик, сложившихся в процессе традиционного уклада жизнедеятельности этноса, 2) предпринимательских наклонностей, 3) продуктивной хозяйственной энергии необходимо интегрировать с появляющимися или уже активно используемыми креативными возможностями, которые возникают с мировым хозяйственным пространством.

Считаем, что представленные на рисунке 2 направления деятельности этносов в рамках новой этноэкономики не являются исчерпывающими и обязательно будут дополнены при появлении новых видов технологических, коммуникационных и экономических новаций.

Новая этноэкономика должна быть интересна органам государственной власти Российской Федерации в первую очередь с позиций того, как можно использовать имеющийся у нашей многонациональной страны креативный потенциал проживающих этносов. Забвение этнической специфики может привести к непродуктивному использованию данного потенциала, который не позволит получить синергетический эффект в рамках всей сложной социально-экономической системы, которой является наша страна [5].

Появление новой этноэкономики обуславливает необходимость ее встраивания в более сложные экономические системы, например, в экономику крупных хозяйственных пространств или территорий. При этом процессе интеграции необходимо учитывать, что данный процесс носит двусторонний характер, т.к. не только новые направления этноэкономики встраиваются в экономику нашей страны, но и хозяйственное пространство России должно «принять» новую этноэкономику, что позволит российской экономике генерировать новые конкурентные преимущества, которые она может получить от подобного интеграционного взаимодействия.

Следовательно, обозначенная нами задача разработки вектора новой этноэкономики как нового направления экономической теории является одной из важных задач, которую необходимо решить для успешного развития нашей страны. К решению данной задачи необходимо привлекать органы государственной власти, которые должны обеспечить определенные формы поддержки новой этноэкономики – институциональные, финансовые и пр. Только успешно «встроив» новую этноэкономику в экономическую систему Российской Федерации можно использовать ее дремлющие возможности для «встраивания» экономики страны в глобальную мировую экономическую систему.

Библиографический список

1. Ключко Е.Н., Кобозева Е.М. Этноэкономика региона: потенциал, функции, барьеры развития // Бизнес. Образование. Право. 2017. № 4 (41). С. 38-42.
2. Ключко Е. Н., Прохорова В. В. Этнопредпринимательство как новация при переходе экономики на инновационный путь развития // Современная научная мысль. 2017. № 3. С. 127-134.
3. Кетова Н.П., Тимченко Е.Ю. Этномаркетинг как концепция деятельности компаний на продовольственных рынках. – Ростов – на- Дону: Содействие – XX1 век, 2011. - С.57-71
4. Павлов К.В. Этноменеджмент и этноэкономика: этнотерриториальные и национальные модели управления и хозяйствования // Известия ЮЗГУ. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. - 2016. - № 1 (18). – С. 18-27.
5. Ключко Е.Н., Резниченко С.М. Характеристика воспроизводственного потенциала этноэкономики Краснодарского края и республики Адыгея // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 67-73.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 4/2019

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 10,5. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1