

Экономические исследования и разработки

Выпуск 5, май 2019 год

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 5/2019

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» – №5– 2019. – 174 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 государственной технической 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

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ 9

Бикеева М.В. Практика реализации внутренней социально-экономической политики страны: критическая оценка* 9

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ .14

Никоноров В.М. Вопросы устойчивости экономической системы: особые точки..... 14

Тиндова М. Г. Информация как инструмент управления рынком 23

МЕНЕДЖМЕНТ 32

Бородай В.А., Зайнуллина Т. Г. Эволюционная позиция и роль консалтинга в бизнес-среде 32

Кожевникова Ю.С. Стратегия социальной ответственности в ресторанном бизнесе 38

Мирончук В.А. Оценка возможностей подходов к управлению некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения граждан 43

Хлопина О.В. Разработка методики экспресс-анализа управления знаниями в малых научно-образовательных организациях..... 47

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА 51

Арутюнян Л.В., Богданов В.М. Развитие торговых отношений на Крымском полуострове в середине XIII–XV веков 51

Жуковская И.Ф., Кучина А.О. Драйверы экономического роста: региональный аспект 56

Черемисинова Д.В., Рябченко Д.С., Плинер А.А. Анализ и оценка инвестиционного климата Липецкой области 63

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ 73

Черемисинова Д.В., Плинер А.А., Рябченко Д.С. Перспективы развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе..... 73

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ 79

Нигматуллина О.О. Анализ показателей банковского корпоративного кредитования в России и факторы, их определяющие..... 79

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ 85

Батьковский А.М, Клочков В.В. Прогнозирование себестоимости наукоемкой продукции в условиях диверсификации производства на инновационно-активных предприятиях..... 85

Батьковский А.М., Фомина А.В. Эффективность внедрения результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на предприятиях инновационно-активных отраслей..... 92

Батьковский А.М, Клочков В.В., Фомина А.В. Производство и экспорт продукции оборонно-промышленного комплекса в условиях его диверсификации..... 102

Белозерцева О.В., Жолжаксинова Г. Развитие и современное состояние строительного комплекса Томской области 109

Власова С.Е. К вопросу адекватной оценки стоимости бренда 116

Гуныко Д.И. Теоретическая модель организации современного специального мероприятия в сервисной деятельности 120

Донцова М.Е. Особенности организации событийных мероприятий патриотического характера в молодежной среде..... 129

Котова Д.А. Организация и результативность тематических
событийных мероприятий 138

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ..... 145

Батурина И.Н., Артамонова И.А. Безработица - одна из проблем
экономической безопасности Курганской области 145

Лизункова Е.А. Критерии эффективности и противодействие
коррупции в контрактной системе государственных (муниципальных)
закупок..... 151

Любарская М.А., Гаченко М.С. Проблема отмывания денежных
средств, полученных преступным путем в российской экономике .. 156

Чемоданова Ю.В., Макушева Ю.А., Сорокина К.В. Проблемы
киберугроз в свете риска менеджмента и безопасности организации
..... 162

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ 169

Хорольская Т.Е. Вектор фундаментальной этноэкономики 169

Государственное управление

УДК 33

Бикеева М.В. Практика реализации внутренней социально-экономической политики страны: критическая оценка*

Practice of implementation of the domestic socio-economic policy of the country: a critical assessment

Бикеева М.В.

к.э.н., доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, г. Саранск

Bikeeva M.V.

Ph. D. in Economics, assistant professor of the Chair of Statistics, Econometrics and Information Technologies in Management, National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk

Аннотация. Статья содержит критический взгляд автора на способность правительства эффективно решать весь спектр социально-экономических проблем российского общества самостоятельно. По итогам общероссийского социологического опроса выявлен перечень ключевых задач, требующих своего решения в ближайшей перспективе. Среди них рост благосостояния населения, а также доступность и качество услуг в области здравоохранения, образования, решения жилищной проблемы и много другое. Бесспорным являются попытки правительства в реализации указанных задач. Все они входят в число целевых установок национальных проектов и важнейших стратегических документов. Тем не менее, указанные документы во многом носят декларативный характер, не предусматривая конкретных механизмов улучшения социального положения населения. Приходится констатировать, что далеко не все «майские указы» президента 2012 г., охватывающие различные сферы социально-экономического развития страны, в итоге были достигнуты. О неэффективности выполнения правительством своих обязанностей по обеспечению национальных интересов свидетельствуют и статистические показатели динамики уровня жизни и, в частности, состояние проблемы социального неравенства.

В этой связи проблематика отношений власти, бизнеса и общества в современных условиях требует переосмысления и формирования эффективного и многоуровневого (в том числе регионального) механизма их взаимодействия.

Ключевые слова: результаты реализации национальных проектов, «майские указы» президента, дифференциация доходов населения, стратегическое партнёрство власти и бизнеса.

Abstract. The article contains the author's critical view on the ability of the government to effectively solve the whole range of socio-economic problems of Russian society independently. The results of the all-Russian sociological survey revealed a list of key tasks that need to be addressed in the near future. Among them, the growth of the welfare of the population, as well as the availability and quality of services in the field of health, education, housing and much more. Undeniable is the attempt of the government in the implementation of these tasks. All of them are among the targets of national projects and the most important strategic documents. Nevertheless, these documents are largely declarative in nature, without providing specific mechanisms for improving the social situation of the population. It is necessary to note that not all «may decrees» of the President of 2012 as a result were reached. Statistical indicators the state of social inequality demonstrate the ineffectiveness of the government in fulfilling its obligations to ensure national interests. In this regard, the problem of relations between government, business and society in modern conditions requires rethinking and the formation of an effective and multi-level (including regional) mechanism of their interaction.

Keywords: the results of the implementation of national projects, «may decrees» of the President, income differentiation, strategic partnership between government and business.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках научного проекта № 18-410-130005 «Механизм взаимодействия власти и бизнеса в процессе регионального развития».

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

Рассматривая Россию в качестве социального государства, следует обращать внимание на отношение правительства к социально уязвимым категориям населения и эффективному решению наиболее острых социально-экономических проблем общества. По данным Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (ФНИСЦ РАН) в перечень наиболее востребованных для российского общества задач отнесены следующие (Рис. 1) [5, с. 19].

Повышение уровня и качества жизни населения является стержнем внутренней социально-экономической политики страны и задает контуры многих стратегических решений. Одним из выражений социальной деятельности российского правительства стала реализация национальных проектов в таких областях как здравоохранение, образование, жилище. Кроме того, вышеперечисленный спектр задач включен в число ключевых целевых установок стратегических документов: концепций демографической политики и долгосрочного социально-экономического развития РФ, стратегии национальной безопасности РФ, Указа «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и др. [1].

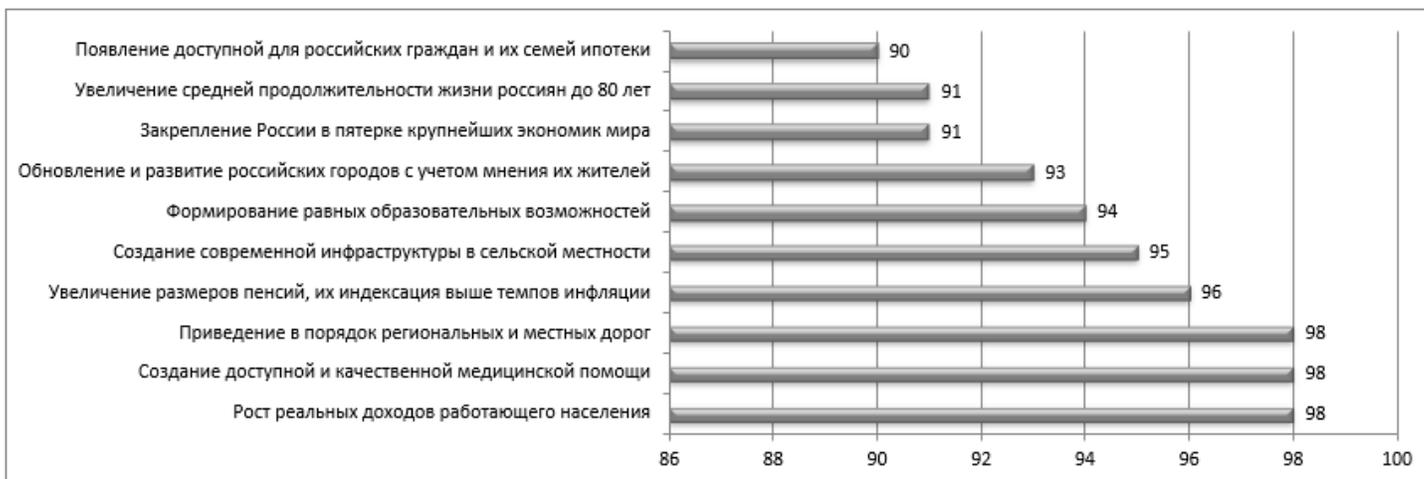


Рисунок 1. Топ-10 самых важных задач, поставленных в ежегодном Послании президента Федеральному Собранию РФ, по мнению россиян (%), данные ФНИСЦ РАН)

Однако итоги реализации ряда национальных проектов нельзя назвать успешными [3]. Значительные расхождения достигнутых показателей и запланированных, коррупционные скандалы по нецелевому использованию федеральных средств, многочисленные нарушения системы закупок медицинского

оборудования, а также распределения жилья военнослужащим и много другое ставят под сомнение эффективную их реализацию.

Приходится также констатировать, что далеко не все «майские указы» президента 2012 г., охватывающие различные сферы социально-экономического развития страны, в итоге были достигнуты (табл. 1) [4, с.20].

Таблица 1

Сведения о выполнении показателей «майских указов» Президента Российской Федерации

Указ Президента от 7 мая 2012 г.	Поручение Президента	Факт*	Отклонение
№ 596 «О долгосрочной государственной экономической политике»	«Повышение позиции Российской Федерации в рейтинге Всемирного банка по условиям ведения бизнеса со 120-й в 2011 году до 50-й – в 2015 году и до 20-й – в 2018 году»	35 место** (2018 г.)	- 15 ед.
	«Увеличение доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики в валовом внутреннем продукте к 2018 году в 1,3 раза относительно уровня 2011 г.»	22,1% (2017 г.)***	- 3,5%
	«Создание и модернизация 25 млн. высокопроизводительных рабочих мест к 2020 году»	15983,279 тыс. ед. (2016 г.)	-9,02 млн.
№ 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»	«Увеличение к 2018 году размера реальной заработной платы в 1,4 – 1,5 раза»	105,5% (2016 г.)****	-44,5%
№ 598 «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения»	«Снижение смертности от новообразований (в том числе от злокачественных) до 192,8 случая на 100 тыс. населения»	196,9 на 100 тыс. населения (2017 г.)	-4,1 на 100 тыс. населения
	«Снижение смертности от дорожно-транспортных происшествий до 10,6 случая на 100 тыс. населения»	10,6 на 100 тыс. населения (2017 г.)	+0,4 на 100 тыс. населения
№ 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»	«Увеличение к 2015 году внутренних затрат на исследования и разработки до 1,77 процента внутреннего валового продукта»	1,10 % (2016 г.)	-0,67%
№ 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг»	«До 2020 года – предоставление доступного и комфортного жилья 60 процентам российских семей, желающих улучшить свои жилищные условия»	4,8% (2017 г.)	-55,2%
№ 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации»	«Обеспечить увеличение к 2018 году ожидаемой продолжительности жизни в Российской Федерации до 74 лет»	72,7 года (2017 г.)	-1,3 года

* Данные Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: www.gks.ru

** Рейтинг стран по простоте ведения бизнеса 2018 г. Всемирного банка. Режим доступа: <http://novorusmir.ru/archives/31784>

*** В 2011 г. значение показателя составляло 19,7%, к 2018 г. – запланировано 25,6%.

**** В 2012 г. значение показателя составляло 108,4%.

О неэффективности выполнения правительством своих обязанностей по обеспечению национальных интересов свидетельствуют и статистические показатели динамики уровня жизни и, в частности, состояние проблемы социального неравенства. Значительная дифференциация доходов, приводящая к концентрации богатства и нищеты, становится типичной чертой российского общества (табл. 2) [6]. Согласно представленным показателям для Российской Федерации характерно избыточное неравенство (коэффициент Джини более 40 % и превышает пороговое значение).

Таблица 2

Динамика неравномерности распределения доходов населения Российской Федерации

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Коэффициент Джини	0,417	0,420	0,419	0,416	0,413	0,412	0,410
Коэффициент фондов, в разгах	16,2	16,4	16,3	16,0	15,7	15,5	15,3
Децильный коэффициент, в разгах	7,3	7,4	7,4	7,3	7,1	7,1	7,0

Таким образом, правительство оказалось неспособным самостоятельно эффективно разрешать весь спектр социальных проблем современного общества. Данное обстоятельство обуславливает необходимость обращения к другим силам и институтам общества [2]. В качестве одного из влиятельных институтов современного общества рассматривается бизнес. Это объясняется тем, что бизнес имеет непосредственное отношение, во-первых, к благосостоянию населения, к удовлетворению многообразия его материальных, социальных и интеллектуальных потребностей, во-вторых, к сокращению неравенства и искоренению безработицы, в-третьих, как источник социальной ответственности способствует повышению уровня и качества жизни населения и формированию зоны социального благополучия.

Проблематика отношений власти, бизнеса и общества в современных условиях требует переосмысления и формирования эффективного и многоуровневого (в том числе регионального) механизма их взаимодействия, что будет раскрыто в последующих работах автора в рамках настоящего гранта.

Библиографический список

1. Послание Президента Федеральному Собранию 01.03.2018 // Официальный сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/56957>
2. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин: Федеральное агентство по образованию, Казанский гос. финансово-экон. ин-т. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 207 с.
3. Ильин В.А., Морев М.В. Оценка населением региона эффективности государственного управления в 2000–2018 гг. // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 1. С. 9-38.

4. Ильин В.А., Морев М.В. «Российская Федерация – социальное государство»? Оценка 25-летних итогов реализации статьи 7 Конституции РФ // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 6. С. 9-25.

5. Ильин В.А., Морев М.В. Тревожное будущее 2024 года // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 3. С. 9-24.

6. Статистический бюллетень «Социально - экономические индикаторы бедности в 2013 – 2017 годах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_110/Main.htm

Математические и инструментальные методы в экономике

УДК 330.4

Никоноров В.М. Вопросы устойчивости экономической системы: особые точки

Issues of sustainability of the economic system: special points

Никоноров В.М.

К.э.н., доцент ВШУБ

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Nikonorov V.M.

Ph.D., Associate Professor VSHUB

St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great

***Аннотация.** Автор осветил значимость устойчивости экономической системы. На примере экономической системы, которую можно описать линейным дифференциальным уравнением второго порядка, рассмотрел особые точки подобной системы. Предложил применять для оценки устойчивости экономической системы особые точки.*

***Ключевые слова:** Математическая модель, дифференциальное уравнение, определитель, особая точка, матрица.*

***Abstract.** The author covered the importance of stability of an economic system. On the example of an economic system which can be described the linear differential equation of the second order considered special points of a similar system. Suggested to apply special points to assessment of stability of an economic system.*

***Keywords:** Mathematical model, differential equation, determinant, special point, matrix.*

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва.

Актуальность. Экономическая система создана для обеспечения социума соответствующими товарами и услугами. Например, задача розничной торговли – снабжение населения страны продовольственными и непродовольственными товарами. Задача системы образования – обеспечение населения страны образовательными услугами и т.д. Автору представляется, что устойчивость экономических систем является ключевым фактором развития и процветания населения страны.

Объект исследования – экономическая система.

Предмет исследования – устойчивость экономической системы.

Цель исследования – выявление подходов к оценке устойчивости экономической системы.

Методы исследования: дифференциальное исчисление, изоморфизм.

Системный подход к изучению сложной социально-экономической системы рассмотрен в [1,2,3,4].

Экономическую систему можно описать экономико-математической моделью. Так как экономическая система – динамическая система, то возможно применить аппарат дифференциальных уравнений, т.е. построить экономико-математическую модель как систему дифференциальных уравнений или свести эту систему к одному дифференциальному уравнению, характеристическому уравнению. Отметим, что здесь и далее речь идет о линейных дифференциальных уравнениях

Если порядок характеристического уравнения равен 2, то для оценки устойчивости системы можно применить особые точки.

«Вообще говоря, состояниям равновесия динамической системы соответствуют на фазовой плоскости особые точки уравнения интегральных кривых и, наоборот, особые точки соответствуют состояниям равновесия.» [5]

На физическом уровне состояние равновесия системы означает, что скорости и ускорения равны нулю, то есть система устойчива. Если ускорения равны нулю, то, соответственно, силы, действующие на систему также равны нулю.

Экономическая система, которой соответствует уравнение второго порядка, может быть описана двумя уравнениями первого порядка (1).

$$\left. \begin{aligned} \dot{x} &= a_{11}x + a_{12}y \\ \dot{y} &= a_{21}x + a_{22}y \end{aligned} \right\} \quad (1)$$

Матрица этой системы А (2).

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{pmatrix} \quad (2)$$

Тогда определитель для системы (1) можно записать в виде (3).

$$D = \begin{vmatrix} a_{11} - \lambda & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} - \lambda \end{vmatrix} = 0 \quad (3)$$

Эта система устойчива тогда и только тогда, когда все характеристические корни $\lambda_j(A)$ матрицы А обладают неположительными вещественными частями [6]. Рассмотрим все варианты $\lambda_j(A)$ для

невырожденной матрицы A . Так как одни из них обеспечивают устойчивость, другие – неустойчивость. То есть те значения $\lambda_j(A)$, при которых $D=0$ и есть в нашем случае особые точки (1).

Возможны следующие варианты для собственных значений λ .

1) $\lambda_1 > 0, \lambda_2 > 0$

Этому решению соответствует особая точка – неустойчивый узел. Решение (3) имеет вид:

$$x_1(t) = x_{10} e^{\lambda_1 t}$$

$$x_2(t) = x_{20} e^{\lambda_2 t}$$

Очевидно, что при положительных λ_1, λ_2 $x_1(t)$ и $x_2(t)$ устремляются в $+\infty$ при $t \rightarrow +\infty$.

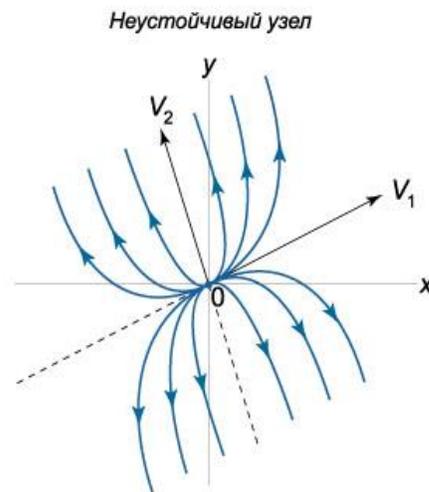


Рисунок 1. Неустойчивый узел

Здесь неустойчивый узел показан в исходных координатах x, y и в диагонализующем базисе v_1, v_2 . v_1, v_2 – собственные вектора матрицы A .

2) $\lambda_1 < 0, \lambda_2 < 0$

Этому решению соответствует особая точка – устойчивый узел.

Точка равновесия $(0;0)$.

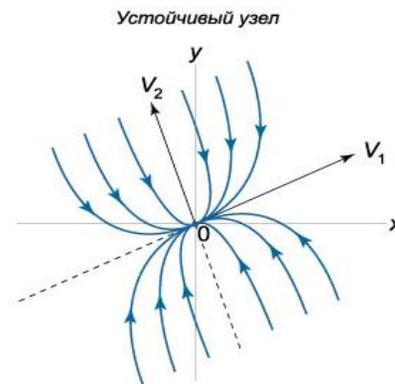


Рисунок 2. Устойчивый узел

Здесь неустойчивый узел показан в исходных координатах x, y и в диагонализующем базисе v_1, v_2 .

3) λ_1, λ_2 действительные числа разных знаков.

Этому решению соответствует особая точка – седло. Это неустойчивая особая точка.

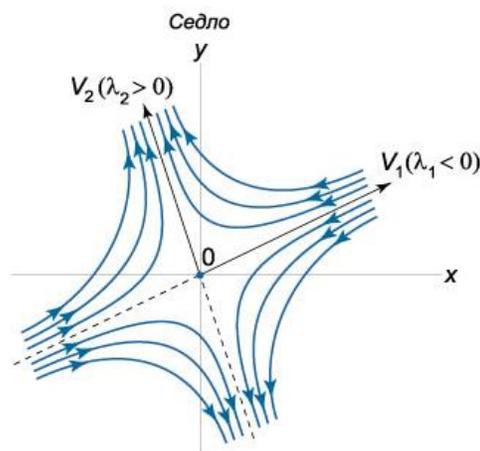


Рисунок 3. Седло

Здесь седло показано в исходных координатах x, y и в диагонализующем базисе v_1, v_2 .

4) $\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a < 0$

Этому решению соответствует особая точка – устойчивый фокус. Фазовые кривые – логарифмические спирали. Они закручиваются, приближаясь к началу координат.

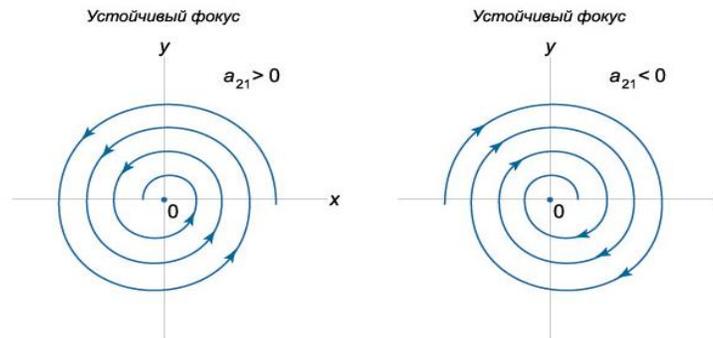


Рисунок 4. Устойчивый фокус

5) $\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a > 0$

Этому решению соответствует особая точка – неустойчивый фокус.

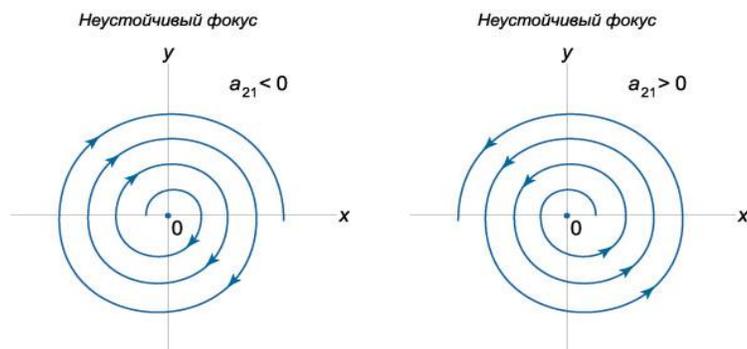


Рисунок 5. Неустойчивый фокус

Фазовые кривые – логарифмические спирали. Они раскручиваются, удаляясь от начала координат.

Если $a_{21} > 0$, то спирали закручиваются против часовой стрелки.

Если $a_{21} < 0$, то спирали закручиваются по часовой стрелке.

6) $\lambda_1 = bj; \lambda_2 = -bj$

Этому решению соответствует особая точка – центр. Это устойчивая особая точка. Фазовые кривые – эллипсы (окружности).

Если $a_{21} > 0$, то направление вращения против часовой стрелки.

Если $a_{21} < 0$, то направление вращения по часовой стрелке.

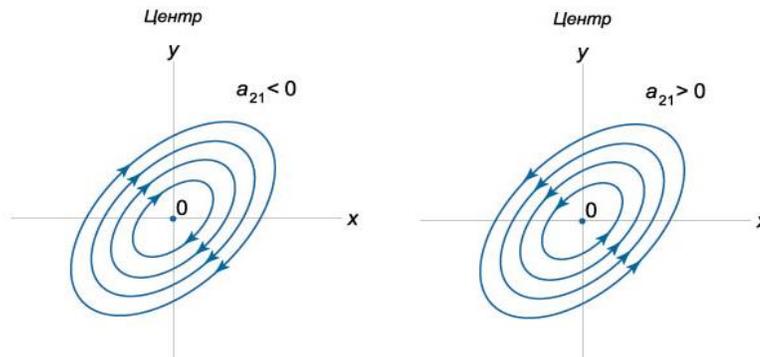


Рисунок 6. Центр

7) $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda < 0$ ($\dim \ker A = 2$)

Собственное подпространство A имеет размерность 2.

Этому решению соответствует особая точка – устойчивый дикритический узел. Это устойчивая особая точка.



Рисунок 7. Устойчивый дикритический узел

8) $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda > 0$ ($\dim \ker A = 2$)

Собственное подпространство A имеет размерность 2. Этому решению соответствует особая точка – неустойчивый дикритический узел.



Рисунок 8. Неустойчивый дикритический узел

9) $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda < 0$ ($\dim \ker A = 1$)

Собственное подпространство A имеет размерность 1. Этому решению соответствует особая точка – устойчивый вырожденный узел. Это устойчивая особая точка.

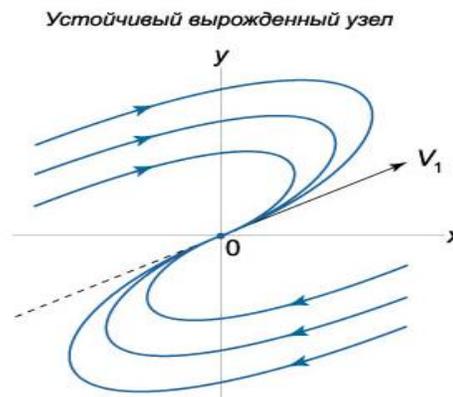


Рисунок 9. Устойчивый вырожденный узел

Здесь устойчивый вырожденный узел показан в исходных координатах x, y . У матрицы A есть только один собственный вектор v_1 . Вторым линейно независимым вектором будет присоединенным к v_1 .

10) $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda > 0$ ($\dim \ker A = 1$)

Собственное подпространство A имеет размерность 1. Этому решению соответствует особая точка – неустойчивый вырожденный узел.

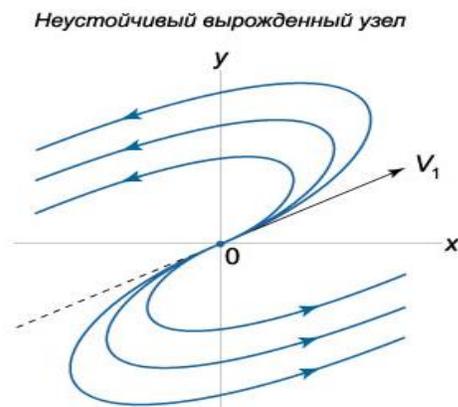


Рисунок 10. Неустойчивый вырожденный узел

Сведем имеющиеся данные в таблицу (табл. 1).

Таблица 1

Особые точки автономной системы (3)

№	Решение (3)	Особая точка	Устойчивость
1	$\lambda_1 > 0, \lambda_2 > 0$	Неустойчивый узел	Нет
2	$\lambda_1 < 0, \lambda_2 < 0$	Устойчивый узел	Да
3	$\lambda_1 < 0, \lambda_2 > 0;$ $\lambda_1 > 0, \lambda_2 < 0$	Седло	Нет
4	$\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a < 0$ $a_{21} > 0$	Устойчивый фокус, закручивание против часовой стрелки	Да
5	$\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a < 0$ $a_{21} < 0$	Устойчивый фокус, закручивание по часовой стрелке	Да
6	$\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a > 0$ $a_{21} > 0$	Неустойчивый фокус, раскручивание против часовой стрелки	нет
7	$\lambda_1 = a + bj; \lambda_2 = a - bj; a > 0$ $a_{21} < 0$	Неустойчивый фокус, раскручивание по часовой стрелке	нет
8	$\lambda_1 = bj; \lambda_2 = -bj;$ $a_{21} > 0$	Центр, вращение против часовой стрелки	да
9	$\lambda_1 = bj; \lambda_2 = -bj;$ $a_{21} < 0$	Центр, вращение по часовой стрелке	да
10	$\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda < 0$ (dim kerA=2)	Устойчивый дикритический узел	да
11	$\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda > 0$ (dim kerA=2)	Неустойчивый дикритический узел	нет
12	$\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda < 0$ (dim kerA=1)	Устойчивый вырожденный узел	да
13	$\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda > 0$ (dim kerA=1)	Неустойчивый вырожденный узел	нет

Результаты исследования.

1. Рассмотрены особые точки экономической системы, которую можно описать линейным дифференциальным уравнением второго порядка.
2. Предложено применять особые точки для оценки устойчивости экономических систем (описываемых линейным дифференциальным уравнением второго порядка).

Библиографический список

1. Whitehead A.N. Process and reality. N.-Y.: Macmillan company, 1967. 546 p.
2. L. Bertalanffy «Theoretische Biologie», Bd. I, Berlin, 1932. 122 p.
3. Ростова О.В., Ильин И.В. Методы информационного обеспечения инновационной деятельности // Наука и бизнес: пути развития. 2017. №2, с.30-35.
4. Ильин И.В. Зайченко И.М. Выбор стратегии развития предприятия на основе метода анализа иерархий // Наука и бизнес: пути развития. 2017. №1, с.29-36.
5. Андронов А.А., Витт А.А., Хайкин С.Л. Теория колебаний. – М.: Изд-во физ.-мат. литературы, 1959. – 918с.
6. Демидович Б.П. Лекции по математической теории устойчивости. – СПб.: Лань, 2008.- 480с.

УДК 519.237.5

Тиндова М. Г. Информация как инструмент управления рынком Information as a market management tool

Тиндова М. Г.

к.э.н., доцент кафедры прикладной математики и системного анализа
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.

Tindova M.G.

Candidat of Sciences (in Economics), Associate Professor
Department of Applied Mathematics and System Analysis
Yuri Gagarin State Technical University of Saratov

Аннотация. Работа посвящена изучению влияния инсайдерской информации на основные макроэкономические параметры на основе анализа временных рядов. В качестве объекта исследования выбрана информация, предоставленная государственными служащими различных уровней и представленная в открытой печати. В качестве субъекта – курсы доллара и нефти марки Brent; в качестве периода исследования – период с марта 2014 года по май 2018 года. В качестве инструмента исследования автор выбрал аппарат исследования временных рядов, сочетающий в себе последовательное применение фрактального и коинтеграционного моделирования. Результатом практического применения проведенного автором анализа являются представленные в работе модели управления стоимостью доллара и нефти путем «вброса» различной информации, основанные на уравнениях регрессии по отклонениям от трендов. В работе показано, что использование инсайдерской информации (особенно из иностранных источников) является реальным инструментом управления рынком. Автор подчеркивает, что на коротких промежутках времени происходит усиление спекулятивной составляющей при формировании стоимости доллара и нефти.

Ключевые слова: инсайдерская информация; фрактальный анализ; коинтеграционный анализ; стоимость нефти

Abstract. The author considers the issues of studying the impact of insider information on the main macroeconomic parameters on the basis of time series analysis. The author chose the information provided by civil servants of different levels and presented in the open press as the object of research. As the subject of the study, the author chose the dollar exchange rate and Brent oil for the period from March 2014 to May 2018. As a research tool, the author chose the time series research apparatus, which combines the consistent application of fractal and co-integration modeling. The result of the practical application of the analysis carried out by the author is presented in the model of management of the value of the dollar and oil by "stuffing" various information based on regression equations for deviations from trends. The paper shows that the use of insider information (especially from foreign sources) is a real tool for market management. The author emphasizes that in short time periods there is an increase in the speculative component in the formation of the value of the dollar and oil.

Keywords: insider information; fractal analysis; co integration analysis; oil price

Рецензент: Землянухин А.И., д.ф.-м.н., профессор, зав. кафедрой прикладной математики и системного анализа Саратовского государственного технического университета.

Введение. Мировые валютные, финансовые и товарные рынки пребывают в непрерывном, но, тем не менее, в достаточно хаотичном развитии. Можно заметить, как уровень торговли с каждым годом увеличивается, при этом наблюдается кризис в отдельных сферах экономики и социальных институтах.

Последние исследования показывают, что последние кризисы, произошедшие в XXI веке, были спровоцированы не объективным состоянием мирового рынка свободной конкуренции, а спекулятивными действиями конкретных организаций [1].

Как следствие, целью работы стало изучение влияния информации на основные макроэкономические параметры на основе анализа временных рядов. В качестве объекта исследования выбрана информация, предоставленная государственными служащими различных уровней и представленная в открытой печати (назовем ее «инсайдерская информация»). В качестве субъекта – курсы доллара и нефти марки Brent; в качестве периода исследования – период с марта 2014 года по май 2018 года.

Понятие «инсайдерская информация» появилось относительно недавно: в 1934 году Американские власти утвердили закон Пекоры, где прописывались основные понятия «инсайдера», методы регулирования и использования конфиденциальной информации, а также риски, которые могут последовать при несоблюдении ограничений использования инсайдерской информации [2]. По отношению к конкретной компании, то инсайдерской принято считать информацию о финансовом состоянии компании (о её стабильности, доходах, прибыли, случаях банкротства, информацию о слиянии и поглощении, изменении структуры управления, о производстве новых продуктов, технологий и пр.), которая может привести к падению или росту стоимости акций пока данная информация не разглашается.

В РФ, согласно ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком» [3], инсайдерская информация определяется как точная, достоверная информация, которая не была распространена (сюда также входят коммерческие, служебные, банковские тайны, а также тайна связи) и которая может оказать значительное влияние на уровень цен акций, валюты, товаров и прочих вещей.

В соответствии с этим законом принято выделять 3 группы инсайдеров: первичные инсайдеры, вторичные инсайдеры и инсайдеры. К первой группе относятся управляющие компании, фондовые биржи, клиринговые организации, федеральные органы исполнительной власти и прочие высшие институты. Вторичные инсайдеры – это лица, входящие в состав органов управления «первичного инсайда», владеющие ими или действующие с ними на основании договора. И наконец, инсайдеры – это физические лица, имеющие доступ к инсайдерской информации «первичных» и «вторичных» за счет гражданско-правовых или трудовых договоров [3].

Использование инсайдерской информации для манипулирования ценами на отечественном фондовом рынке становится все более серьезной проблемой для всех участников рынка.

Если проанализировать исследования, которые проводились в данном направлении, то большая их часть посвящена различным юридическим вопросам, связанным с использованием инсайдерской информации. Так, например, Бикбулатов Т.И. в своей работе «Использование и передача инсайдерской информации в законодательных органах в России и США» [1], проводит анализ возможностей злоупотребления своими служебными полномочиями членов законодательных органов РФ в свете

уголовно-правовой охраны инсайдерской информации, поскольку в статье 185.6 УК РФ среди субъектов нет государственных служащих большинства государственных органов, в том числе членов законодательных органов, имеющих доступ к информации, которая может обладать признаками инсайдерской. Среди основных причин, способствующих использованию инсайдерской информации в незаконных целях, называется коррупция в государственных органах власти [4], отсутствие свободной конкуренции, а также возможность владения депутатами Государственной Думы ценными бумагами, акциями и долями участия в уставных капиталах организаций (они обязаны передавать их в доверительное управление только в случае конфликта интересов) [5]. Также в данной работе проводится анализ опыта США по борьбе с неправомерным использованием инсайдерской информации среди государственных служащих и депутатов Конгресса США.

Одним из возможных решений данной проблемы в работе Коваленко О.С. «Инсайд: инструкция по безопасности» называется принятие поправок в УК РФ, обязующих всех участников рынка раскрывать информацию, что приведет к открытости сделок и полной информированности всех участников рынка [6].

Таким образом, инсайдерская информация является одним из самых мощнейших рычагов влияния на экономику, а также жестоким способом устранения конкурентов и считается важным инструментом игры на рынке. Однако работ посвященных изучению механизмов воздействия данного инструмента; построению моделей управления этим инструментом не достаточно. Основная задача данной работы – изучить влияние инсайдерской информации на основные внутриэкономические показатели и построить модели управления данным процессом.

Теоретический анализ. В качестве инструмента нашего исследования был выбран аппарат временных рядов. И на первом шаге была составлена база исходной информации, где ежедневные курсы доллара и нефти за период с 1.03.14 по 17.05.18 были взяты из официальных источников ЦБ РФ [7], а база информации была составлена автором на основе официальных заявлений госслужащих различных уровней.

При этом эндогенными переменными являлись курс доллара – y_1 ; курс нефти – y_2 , а экзогенными: наличие информации – x_1 ; источник информации – x_2 ; страна источника информации – x_3 ; сфера, к которой относится информация – x_4 (x_{4-1} – экономическая; x_{4-2} – политическая; x_{4-3} – социальная; x_{4-4} – военная). Каждая из данных переменных является фиктивной переменной бинарного типа, кроме того, для переменной x_4 базовой частью стала информация, относящаяся к другим областям.

Алгоритм исследования можно представить в виде следующих шагов: - провести фрактальный анализ по переменной y_1 с целью определения длины прогнозного периода; - провести коинтеграционный анализ между y_1 и переменными $x_1 - x_{4-4}$; - провести фрактальный и коинтеграционный анализ для переменной y_2 ; - провести корреляционный анализ для всех переменных.

Основателем фрактального анализа фондовых рынков принято считать французско-американского математика, основателя фрактальной геометрии Б.Мандельброта [8]. В России теория фракталов получила свою популярность после ее применения для разработки стратегии на финансовых рынках Алмазовым А.А., в

которой была разработана фрактальная функция Вейерштрасса-Мандельброта для исследования и обозначения графических циклов финансовых рынков [9].

Эмпирический анализ. Первоначально проведем исследование влияния переменных $x_1 - x_4$ на курс доллара y_1 . Для проведения фрактального или R/S-анализа с целью определения временного интервала, влияющей на курс доллара информации, необходимо провести преобразование исходного ряда, а именно перейти к детерминированным приращениям цен: $\Delta y_i = \ln\left(\frac{y_{i+1}}{y_i}\right)$, которое можно рассматривать как

влияние, оказанное той или иной инсайдерской информацией. Далее необходимо провести нормирование и центрирование значений: $\Delta Y_i = \frac{\Delta y_i - \bar{\Delta}}{\sqrt{\text{var}}}$, где $\bar{\Delta}$ - среднее значение для Δy_i , var - дисперсия для Δy_i ;

рассчитать средние накопленные значения: $M_t = \frac{1}{t+1} \sum_{u=0}^t \Delta Y_u$, при $t=0,1,\dots,n-2$, а также накопленное

отклонение: $X_t = \sum_{u=0}^t (\Delta Y_u - M_u)$. Поскольку в нашей работе все вычисления проводились в программе

Microsoft Excel, не имеющей встроенных функций для подобного анализа, то автором были разработаны макросы для вычисления указанных функций.

Далее определяются размах накопленного отклонения, которое в нашем случае равно

$R_t = \max(M_t) - \min(M_t) = 0,2665$, стандартное отклонение: $S_t = \sqrt{\frac{\sum_{u=0}^t (\Delta Y_u - M_u)^2}{t+1}} = 1,002$ и

нормированный размах накопленного отклонения за n периодов: $R/S_t = \frac{R_t}{S_t} = 0,2671$.

Полученную функцию необходимо сравнить с функцией Херста $R/S = aN^H$, показывающей отклонения исследуемого процесса от случайного блуждания, ($H=0,5$). Когда H отличается от $0,5$, то это значит, что наблюдения не являются независимыми и несут информацию обо всех предшествующих событиях. Степень влияние настоящего на будущее может быть выражена корреляционным соотношением:

$C = 2^{2H-1} - 1$, где C - мера корреляции, H - показатель Херста.

Если $H = \frac{\ln(R/S)}{\ln(n/2)} = 0,5$, то ряд случайный и события некоррелированы, $C=0$ и настоящее не влияет

на будущее. Если $0 < H < 0,5$, то такой ряд называется эргодическим, т.е. если система показывала рост в предыдущий период, то в следующем, скорее всего, будет спад. Устойчивость такого поведения зависит от того насколько H близко к 0 : чем ближе H к 0 , тем ближе C к $(-0,5)$, т.е. отрицательной корреляции. Если

$0,5 < H < 1$, то ряд трендоустойчивый или персистентный, т.е. ряд сохраняет тенденцию в будущем. Чем ближе H к 1, т.е. C к 1, тем сильнее выражен тренд ряда [10].

Применение данного метода в нашей задаче – задаче выявления влияния инсайдерской информации на курс доллара – позволило вычислить $H=0,1986$, а $C=0,6203$.

Поскольку $0 < H < 0,5$, т.е. ряд является эргодическим. Другими словами, полученный результат говорит о том, что, во-первых, если стоимость доллара падает в некотором периоде времени, значит, скоро стоимость начнет расти и этот процесс займет около 20 дней. Полученный результат согласуется с общей теорией ценообразования валют [11].

Во-вторых, поскольку приближения H к 0,5 не произошло, то нельзя отбрасывать информацию и на ценообразование доллара оказывает влияние вся предыдущая информация. Данный результат, на наш взгляд, может быть объяснен той информацией, которая была учтена в переменных $x_1 - x_4$, а именно тем, что большинство событий были связаны с различными санкциями наложенными иностранными государствами на различные сектора экономики России. Данный процесс начался в 2014 году и продолжается до сих пор и влияние этих санкций на рынок РФ не ослабевает.

Проводя аналогичный анализ для стоимости нефти марки Brent – y_2 , получаем следующие результаты: $H=0,1788$, $C=0,609$. Другими словами, основные тенденции характерные для курса доллара сохраняются и для стоимости нефти. При этом уменьшение показателя H говорит об усилении стационарности в динамике ценообразования нефти.

Для оценки влияния инсайдерской информации на динамику доллара и нефти марки Brent, оценим взаимосвязь стоимости доллара и нефти и наличия информации. С этой целью проверим гипотезу о наличии коинтеграции между рядами на основе критерия Энгла-Грэнджера. Строим линейную регрессию зависимости курса доллара и нефти (y_1 и y_2) от наличия информации (x_1). В результате получили уравнения $y_{1t} = 57,9 - 6,2x_{1t} + \varepsilon_t$ и $y_{2t} = 60,5 + 14,5x_{1t} + \varepsilon_t$, параметры b_2 которых значимы при $\alpha=5\%$, коэффициенты детерминации соответственно равны $R^2=0,374$ и $R^2=0,494$ и они значимы по критерию Фишера.

Определяя остатки по данным регрессиям, строим зависимости вида $\Delta\varepsilon_t^1 = a + b\varepsilon_{t-1}^1 = 0,02 + 0,97\varepsilon_{t-1}^1$ и $\Delta\varepsilon_t^2 = -0,02 + 0,95\varepsilon_{t-1}^2$ соответственно. Расчетные значения t -статистики для параметров b для этих моделей соответственно равны 163,9 и 135,8; критическое значение критерия Ингла-Грэнджера при $\alpha=5\%$ равно 1,9439 [12]. Таким образом, гипотеза об отсутствии коинтеграции между рядами отклоняется в обоих случаях, т.е. с вероятностью 95% можно говорить о совпадении динамики курса доллара и нефти с наличием инсайдерской информации.

Если провести аналогичные рассуждения по всем переменным, то коинтеграция также присутствует между рядами стоимости доллара и нефти и рядами наличия информации и качественными характеристиками

этой информации. При этом следует отметить, что в линейной регрессии для y_1 переменная x_{4-2} не имеет влияния (соответствующий коэффициент регрессии равен 0); в регрессии для y_2 – переменная x_{4-4} .

Для моделирования регрессионной зависимости между исследуемыми показателями воспользуемся уравнением регрессии по отклонениям от трендов: $\varepsilon_t^1 = a + b\eta_t^1 = 0 - 7,69 \cdot \eta_t^2$ и $\varepsilon_t^2 = 0 + 17,7 \cdot \eta_t^2$. Коэффициенты детерминации соответственно равны $R^2=0,289$ и $R^2=0,356$ и они значимы по критерию Фишера. Коэффициенты b также значимы по критерию Стьюдента, и они говорят о том, что случайные отклонения по ряду y_1 – ряду изменения курса доллара – в 7,7 раз ниже колебаний ряда x_1 – ряда наличия инсайдерской информации; колебания по ряду y_2 в 17,7 раз выше.

Данное уравнение можно использовать для прогноза переменных y_1 и y_2 в зависимости от предполагаемого изменения переменной x_1 . Имеем $y_{1t} = 49,26 + 0,011 \cdot t - 7,69 \cdot x_{1t}$ и $y_{2t} = 76,96 - 0,022 \cdot t + 17,7 \cdot x_{1t}$ соответственно.

Параметр $b_1=0,011$ в первой модели говорит о том, что воздействие всех факторов, кроме наличия инсайдерской информации, на курс доллара приведёт к его среднеквартальному абсолютному росту на 0,011 руб. Параметр $b_2=-7,69$ показывает, что наличие инсайдерской информации, снижает стоимость доллара на 7,69 руб. Параметры второй модели говорят о том, что наличие информации повышает курс нефти на 17,7 руб.

Если рассмотреть влияние всех переменных, то модели по отклонениям по трендам примут вид $y_{1t} = 48,7 + 0,01 \cdot t - 6,5 \cdot x_{1t} - 1,7 \cdot x_{2t} - 0,9 \cdot x_{3t} + 4,5 \cdot x_{4-1t} + 2,5 \cdot x_{4-2t} + 6,2 \cdot x_{4-3t}$ и $y_{2t} = 78,3 - 0,02 \cdot t + 16 \cdot x_{1t} + 2,7 \cdot x_{2t} + 5,7 \cdot x_{3t} - 11,4 \cdot x_{4-1t} - 3,8 \cdot x_{4-2t} - 14,04 \cdot x_{4-3t}$ соответственно. Таким образом, согласно полученным уравнениям, вливание информации, связанной с ВПК, не изменит стоимость доллара и нефти. Полученные модели в теории позволяют влиять на курс доллара и нефти марки Brent путем вливания той или иной инсайдерской информации.

Результаты. Проводя корреляционный анализ и строя парные коэффициенты корреляции между рядами y_1 , y_2 и x_1 , имеем $r_{y_1x_1} = -0,185$; $r_{y_2x_1} = 0,222$. Коэффициент корреляции для рядов отклонений по y_1 равен

$$r_{\text{отк}} = \frac{\sum \varepsilon_t \eta_t}{\sqrt{\sum \varepsilon_t^2 \sum \eta_t^2}} = -0,132, \text{ где } \varepsilon_t = y_{it} - \hat{y}_{it}, \eta_t = x_{1t} - \hat{x}_{1t}; \text{ для рядов отклонений по } y_2 -$$

$r_{\text{отк}} = 0,754$ [13]. Данный показатель в первой ситуации говорит о наличии, во второй – об отсутствии ложной корреляции между рядами, т.е. действительно наблюдается рост курса нефти марки Brent при появлении инсайдерской информации.

Множественные коэффициенты корреляции в модели по всем переменным соответственно равны $r_{y_1x_1-x_4} = 0,272$ и $r_{y_2x_1-x_4} = 0,293$. Коэффициенты парной корреляции представлены в табл. 1.

Таблица 1

Матрица коэффициентов корреляции

	r_{y_1}	r_{y_2}	$r_{отк}(y_1)$	$r_{отк}(y_2)$
t	0,505	-0,503		
x_1	-0,184	0,222	-0,132	0,754
x_2	-0,192	0,219	-0,125	0,157
x_3	-0,049	0,083	-0,662	0,105
x_{4-1}	-0,101	0,113	-0,172	0,187
x_{4-2}	-0,086	0,121	-0,078	0,119
x_{4-3}	-0,045	0,056	-0,189	0,321
x_{4-4}	-0,1444	0,158	-0,492	0,198

Анализ табл. 1 показывает, что в целом появление любой информации, из любых источников играет на укрепление рубля (курс доллара падает), что с одной стороны хорошо, поскольку крепкая национальная валюта способствует росту инвестиций в государственные ценные бумаги, но с другой – приводит к удорожанию рабочей силы и выводу крупных предприятий из страны. Кроме того, в силу того, что исследуемая нами информация на 85% состоит из санкционных заявлений, которые направлены в первую очередь на ограничения инвестирования в экономику России, то полученный результат в табл. 1 скорее негативный факт. Также информация, представленная в табл. 1 говорит о том, что сильнее на стоимость доллара влияет информация, полученная из иностранных источников (переменная x_3) и имеющая отношение к ВПК.

Для стоимости нефти результат прямо противоположный – появление любой информации приводит к росту стоимости. Более того, влияние всех исследуемых параметров на стоимость нефти в разы превышает их же влияние на курс доллара. Кроме того, несмотря на то, что Россия занимает 2 место в мире по добыче нефти (12,6% от общего объема добычи) и также 2 место по экспорту нефти (7% от общего объема экспорта в мире), заявления российских источников не могут повлиять на её стоимость. Также из табл. 1 видно, что возрастает роль политических заявлений в процессе ценообразования нефти, что ещё раз подтверждает факт спекулятивного ценообразования на рынке углеводородов.

Если провести смыкание исходных временных рядов и рассмотреть в качестве y_1 и y_2 средние значения курса доллара и нефти за соответствующие промежутки времени; а в качестве переменных x_i – общее количество инсайдерских событий за промежутки времени, то влияние инсайдерской информации на формирование рассматриваемых макроэкономических показателей становится более явным (табл. 2).

Таблица 2

Коэффициенты корреляции для значений по месяцам и кварталам

	Месяцы		Кварталы	
	r_{y1}	r_{y2}	r_{y1}	r_{y2}
X_1	-0,512	0,594	-0,679	0,786
X_2	-0,565	0,628	-0,701	0,763
X_3	-0,159	0,267	-0,273	0,449
X_{4-1}	-0,384	0,428	-0,585	0,649
X_{4-2}	-0,294	0,422	-0,429	0,616
X_{4-3}	-0,341	0,356	-0,568	0,601
X_{4-4}	-0,542	0,595	-0,652	0,692

Анализ табл. 2 показывает, что основные тенденции, а именно рост стоимости нефти и падение стоимости доллара, сохраняются и на более коротких промежутках времени. Также можно увидеть усиление влияния заявлений, сделанных госслужащими (особенно это значимо для ценообразования нефти) и роли политических заявлений и заявлений, сделанных в отношении ВПК. Кроме того, становится нейтральной страна получения информации.

Все это говорит об усилении спекулятивной составляющей при формировании стоимости доллара и нефти на более коротких промежутках времени.

Заключение. Таким образом, проведенное исследование позволило получить новые аналитические решения при анализе валютного и топливного рынков, основанные на синтезе фрактального и коинтеграционного анализа временных рядов, показавшие большую долю спекулятивной составляющей при формировании стоимости на данных рынках и усилении этой доли при сокращении горизонта планирования. Кроме того, анализ позволил выявить те источники информации, которые являются наиболее сильным инструментом влияния на рынок.

Библиографический список

1. *Мамочка Е.А.* Инсайдерская информация: понятие, признаки, проблемы / Е.А. Мамочка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2016. № 2. С. 90-99.
2. *Бибулатов Т.И.* Использование и передача инсайдерской информации в законодательных органах в России и США // Финансы. 2015. С.73-112
3. О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон от 27.07.2010 № 224-ФЗ (ред. от 21.07.2014 г.) // СПС ГАРАНТ [сайт] URL: www.garant.ru (дата обращения 5.06.2018)
4. *Задоя А.В.* Коррупция в законодательных и исполнительных органах: выявление влияния типа мандата выборного лица. URL: <http://www.crime.vl.ru/index.php?p=4221&print=1&more=1> (дата обращения 5.06.2018)
5. *Ершов М.А.* Ответственность за посягательства на конфиденциальную информацию по российскому уголовному праву: дис. канд. юрид. наук / М.А. Ершов. – Н. Новгород, 2010. С. 237.
6. *Хорев А.А.* Основные задачи защиты информации // Защита информации. Инсайд. №5(35). 2010. С. 69-75.
7. STOCKMARKETS Group. [сайт] URL: <http://www.stock-maks.com> (дата обращения 15.05.2018)
8. *Mandelbrot B.* The Fractal Geometry of Nature. New York: W. H. Freeman, 1982.
9. *Тиндова М.Г.* Фрактальная модель оценки стоимости золота // Финансовый бизнес. №1. 2016. С. 27-35.
10. *MacKinnon J.G.* Critical Values for Cointegration Tests, Chapter 13 // Long-Run Economic Relationships / R.F. Engle, C.W.J. Granger (eds.) Oxford University Press, 1991.
11. *Иванова К.С.* Управление фондовым рынком // Вопросы экономики. №5. 2012. С. 45-58.
12. *Тиндова М.Г.* Экономико-математическое моделирование / Саратов. 2013.
13. *Тиндова М.Г.* Динамический анализ ввода нового жилья в РФ // Модели, системы, сети в экономике, природе и обществе. 2016. №1(17). С. 135-141.

Менеджмент

УДК 33.338

Бородай В.А., Зайнуллина Т. Г. Эволюционная позиция и роль консалтинга в бизнес-среде

Evolutionary position and role of consulting in the business environment

Бородай Владимир Александрович

д.с.н., профессор

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

Зайнуллина Татьяна Геннадьевна

к.э.н., доцент

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

Borodai Vladimir Alexandrovich,

Doctor of Sociology, Professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

Zainullina Tatyana Gennadievna

Ph.D., associate professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

***Аннотация.** В статье рассматривается проблематика привлечения специалистов-консультантов для решения проблем в деятельности коммерческих организаций. Показано, что бизнес-консультант в узкой области, гарантирующий результат, услуги которого стоят недорого, имеет право на существование. Делается вывод о том, что основу компании должны составлять профессионалы, а консультантов целесообразно нанимать в качестве экспертов, на конкретный вид работ с измеримыми результатами.*

***Ключевые слова:** Услуги, эффективность, бизнес-процесс, коучинг, тренинг, компетентность*

***Abstract.** The article deals with the problems of attracting professional consultants to solve problems in the activities of commercial organizations. It is shown that a business consultant in a narrow field, a guaranteed result, whose services are inexpensive, has a right to exist. It is concluded that the basis of the company should be professionals, and consultants should be hired as experts for a specific type of work with measurable results.*

***Keywords:** Services, efficiency, business process, coaching, training, competence*

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

Бизнес-консультанты оказывают консультационные услуги различного рода фирмам и предпринимателям по самым разным вопросам. Чаще всего, они работают в рамках узкой специализации: составление бизнес-плана, проведение аудиторской проверки, аттестация персонала, исследование рынка,

регистрация компании и т.д. Задача бизнес-консультантов - распознать проблему и предложить конкретное решение [1]. Они помогают руководителю предприятия изучить состояние дел, провести необходимый анализ ситуации, понять нюансы возникшей задачи и принять правильные решения. Актуальность исследования данной проблематики определяется значимостью компетенций управленческого персонала в современном рыночном пространстве, невозможностью обладания большим объемом профессиональных знаний, в том числе в узкоспециализированных сферах. Таким образом возникает острая потребность привлечения консалтинговых специалистов.

Для более подробного рассмотрения категории бизнес-консультантов попробуем разделить консультантов и дать им свои определения. Чтобы ярче представить их работу, предлагаем аналогию: допустим, у вас не получается собрать кубик Рубика (настроить KPI, процессы, продажи, сервис) и вы обратились к соответствующему консультанту.

1. Коуч. Продавец другого угла зрения. Помогает решить проблемы, задавая вопросы. Помогает человеку самостоятельно найти ответы на вопросы [2]. Какие результаты ты хочешь получить? Как ты можешь приступить к достижению того, что тебе нужно? Как еще ты можешь достичь желаемых результатов? Некоторые люди на твоём месте могли бы заглянуть на YouTube, или найти, где собираются спидкуберы, или...

2. Учитель. Продавец знаний. Продает только теорию: семинары, мастер-классы, книги. «Кубик Рубика придумал Эрн Рубик в 1974, а запатентовал в 1975 году...».

3. Инфобизнесмен. Продавец метода. Прослойка между учителями и тренерами. Это тренер, не желающий или не умеющий тренировать. Не даёт навык, даёт методику, по которой покупателю нужно самостоятельно приобрести навык. «Смотрите, как я собираю кубик Рубика. Если не поняли или не успели, приобретайте авторскую методику сборки кубика Рубика всего за 500 рублей».

3. Тренер. Продавец навыка. Примеров много: вокал, ораторское мастерство, презентации, проектный менеджмент и тому подобное. Уровень зависит от профессионализма как специалиста и профессионализма как преподавателя [3]. Некоторые имеют базу: учились профессионально вокалу, ораторскому мастерству (актерство, журналистика, педагогика). Сначала собери «нижний крест»... Это делается вот так... Нет, здесь поверни «крышу».

4. Консультант. В первую очередь продавец экспертизы, а уже затем экспертного мнения, способа реализации, реализации и обучения. Это эксперт, к которому обращаются за советом. Он освоил область (или области) знаний, приобрел навыки и опыт. Консультант диагностирует проблему и даёт экспертный совет по устранению, помогает в устранении и учит устранению подобного рода проблем [4].

Между консультантом и тренером тонкая грань. Тренер может консультировать, консультант может тренировать. «У тебя неправильный кубик, нужен «спидкуберский». Давай соберу кубик Рубика за тебя! Готово.». «Ты не можешь собрать кубик, потому что вот эта часть неправильно стоит. Ты разбирали кубик на части? Вот, и собрал неправильно. Нужно сделать вот так «щелк». Я сделаю, как было и попробуешь сам».

5. Спикер. Продавец внутреннего состояния. Он достиг успеха в определенной области. Спикер не тренирует, не решает проблемы, а рассказывает истории, которые учат или мотивируют. Иногда спикерами выступают консультанты и тренеры. Это происходит на выставках консультантов – конференциях [5]. «Когда я был в вашем возрасте, тоже собирал кубик Рубика, но потом наступили девяностые, нужно было крутиться, я продал один кубик, потом второй, потом я наладил бизнес с Китаем... теперь я миллионер».

Отличия консультантов между собой. Профессиональный футболист Николай решил монетизировать умение бросать мяч от боковой линии до вратарской зоны. Он открыл школу «Идеальный аут» и обучает одному футбольному элементу, который у него получается лучше всех. Он показывает, рассказывает и корректирует. В результате ученики бросают мяч дальше и точнее.

К Николаю приходит клиент и говорит «Посмотри мой матч и скажи, что мне подправить в бросках мяча из аута». Николай посмотрел и дает экспертный совет: «Левая рука слабее правой, поэтому мяч летит левее. Ты можешь руку подкачать, а можешь просто при бросках это учитывать». И вот он уже не тренер, а консультант. Их взаимодействие может закончиться на этом этапе, а может продолжиться разработкой программы тренировок и тренировками.

Через некоторое время к Николаю приходит тренер команды второго дивизиона и говорит: «Хочу, чтобы каждый игрок моей команды добрасывал мяч до «вратарской». Николай посмотрел на игру команды, на зарплатный лист игроков, на игроков и отказался.

Пришел тренер молодежной команды с той же просьбой. Николай согласился, но с условием, что ему выделяют 30 минут от каждой тренировки и не вмешиваются в тренировочный процесс. Николай обучил всех игроков, но через два года молодежь ушла во взрослую команду. И его пригласили снова, сожалея, что не записали методику. Руководство клуба учло промах и теперь Николая попросили встроить свою методику в тренировочный процесс.

За что можно не любить или не уважать Николая? Вероятно, не ко всем консультантам профессиональное сообщество относится предвзято. Мы ежедневно сталкиваемся с профессиональными консультантами: фармацевтами, юристами, дизайнерами, стоматологами, автомастерами. В проекте «Кандидат» участвуют консультанты по вопросам карьеры. Редактор – тоже консультант, который анализирует статью, дает экспертную оценку, предлагает варианты решения, иногда сам реализует и в редких случаях обучает.

То есть к консультантам, которые влияют на нашу жизнь, здоровье и будущее, мы относимся хорошо, если они хорошо выполняют свою работу [6]. Но если консультанты влияют на бизнес, такого разделения нет. Сообщество не делит бизнес-консультантов на плохих и хороших. Все бизнес-консультанты – зло. Поищем причину в отличиях, которые приведены в таблице 1.

Таблица 1

Отличия консультантов

Критерии	Эксперт	Бизнес-эксперт
Область проблемы	Известна изначально и ограничена. Когда мы обращаемся в автомастерскую, проблема в одной конкретной области – в автомобиле.	В бизнесе трудно однозначно сказать, в чем проблема. Если наниматель понимает, в какой области проблема, тогда он может найти необходимого консультанта.
Открытость	Понятен процесс, результат, и есть доверие. Мы представляем или знаем, как работают юристы и стоматологи, и что мы в результате получим.	Экспертиза бизнеса редко понятна нанимателю, а результат трудно измерить, тем более, гарантировать.
Определены критерии «экспертности»	«Экспертность» подтверждена дипломом, опытом и отзывами.	Наличие дипломов, опыта и отзывов повышает доверие.
Простота оценки	Легко оценить стоимость, качество и выбрать. Консультацию стоматолога можно сравнить с похожими предложениями.	Бизнес-консультанты наоборот всеми способами избегают сравнения друг с другом.
Самостоятельное выполнение	Мы не являемся экспертами в стоматологии, автоделе, юриспруденции. Даже средний специалист знает и умеет больше нас.	Основатель строил бизнес сам, и он главный эксперт. Консультант должен построить бизнес в той же области, но более успешный, а лучше не один.
Стоимость абсолютная	Стоимость консультации автомеханика измеряется в тысячах рублей, консультация фармацевта включена в стоимость лекарства.	Стоимость консультации бизнес-эксперта измеряется в сотнях тысяч.
Количество проектов	Сотни, тысячи. Сколько аудитов может провести аудитор за свою карьеру?	Единицы-десятки. Сколько отделов продаж консультант может построить за свою карьеру?
Ожидания от услуг	Реальные. Никто не думает, что после консультации стоматолога зубы станут белее и ровнее.	Завышенные. Когда не знаешь, как выглядит результат, ждешь чуда.
Другие навыки	Является узким специалистом. Он не обязан объяснять тонкости своей работы клиенту, тем более обучать его.	Должен уметь объяснять, обучать и предоставлять результаты своей экспертизы в понятной и красивой форме.

Подведем промежуточный итог. Бизнес-консультант в узкой области, гарантирующий результат, показывающий процесс, имеющий доказательства экспертности, не стесняющийся сравнений с конкурентами по цене и качеству, имеющий большое количество успешных проектов, услуги которого стоят недорого, имеет право на существование.

Почему не нанять вместо консультанта грамотного менеджера? Если на каждой позиции будет грамотный специалист – эксперт в своей области, понимающий цели организации, цели подразделения, мотивированный, а во главе организации тоже грамотный менеджер, то необходимости в консультантах быть не должно. Это идеальная организация. Проблема, возникающая в этой организации, будет разрешена без привлечения внешних экспертов [7]. Есть несколько случаев, при которых нужны внешние эксперты:

- Оценить новое направление.
- Углубить знания. Если один из менеджеров понимает, что на определенном участке в его ведомстве знаний не хватает, он приглашает специалиста.

- Получить третье мнение по определенному вопросу.
- Во всех случаях проблемная зона ясна, результат тоже и эксперта выбрать сложно, но можно. Но такие организации скорее исключение:

- На всех грамотных мотивированных специалистов не хватит.
- Столько грамотных целеустремленных специалистов содержать дорого.
- Без интересных задач им скоро станет скучно.
- Во главе должен стоять лидер.

Поэтому в организациях появляются слабые места, а значит, появляются проблемы, которые распространяются на всю организацию, как раковая опухоль [8]. Через некоторое время появляются консультанты, с предложением волшебной таблетки. Для небольшого бизнеса это реально. Например – профессиональный консультант, который лечит заведения общепита пачками. При этом иногда меняя руководителей и специалистов и закрывая слабое место. Для излечения даже небольшого производства нужна команда, которая испарится после операции по удалению опухоли. И какой тогда в этом смысл? Если слабые места остались, проблема разрастется снова. И снова одно решение – найти грамотных менеджеров на слабые места [9].

Резюмируя аналитические рассуждения, отметим, что если отвечать на вопросы, поставленные вначале, то консультантов нанимают и те, кто понимает для чего, и те, кто ищет волшебную таблетку от всех проблем. А значит, исчезнут они нескоро. Таким образом, видится два варианта развития событий:

- Продолжить негативно комментировать статьи консультантов, в надежде, что некоторые поймут потребности клиента. Хотя как понять, когда одни ругают, а другие платят?
- Строить команду профессионалов, а консультантов нанимать в качестве экспертов, на конкретный вид работ с измеримыми результатами [10]. Только так можно повлиять на эволюцию консалтинга.

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. 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.
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. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
5. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.

6. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.

7. Минасян Л.А., Бородай В.А. Палиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.

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. 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.

10. Зайнулина Т.Г. Использование инструментария экономики впечатлений для продвижения гостиничного продукта // Journal of Economic Regulation. 2017. Т. 8. № 3. С. 71-76.

УДК 33.338

Кожевникова Ю.С. Стратегия социальной ответственности в ресторанном бизнесе

Social responsibility strategy in the restaurant business

Кожевникова Юлия Сергеевна

Бакалавр, 4 курс

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

Научный руководитель

Бородай Владимир Александрович

д.с.н., профессор

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

Kozhevnikova Julia Sergeevna

Bachelor, 4 year

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

supervisor

Borodai Vladimir Alexandrovich

doctor of sociology, professor

Department "Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University (DGТУ)

***Аннотация.** В статье рассматриваются различные подходы к формированию концепции развития ресторанного бизнеса. Показано, что сложный интерьер и дорогая мебель не являются определяющими в стратегии развития ресторана. Делается вывод, что забота о потребителе и факторы социальной ответственности становятся главными составляющими устойчивой концепции развития ресторанного бизнеса на современном этапе.*

***Ключевые слова:** Стратегия, инвестиции, эффективность, социальная ответственность, уникальность.*

***Abstract.** The article discusses various approaches to the formation of the concept of the development of the restaurant business. It is shown that a complex interior and expensive furniture are not decisive in the development strategy of the restaurant. It is concluded that consumer care and social responsibility factors are becoming the main components of a sustainable concept for the development of the restaurant business at the present stage.*

***Keywords:** Strategy, investment, efficiency, social responsibility, uniqueness.*

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

На современном этапе развития ресторанного бизнеса принято считать, что эта сфера деятельности очень похожа на театр. От того, в каком жанре и с какими актерами запускается заведение, зависят инвестиции, масштабирование, посещаемость и оценки экспертов.

Концепция – это подробный план создания заведения, который подразумевает описание всех деталей и нюансов. Он отчасти перекликается с бизнес-планом, но является его творческим продолжением [1]. Здесь можно пофантазировать и подключить креативность. Ведь сфера общепита – отличная площадка для создания настоящего театра с красивыми декорациями (дизайн), актерами (персонал) и постоянно меняющимися пьесами в репертуаре (блюда).

Концепцию разрабатывают для того, чтобы убедиться, что изначальную идею реально осуществить. Это некий план действий, на котором потом базируется инвестиционная политика и масштабирование [2]. Каждое из предложенных концептуальных положений имеет плюсы и минусы. В итоге, что будет более весомым, таков и результат предложенной концепции.

Общая идея ресторана. Это как обложка книги. Вы приходите в книжный и смотрите на полку с новинками. Ищите что-то свое. То, что зацепит взгляд. Вот идея – это изюминка, нечто, что сразу выделит заведение, сделает его уникальным. Сюда относится название, кухня и основные параметры: ресторан, кофейня, бар, ночной клуб.

В плюс можно засчитать следующее. Иногда одно только название может рассказать о заведении больше, чем рекламный проспект. Например, московский ресторан «Белый кролик» здесь сразу представляется сказка «Алиса в стране чудес», что-то необычное, погружение в другую реальность. Заведение находится на 16 этаже. Это не нора, но вы, как минимум, посмотрите на Москву сверху. Сюда же можно отнести заведения с названиями-трендами: STORIES (модное направление в Instagram), «Клево» (жаргонное словечко) и «Рыбы нет» (значит, много мяса).

Здесь же отметим и некоторые минусы. Если на начальном этапе учредители не смогли четко сформулировать название заведения и его основную идею, то не стоит начинать строительство. Ведь если нет ориентира, то вы будете двигаться просто прямо. В никуда [3]. Одновременно, следует быть осторожным с громкими именами, пишите их правильно и без приставки The: The Плов, Паб Ло Пикассо и так далее.

Месторасположение. Это один из основных пунктов маркетинговых исследований, которые проводятся в процессе разработки концепции. Важно понимать, кто проходит мимо этого места, какие здания есть рядом, какие конкуренты представлены в округе, здания, памятники и так далее. Если планируется студенческое кафе с зонами для селфи, то заведение должно быть недалеко от метро или университетов. Если это дорогой ресторан, то обязательно должна быть парковка. Не торопитесь бежать в центр города, так как улицы там часто перекрывают для общегородских мероприятий, а это может напрочь убить бизнес.

Теперь о плюсах в этой категории. Удачно, когда концепция вписывается в городскую среду. Например, Литературное кафе в центре Санкт-Петербурга или снежный ресторан на курорте в Финляндии. Основная фишка последнего в том, что гостям предлагают отужинать в реальной снежной пещере. Безусловно, заведение пользуется популярностью среди туристов, которые приезжают туда именно за снегом.

Что касается возможных недостатков, то любая концепция провалится, если предварительно не оценить возможности для бизнеса [4]. Например, можно открыть небольшую столовую в модном бизнес-центре, но

если там представлена одна крупная компания со своей кухней и кофемашиной, то, скорее всего, вы не продержитесь долго на мелких арендаторах. Каким бы ярким и неординарным ни был концепт.

Целевая аудитория. В этом разделе необходимо расписать основные ситуации посещения заведения теми или иными группами. Кто эти люди? И почему они готовы зайти к вам? В каких условиях? Например, в кофейню могут забежать по пути на работу. Или переждать непогоду возле метро. А если это дорогое заведение, то туда, скорее всего, записываются заранее и готовятся к этому вечеру. Если у ресторана пять групп клиентов, то постарайтесь сделать так, чтобы каждый нашел что-то свое в концепции. Это можно эффективно реализовать через корпоративные цвета. Например, розовый - это женский цвет, фиолетовый - для творческих людей, а зеленый - для путешественников. В этих цветах можно оформлять отдельные зоны в заведении: карты на стенах, мягкие диваны, подоконники, доски для рисования и так далее.

Положительные стороны. Следует, на наш взгляд, попробовать поиграть с интересами и предпочтениями аудитории. Например, ресторан классической итальянской кухни Federico Fellini в Новосибирске. Создателям удалось обыграть это громкое имя через новаторский дизайн и авторскую кухню регионов Италии.

Что снизит потребительскую стоимость. Если задумано молодежное кафе, а в интерьере используется дубовая мебель и массивные статуи, то, скорее всего, к вам попросту побоятся зайти студенты. Если планируется кафе для работы и встреч, то следует, на наш взгляд, позаботиться о том, чтобы в нем было много закутков для уединения и розетки рядом с каждым посадочным местом. Думайте так, как бы рассуждал потенциальный клиент, который идет по улице и видит вывеску. В противном случае можно потерять свою аудиторию [5].

Меню заведения. Здесь важно оценить возможности ресторана, проверить, можно ли получать продукты для всех позиций, проработать главное блюдо и локомотивные. Меню - это душа ресторана, то, что навсегда остается с гостем. Его память и желание вернуться назад. И не следует забывать про целевую аудиторию. Попробуйте создать детское меню, если в ресторан будут ходить семьями. Целесообразно подумать о вегетарианцах и клиентах, ведущих здоровый образ жизни, так как сегодня это очень модно. И, желательнее оценить средний чек заведения, потому что от этой цифры, в том числе будет зависеть поток гостей. Необходимо помнить, что богатые люди не пойдут на дешевое меню. Им важно ощущать свою уникальность через авторские блюда по высокой цене.

Плюсы. Можно взять один продукт и обыгрывать вокруг него концепцию заведения. Например, AvocadoQueen, где вокруг авокадо закручена настоящая гастроигра, а также дружелюбный интерьер и расположение в модном районе города.

Недостатки. Если вы планируете открывать рыбный ресторан, то позаботьтесь заранее о том, чтобы продукция была свежей. Потому что нет ничего хуже, чем обманутые ожидания гостей. Или, например, в дорогом заведении просто невозможно подавать хлеб из ближайшего гастронома. Обычные посетители этого не заметят, но вот журналисты и рецензенты точно.

Дизайн заведения. Фактически, вы распишите техническое задание для тех, кто будет создавать атмосферу. Что здесь важно? Сделать помещение комфортным и максимально отвечающим ожиданиям вашей целевой аудитории [6]. Например, если это модная кофейня для молодежи, то яркие цвета, трендовые цитаты на стенах, библиотека, яркий интерьер и большие окна. Если ресторан в Таиланде, то открытые пространства, морская тематика и различные расслабляющие детали вроде музыки ветра, мягкой мебели, в которой будет комфортно встречать закат на море.

Выигрыш. Атмосфера решает все. Здесь можно дать волю фантазии, но не заиграться с оригинальными идеями. Опять же, все зависит от целевой аудитории. Например, Ресторан Ultraviolet Пола Пэйра в Шанхае, где в зале стоит один стол на 10 человек, а каждое блюдо выносят под отдельную музыку и смену изображения на стене.

Проигрыш. Если заиграться в картинку, но не продумать наполнение, то даже самый яркий и смелый дизайн не принесет плодов [7]. Важно, чтобы атмосфера в заведении отвечала интересам и потребностям целевой аудитории, продолжала идею меню и вовлекла гостя в некое подобие игры. Если вы забудете про один из этих пунктов, то, скорее всего, разочаруетесь в своей идее.

Современные технологии. Пожалуй, сегодня сложно представить концепцию заведения без использования технологичных решений для кухни и зала. В кофейнях это могут быть специальные принтеры, которые наносят изображение на молочную пену (по примеру STORIES), в баре – настоящий робот за стойкой, а в ресторане – VR-шлем. Подобные идеи подходят почти для любой концепции.

В чем можно выиграть. Гости любят современные заведения, где можно попробовать что-то новое. Например, напечатать селфи на кофе или выпить коктейль с видом на Елисейские поля. Это поможет увеличить средний чек и обеспечить бесплатную рекламу в социальных сетях через фото и видео с оригинальными техническими машинами [8].

В чем можно проиграть. Рассчитывайте бюджет так, чтобы была возможность позволить себе дорогие технические решения. И делать это стоит все же на этапе, когда вы понимаете примерную окупаемость и уверены в том, что потратив немалую сумму, отобьете ее в ближайшие месяцы.

Куда двигаться в 2019 году? Сегодня концепции ресторанов сужаются до уровня одного блюда и идеи. Рестораторы поняли, что лучше меньше, да лучше. В век информационного изобилия и, как результат, мусора, люди не могут концентрироваться на чем-то большом и разнообразном [9]. Они не хотят читать меню на 20 страниц, ждать свой кофе более 5 минут и выбирать столик в пятиэтажных ресторанах.

В тренде моноблюда – это когда в меню представлена одна позиция. Например, тушеная баранина в финском Säräpirtti Kirpurasaarvi или альтернативное мороженое в «Отмороженном».

Сегодня в моде фермерские продукты, которые поступают на стол к гостю прямо с грядки. Тут, главное, не заиграться и помнить, что в России урожай сезонный и можно сильно потерять за счет нарушения поставок. И помните, если вы говорите – «натуральный продукт», то не соглашайтесь на поставки овощей из Китая, например, где их выращивают с использованием добавок.

Все больше рестораторов используют ХАССП (Hazard Analysis and Critical Control Points), что подразумевает анализ критических рисков и контрольных точек в сфере контроля за качеством продуктов. Работа пусть и сложная, но зато гарантирует высокий уровень доверия [10].

И не следует заигрываться в слишком сложные концепции, лучше думать о потребностях вашей целевой аудитории. Может, выгоднее будет нанять диетолога и разработать «зеленое» меню, нежели закручивать сложный интерьер и покупать дорогую мебель, которой сейчас мало кого удивит. В тренде социальная ответственность и забота о потребителе.

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. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.
3. 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.
4. Карич Л.В., Бородай В.А. Репутация сервисной компании как потенциал развития и социальный запас прочности // 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. 236-243.
5. 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.
6. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.
7. Бородай В.А., Минасян Л.А. Проблемы эмерджентности системы управления в сервисной деятельности // Экономические исследования и разработки. 2018. № 5. С. 90-96.
8. Архипов П.И., Бородай В.А. Архитектура управленческой модели - выбор альтернативы // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 38-43.
9. 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.
10. 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.

УДК 33

**Мирончук В.А. Оценка возможностей подходов к управлению
некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции
социально опасных форм поведения граждан**

**Assessment of opportunities of approaches to management of non-profit organizations in the sphere of prevention
and correction of socially dangerous forms of behavior of citizens**

Мирончук В.А.

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

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

Аннотация. В статье рассматриваются факторы, которые обуславливают необходимость индивидуализации управления некоммерческими организациями с учетом возрастающей роли человеческого капитала в деятельности данных организаций. Определено, что современный менеджмент опирается на развитие личных возможностей персонала организаций, что вызывает необходимость использования специальных методов управления с учетом индивидуального отношения персонала к процессу работы и к клиентам. Автором выделены базовые факторы, отражающие специфику некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения и влияющие на процесс управления ими. Определены подходы, опираясь на которые можно сформировать методическую базу управления некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения.

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

Abstract. In article factors which cause need of individualization of management of non-profit organizations taking into account the increasing role of the human capital in activity of data of the organizations are considered. It is defined that modern management relies on development of personal opportunities of personnel of the organizations that causes the necessity of use of special methods of management taking into account the individual relation of personnel to process of work and to clients. The author allocated the basic factors reflecting specifics of non-profit organizations in the sphere of prevention and correction of socially dangerous forms of behavior and influencing management process of them. Approaches are defined, leaning on which it is possible to create methodical base of management of non-profit organizations in the sphere of prevention and correction of socially dangerous forms of behavior.

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

Специфика деятельности некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения складывается под воздействием группы внешних и внутренних факторов [1, 2], которые влияют на содержание управления исследуемыми организациями:

- заинтересованность со стороны общества в решении данных социальных проблем, связанных с профилактикой и коррекцией социально опасных форм поведения;
- наличие у персонала данных организаций специальных компетенций, что выдвигает к ним ряд требований при отборе в состав постоянного персонала;
- наличие двуединых целей, стоящих перед данными организациями, которые можно подразделить на профилактические и корректирующие цели, и как следствие средств их достижения;
- необходимость общественного контроля за деятельностью данных организаций.

Представленные факторы обуславливают необходимость индивидуализации управления некоммерческими организациями с учетом возрастающей роли человеческого капитала в деятельности данных организаций. Необходимо учитывать тот факт, что современный менеджмент опирается на развитие личных возможностей персонала организаций, что вызывает необходимость использования специальных методов управления с учетом индивидуального отношения персонала к процессу работы и к клиентам.

Тогда можно выделить базовые факторы управления исследуемыми организациями с учетом вышеизложенных положений (рис. 1). Каждый из представленных на рисунке 1 факторов отражает специфику некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения и влияет на процесс управления ими.

На наш взгляд интересным представляется предложенный Г. Клейнером системно-структурный подход к управлению рассматриваемыми в статье организациями [3]. Согласно данному подходу, исследуемая организация представляется в виде системы, состоящей из взаимосвязанных структурных компонентов, выполняющих определенные функции.

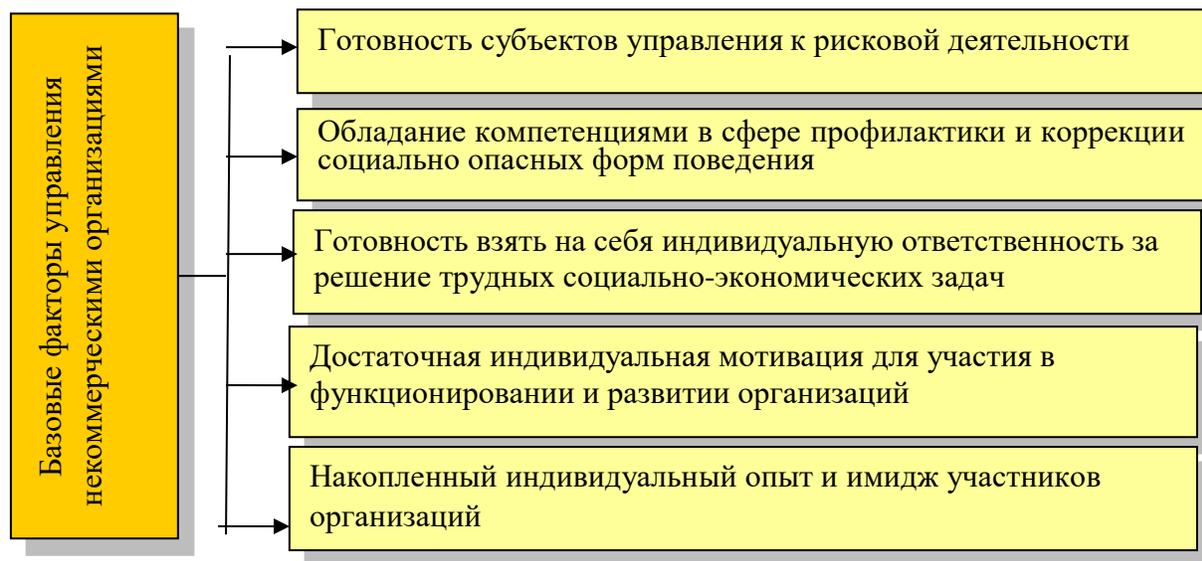


Рисунок 1. Базовые факторы управления некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения в условиях индивидуализации менеджмента (разработано автором)

Выделенные нами структурные компоненты в системе некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения представлены на рисунке 2.

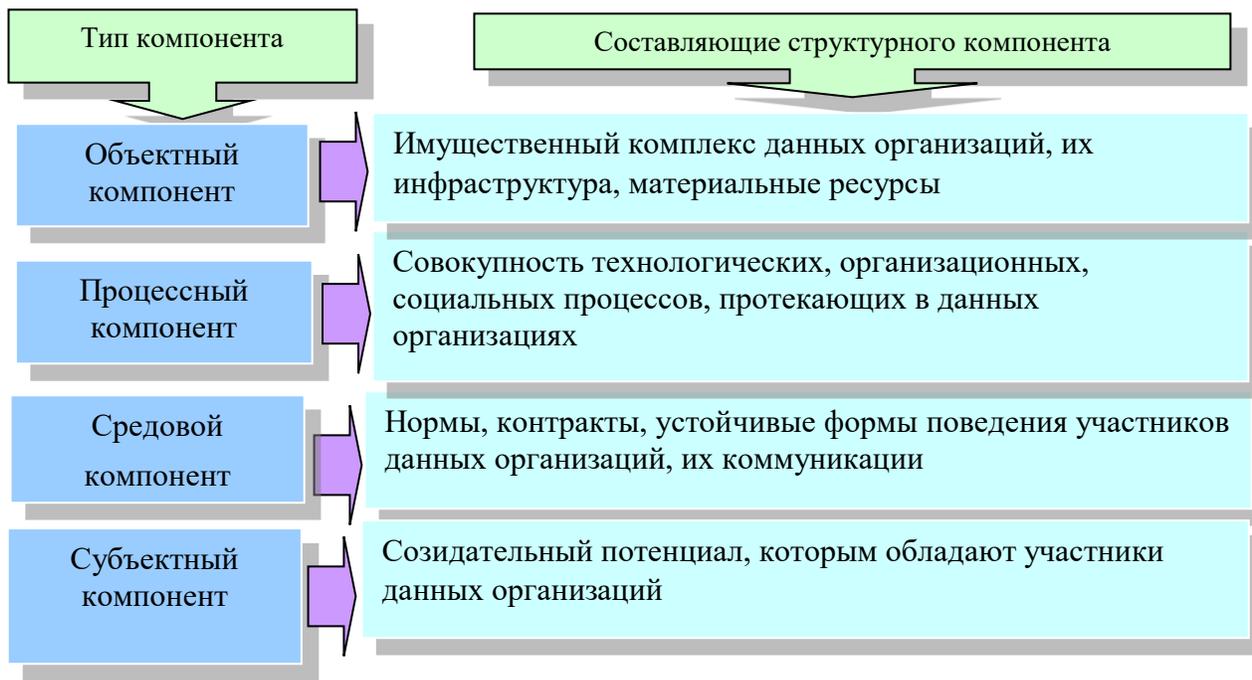


Рисунок 2. Структурные компоненты некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения (разработано автором)

Характеристики некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения как объектов управления были определены нами в предыдущих исследованиях (рис. 3). Необходимо учитывать, что исследуемые организации могут инициировать возможности трудоустройства как для людей с ограниченными возможностями, так и для незащищенных слоев населения.

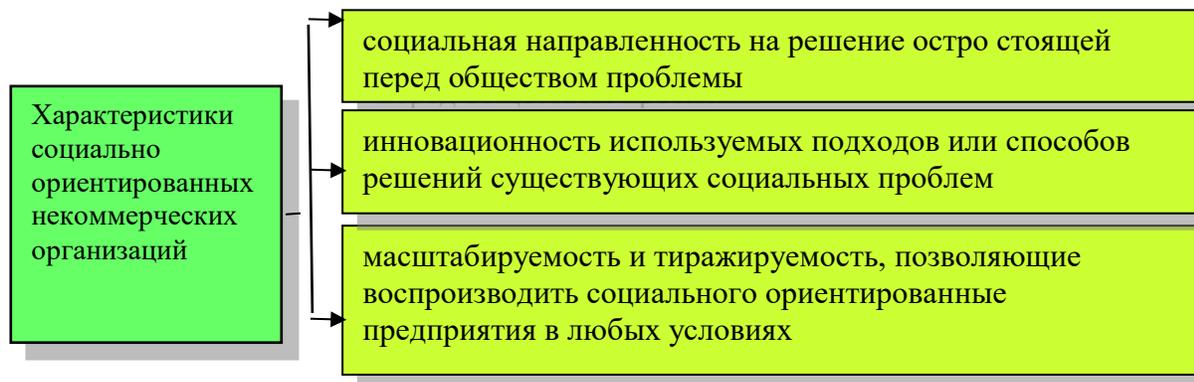


Рисунок 3. Характеристики некоммерческих организаций в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения как объектов управления [4]

Опираясь на представленные на рисунке 3 характеристики вычленим из представленных на рисунке 2 структурных компонентов наиболее важный, по нашему мнению, данным компонентом является субъектный компонент, который фокусирует на себе все механизмы управления исследуемыми организациями.

Подводя итог отметим, что нами определены два подхода, опираясь на которые можно сформировать методическую базу управления некоммерческими организациями в сфере профилактики и коррекции социально опасных форм поведения.

Библиографический список

1. Мелоян В.Г., Лазовская С.В. Обеспечение конкурентоспособности сектора образовательных услуг в процессе инновационных преобразований экономики России // Новые технологии. - 2016. - № 1. - С. 82-87.
2. 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.
3. Клейнер Г.Б. Системная парадигма в экономических исследованиях: новый подход/ - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kleiner.ru/System%20Paradigm.htm> (дата обращения 15.04.2019)
4. Мирончук В.А., Хутыз Б.И. Принципы управления социально ориентированными некоммерческими организациями // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 12-4 (89). - С. 855-857.

УДК 33

Хлопина О.В. Разработка методики экспресс-анализа управления знаниями в малых научно-образовательных организациях

Development of a technique of the express analysis of management of knowledge in 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 рассматривается интеллектуальный капитал малых научно-образовательных организаций, который нуждается в специальных факторах производства и ресурсах, призванных помочь включить создаваемые новые знания во все процессы данных компании как материальные, так и нематериальные. Выявлена необходимость разработки специального метода оценки знаний в малых научно-образовательных организациях, в основе которого должны быть заложены показатели, с помощью которых можно анализировать состояние разных элементов интеллектуального капитала. Предложена методика экспресс-оценки управления знаниями в малых научно-образовательных организациях.*

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

***Abstract.** In article the intellectual capital of the small scientific and educational organizations which needs the special factors of production and resources designed to help to include the created new knowledge in all processes of data of the company both material, and non-material is considered. Need of development of a special method of assessment of knowledge for the small scientific and educational organizations at the heart of which indicators by means of which it is possible to analyze a condition of different elements of the intellectual capital have to be put is revealed. The technique of express assessment of management of knowledge in the small scientific and educational organizations is offered.*

***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»

Ранее нами было определено, что в малых научно-образовательных организациях целесообразно создавать систему целостного интеллектуального капитала, что позволит более эффективно использовать имеющийся частный интеллектуальный капитал специалистов данных организаций [1, 2, 3].

Специфика использования и воспроизводства интеллектуального капитала предполагает активное использование в основном нематериальных ресурсов, которые участвуют в процессе создания знаний [4, 5]. Следовательно, рассматриваемый нами интеллектуальный капитал нуждается в специальных факторах производства и ресурсах, которые могут помочь включить создаваемые новые знания во все процессы компании как материальные, так и нематериальные. Исследуемые нами малые научно-образовательные организации создавая новые знания участвуют в процессе их апробации и внедрения.

Выделим виды знаний, которые используются в исследуемых нами организациях (рис. 1).

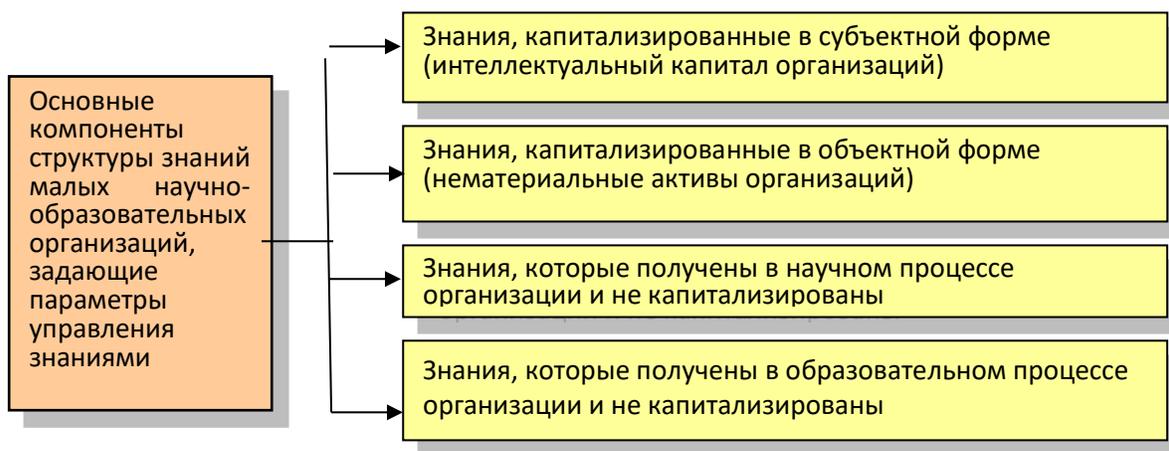


Рисунок 1. Основные виды знаний малых научно-образовательных организаций (разработано автором)

Каждым из представленных на рисунке 1 знаний необходимо управлять. На рисунке 2 представлены разработанные нами векторы управления знаниями в малых научно-образовательных организациях.

Наличие в малых научно-образовательных организациях разных видов знаний предполагает необходимость разработки специального метода оценки знаний, в основе которого должны быть заложены показатели, с помощью которых можно анализировать состояние разных элементов интеллектуального капитала. Считаем, что методика оценки интеллектуального капитала с помощью системы сбалансированных показателей (ССП) может быть положена нами в основу методики экспресс-оценки управления знаниями в малых научно-образовательных организациях. Данная методика экспресс-оценки позволяет исследуемым организациям оценивать результаты своей деятельности.



Рисунок 2. Векторы управления знаниями в малых научно-образовательных организациях (разработано автором)

Предлагаемые нами показатели, положенные в основу экспресс- оценки управления знаниями в малых научно-образовательных организациях, представлены на рисунке 3.



Рисунок 3. Предлагаемые показатели, положенные автором в основу экспресс- оценки управления знаниями в малых научно-образовательных организациях

В целях апробации предлагаемой экспресс- оценки экспертами были проанализированы знания в трех малых научно-образовательных организациях г. Краснодара. Экспертные оценки показали следующее:

- традиционно низкую долю инновационных нематериальных активов в данных организациях;
- снижение доли интеллектуального капитала в исследуемых организациях;
- сокращение продуктивности интеллектуального капитала в исследуемо периоде.

Подводя итог отметим, что выявленные тенденции коррелируются с данными об увеличении оттока носителей интеллектуального капитала за границу, что позволяет сделать вывод о востребованности предлагаемой методики экспресс- оценки.

Библиографический список

1. 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.
2. 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.
3. Мелоян В.Г., Лазовская С.В. Обеспечение конкурентоспособности сектора образовательных услуг в процессе инновационных преобразований экономики России // Новые технологии. - 2015. - № 1. - С. 82-87.
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. Лазовская С.В. Особенности развития профессионального туристского образования на современном этапе / В сборнике: Социально-коммуникативные вопросы современности материалы Всероссийской научно-практической конференции. - 2013. - С. 126-130.

Региональная экономика

УДК 711.2

Арутюнян Л.В., Богданов В.М. Развитие торговых отношений на Крымском полуострове в середине XIII–XV веков

The development of trade relations on the Crimean peninsula in the middle of the XIII – XV centuries

Арутюнян Лариса Вагаршаковна.

Кандидат философских наук, доцент кафедры
Менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса

Богданов Виктор Михайлович .

студент кафедры Экономики, финансов и учёта
Севастопольский филиал Российского экономического
университета им. Г.В. Плеханова (СФ РЭУ им. Г.В. Плеханова).

Arutyunyan Larisa Vagarshakovna.

Ph.D., Associate Professor, Department of Management,

Tourism and Hotel Business,

Plekhanov Russian University of Economics

Sevastopol Branch

Bogdanov Viktor Mikhailovich.

Student of the Department of Economics, Finance and Accounting

Plekhanov Russian University of Economics

Sevastopol Branch

***Аннотация.** В статье исследуются торговые отношения на Крымском полуострове в середине XIII–XV веков, анализируются особенности и значение торговли для формирования государственности субъектов исторического развития взаимоотношений России, Турции и Крымского полуострова.*

***Ключевые слова:** торговля, рынки, , генуэзские колонии, Золотая Орда.*

***Abstract.** The article explores trade relations on the Crimean peninsula in the middle of the XIII – XV centuries, analyzes the features and importance of trade for the formation of the statehood of the subjects of the historical development of relations between Russia, Turkey and the Crimean Peninsula.*

***Keywords:** trade, markets, coins, Genoese colonies, the Golden Horde.*

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

СамГУПС

Уникальным периодом в истории Крыма является Средневековье. Крым был настоящей контактной зоной взаимоотношений христианского княжества Феодоро, католических генуэзских и венецианских колоний исламского Крымского ханства, своеобразной гранью цивилизаций.

В течении XIII–XV веков менялись взаимоотношения. Происходило ослабление роли Генуи и Феодоро, усиление позиций Крымского ханства. К этому времени на полуострове ослабла власть Византии, сложилось

сильное княжество Феодоро. На побережье закрепились генуэзцы, приобрело независимость Крымское ханство. Но его самостоятельность продолжалась недолго. В 1475 турки захватили генуэзские владения, княжество Феодоро. Крымское ханство стало вассалом Турции, проводя внутреннюю и внешнюю политику по ее указанию. Политика «санкций» началась еще в средние века. Взаимоотношение Московского царства и Турции также непосредственным образом сказывались на развитии торговых отношений.

Период исследования включает хронологические рамки с середины XIII по XV век.

Целью работы является исследование торговых отношений на Крымском полуострове в указанный период, анализ их особенностей, значение стратегически важной отрасли хозяйства для формирования государственности субъектов исторического развития, геополитического характера взаимоотношений России, Турции и Крымского ханства.

Объектом исследования является княжество Феодоро, генуэзские колонии и Крымское ханство в части торговых отношений, предметом исследования – внутренняя и внешняя торговля, карты-схемы торговых отношений.

Формированию и эволюции социально-экономических отношений и торговли на Крымском полуострове XIII–XV веке посвящен целый ряд работ историков. Так, В.Л. Мыц рассматривает вопрос взаимоотношений в сфере торговли генуэзцев и венецианцев, которое в XIV привело к первенству генуэзцев [7]. Т. М. Фадеева раскрыла роль и влияние средневекового Херсонеса на хозяйственную жизнь княжества Феодоро [9]. Проблеме взаимодействия Московского царства, Крымского ханства и Золотой Орды посвящено исследование Э.С. Кульпин «Золотая Орда Проблемы генезиса Российского государства» [6].

Особенности торговых операций на внутренних рынках Крымского ханства и центрах работорговли отмечены в работе А.Г. Герцена [3]. Он осветил особенности взаимоотношений Московского княжества и Мангупского княжества Феодоро [3]. Торговые отношения между крестом и полумесяцем в XIII–XVII веках рассматриваются в работах Е.Е. Бойцовой и В.В. Хапаева [1], [2].

С.П. Карпов освещает торгово-предпринимательскую деятельность Генуи в южночерноморских областях, исследует структуру торговли, систему международных экономических связей [5].

В XIII в. генуэзцы и венецианцы, в благодарность за поддержку в восстановлении Византийской империи, добились разрешения греческих императоров вести торговлю на Черном море. Во второй половине XIII в. на южном побережье Крыма были образованы итальянские торговые республики Генуя и Венеция, вытеснившие греков.

В 70-х годах XIII в. генуэзцы приобрели у Золотой Орды право основать на месте древнегреческого города Феодосии торговую факторию, названую Каффой.

Безуспешные попытки хана Джанибека в 1344–1345 гг. захватить Каффу привели к заключению в 1347 г. мира, подтвердившего право Генуи на территории в Крыму [7, с. 14]. Венецианцы также в 1347 г. достигли договоренности с Джанибеком на осуществление торговли в Солхате и других населенных пунктах

степного Крыма, где и торговали до 1356 г. В 1358 г. наместник Крыма передал венецианцам Солдайю (Судак). Из Солхата в порт Каффы везли шелка, кожи, меха, дорогие ткани, красители, золото.

В Солхат приходило много хорезмийских товаров. Восстановился старинный хорезмийский караванный путь, занимавший три месяца пути. Тесные экономические взаимоотношения этих двух городов были обусловлены тем, что они хорошо компенсировали друг друга [1]. Каффа, являясь морским портом, обеспечивала товарам, прибывшим сюда с караванами, дальнейшее продвижение в западном направлении на рынки сбыта водным путем. Для генуэзцев, в свою очередь, Солхат являлся местом размещения прибывших грузов, своего рода продолжением каффинской пристани [10, с. 143].

Крымские порты снабжали Европу прибывавшими с Востока драгоценными металлами и камнями, шелковыми тканями, благовониями и другими товарами. Однако генуэзцы не ограничивались трансконтинентальной торговлей. Они успешно развивали и причерноморский торговый обмен - торговлю хлебом, солью, рыбой, икрой, орехами, железом и т. д. Наряду с традиционными товарами, они осуществляли и перевозку живого товара – рабов. Работорговля была одним из самых доходных промыслов, которым занимались и Генуя, и Венеция. Рабов поставляли ордынцы.

Города стали центром торгового обмена. В сельских районах преобладал обмен между отдельными семьями [2, с. 34].

Торговцы и ремесленники составляли незначительную часть населения, но играли существенную роль в хозяйственной и политической жизни.

Итальянское купечество экспортировало в Причерноморье железо в брусках, мыло, стекло, олово, изюм, сахар, считавшийся лекарством [5, с. 168]. Особо ценным товаром был шелк-сырец. Потребность в нем постоянно росла. Он охотно покупался итальянскими моряками.

Между Генуей и Венецией началась упорная борьба за черноморские колонии

В 1357 г., воспользовавшись нестабильной ситуацией в Золотой Орде, генуэзцы завладели Балаклавой, а в июле 1365г. – крупнейшим центром международной торговли Солдайей - Судакком, устранив, таким образом, своего основного торгового конкурента в Крыму, венецианцев [4, с. 132]. В дальнейшем генуэзцы завладели всем крымским побережьем от Судака до Чембало. Помимо существующих, генуэзцами были основаны и новые укрепленные пункты, такие как Воспоро, возведенный на руинах античного Пантикапея.

В 1380 г. хан Тохтамыш заключил с генуэзцами мирный договор, признав все их территориальные захваты в Крыму.

В начале XV века генуэзские колонии усилили свои позиции в торговых отношениях. Золотой Орде необходим был торговый посредник, через которого можно было постоянно сбывать захваченных рабов и весь награбленный товар, добытый монголо-татарами во время своих многочисленных военных кампаний. Генуэзские колонии в Крыму стали такими посредниками. Через Крым проходили многие сухопутные караванные пути из Европы, Московского государства и Приуралья. Морские пути соединяли Крымский

полуостров с Италией, Ближним Востоком, Сирией и Египтом, с Дальним Востоком и Китаем. Генуэзцы покупали и перепродавали сукно, ткани и льняной холст, оружие, женские украшения, ювелирные изделия, драгоценные камни, пряности, ладан, меха, кожи, мед, воск, соль, зерно, лес, рыбу, икру, оливковое масло и вино.

В XV веке началось возрождение княжества Феодоро и его столицы [10, с. 145]. Жители Мангупского княжества исповедовали христианство, говорили по-гречески, были носителями провинциальной византийской культуры. Продукты городского ремесла и поступавший по торговым путям импорт служили образцами для провинциальных мастеров, втянутых в поле воздействия не только духовной, но и материальной культуры византийского мира. Были налажены поставки вина в амфорах, ювелирных изделий, грецких орехов. В 1422 г. в результате войны с генуэзцами, княжество Феодоро отвоевало свои бывшие земли Алустон (Алушта), Горзувиты (Гурзуф) и Партенит.

В период своего возрождения княжество Феодоро попало в поле зрения московской дипломатии. Царь Иван III пытался укрепить связи путем династического брака. Была попытка наладить и торговые отношения. Однако, этим планам не суждено было осуществиться, т.к. Мангуп был осажден и захвачен турками, а затем стал турецкой крепостью [9, с. 9].

В конце XIV в. из-за междоусобиц, Золотая Орда фактически утратила влияние на татарские владения на полуострове. В середине XV в. здесь образовалось Крымское ханство [6, с. 78].

В населенных пунктах, существовавших в Крыму к XV в., помимо уже длительное время обитавших здесь греков, армян, евреев, обосновалось значительное число татар и турок, также промышлявших ремеслом и торговлей [8, с. 98]. Купцы и ремесленники организовали свои цеховые организации, артели, контролировавшиеся ханскими чиновниками, которые назначали таксы на продукцию различных цехов, взимали пошлины со всех торговых сделок, управляли налогообложением населения, желая извлечь максимальное количество доходов в казну.

В татарских городах были развиты производство войлока, выделка кожи, сафьянов, седел, металлообрабатывающее ремесло, изготовлялось оружие, сбруя, обувь, одежда, ковры, предметы домашнего обихода.

На рынках торговали и продукцией сельского хозяйства: мясомолочные (особенно ценилось ногайское коровье масло), мед, воск, виноград, овощи, фрукты, вино [3, с. 122]. Помимо имевшейся в обращении денежной системы, нередко практиковалась и меновая торговля. Развитие торговли, приносило значительные доходы казне. Среди товаров, вывозимых из Крыма, называются сырая кожа, овечья шерсть, сафьяны, овечьи шубы, серые и черные смушки.

В Крымском ханстве сложилась жесткая система налогообложения, повинностей и пошлин. Налогами облагались не отдельные физические лица, а сельские общины. Взимались ясак-калан (подушный налог), ушур (десятая доля собранных в хозяйстве продуктов), харадж мексимет (налог на доход от урожая с учетом особенностей местности), са-угу (оброк с дыма), двадцатая часть скота. Были и другие платежи, а также

натуральные повинности. Так, на содержание ханской гвардии ежегодно собирали 12 000 баранов (позже их, как правило, заменяли деньгами). К числу дополнительных налогов относились торговые пошлины, сборы с монетных дворов, соляных варниц и даже фонтанов.

Исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что в XIII–XV веках на Крымском полуострове важную роль в экономике играли торговые связи. Центрами торговли и ремесла были города Кафа, Солдайя, Мангуп, Чуфут-Кале, Бахчисарай и Солхат. Специфика торгово-ремесленных отношений в значительной мере отражала политические процессы, происходившие на Крымском полуострове, была символом торговых контактов Востока и Запада.

Библиографический список

1. Бойцова Е.Е., Хапаев В.В.. Между крестом и полумесяцем. Крым в XIII–XVII веках. URL: <http://www.krimoved-library.ru/books/kodzova-istoriya-krima4.html> (дата обращения 03.03.2019)
2. Бойцова Е.Е., Хапаев В.В. История Крыма. – М.: Олма Медиа Групп, 2015. – 463 с.
3. Герцен А.Г., Никифоров А.Р. История Крыма с древнейших времён до наших дней. Симферополь: Атлас – компакт, 2005, С. 72-122
4. Когонашвили К.К. Краткий словарь истории Крыма. – Симферополь: Бизнес – информ, 1995. – 333 с.
5. Карпов С. П. Итальянские морские республики и Южное Причерноморье в XIII-XV вв.; проблема торговли. – М.: издательство МГУ, 1990 336 с.
6. Кульпин Э.С. Золотая Орда. Проблемы генезиса Российского государства. Международные отношения, 2000. 190 с.
7. Мыц В. Л. Каффа и Феодоро в XV веке. Контакты и конфликты / В. Л. Мыц. – Симферополь : Универсум, 2009. – 528 с.: ил.
8. От киммерийцев до крымчаков (народы Крыма с древнейших времен до конца XVIII в./под ред. И.Н. Храпунова, А.Г. Герцена. 2-е изд., перераб. и доп. – Симферополь, 2004 – 293 с.
9. Фадеева Т.М. Княжество Феодоро и его князя /Т.М. Фадеева, А.К. Шапошников. - Симферополь: Бизнес-Информ, 2005.- 295 с.
10. Якобсон А.Л. Крым в средние века.- М.: Наука, 1973.- 174 с.

УДК 332.12

Жуковская И.Ф., Кучина А.О. Драйверы экономического роста: региональный аспект

Drivers of economic growth: regional aspect

Жуковская И.Ф. – к.э.н., доцент

Кучина А.О. – студент 3 курса

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
г. Владимир, Россия

Zhuckovskaya I.F. – Ph.D., Associate Professor in Economics

Kuchina A.O. – 3 st student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletov
Vladimir, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены общие тенденции в экономико-социальном состоянии владимирского региона начиная от промышленности и заканчивая образовательной сферой. Отражены возможности применения драйверов роста региональной экономики в современных условиях.

Ключевые слова: драйверы роста, региональная экономика, экономический рост, потенциал развития.

Abstract. The article considers the general trends in the economic and social state of the Vladimir region. The possibilities of using sources of growth of the regional economy in modern conditions are reflected.

Keywords: growth drivers, regional economy, economic growth, development potential.

Рецензент: Тихонюк Наталья Евгеньевна, кандидат экономических наук, заведующая кафедрой экономики. Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Для того чтобы импульсы роста, возникающие на том или ином рынке (априори демонстрирующем трансграничную природу), смогли проникнуть в смежные отрасли внутри национальной экономики, оказать на них мультипликативное стимулирующее воздействие, а тем более превратиться в локомотив экономического развития, нужны специальные механизмы управления процессами создания сложных многоуровневых связей в системе – драйверы [6].

Драйверы экономического роста – это совокупность различных сложных механизмов, которые улавливают потенциальный рыночный спрос и направляют импульсы, идущие от точек роста, захватывая разнообразные активы, в мощное течение, которое меняет экономику страны [6]. Также существует другое определение: механизмы, обеспечивающие связь между источником роста и экономической системой [4].

Драйверы могут иметь различную природу, однако основная функция драйвера – это формирование целостной внутривосточной системы вертикальных и горизонтальных связей, улавливающих и распространяющих импульсы, идущие от точек роста на отдельных рынках, преимущественно внутри национальной системы.

Проблема поиска драйверов экономического роста России в современных условиях стоит очень остро. Состояние застоя отечественной экономики наблюдается в течение нескольких лет, о чём свидетельствует весьма противоречивое развитие российской экономики за последние годы.

Начавшиеся в 2014 г. «санкционные войны» (которые продолжаются до сих пор), резкое снижение цен на нефть привели к снижению валового притока капитала за 2014-2017 гг. (по оценкам специалистов, примерно на уровне 280 млрд дол. [3, с. 5]), его оттоку из страны, сокращению бюджетных доходов и спровоцировали кризисную ситуацию в стране (в 2015 г. объем ВВП сократился на 3%, рост инфляции составил 12,9%). Осознание этой ситуации потребовало от государства решения довольно сложной задачи, не только реализации традиционных антикризисных мер (путем проведения жесткой бюджетной и кредитно-денежной политики), но и адаптации российской экономики к новым условиям хозяйствования, что в итоге позволило несколько стабилизировать ситуацию. Так в 2018 году наблюдался рост ВВП на 2,3%, но устойчивым его назвать пока нельзя.

Согласно макроэкономическому прогнозу Минэкономразвития России на 2018-2020 гг. [12] драйверами экономического роста должны были стать промышленное производство, строительство и торговля, а также инвестиции государства и бизнеса в реальный сектор. Примечательно, что прежде значительно больше надежд в Правительстве возлагали на добывающие производства и аграрный комплекс. Однако, по итогам 2018 г., объем производства обрабатывающих отраслей увеличился на 0,3%, строительства на 0,4%, на транспорте – на 0,2%, а в оптовой и розничной торговле наблюдалось снижение в 0,2%, в сфере услуг – на 0,3%, в сельском хозяйстве – на 0,1%. По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, в среднем по стране в 2017-2018 гг. банкротилось по 1100 предприятий в месяц.

Не удалось и остановить рост инфляции, которая оказала влияние на уровень жизни населения. Согласно данным Росстата, из-за продуктовых контрсанкций цены на продовольственные товары в России в 2014-2018 гг. выросли более, чем на треть (42,1%). Это спровоцировало спад уровня жизни населения, который стал самым продолжительным за весь постсоветский период. Падение доходов в реальном выражении усиливается из года в год по нарастающей: в 2014 г. они сократились на 0,7 %, в 2015 г. – на 3,2%, в 2016 г. – на 5,8%, в 2017 г. – на 1,2%, в 2018 г. – на 0,2%. [5, с. 61] Этот парадокс обусловлен тем, что заработная плата в совокупных доходах российских домохозяйств занимает лишь в 38%, остальная часть приходится на пенсии и пособия, доходы от предпринимательской деятельности, депозитов, дивидендов и доходов от сдачи имущества в аренду.

Аналогичная ситуация наблюдается и в большинстве регионов России. Например, во Владимирской области за 2018 г. индекс промышленного производства составил 107,8%. [14] Однако, при этом в 2017 г. во Владимирской области массово банкротился частный бизнес. Среди заметных владимирских обанкротившихся предприятий можно назвать заводы «Точмаш» (на площадях которого ковровая компания «Аскона» будет производить пружины для своих матрасов) «СТЭС» (выросший из небольшого

научноёмкого предприятия), мясное предприятие «Мортадель», «Суздальская пивоварня». В плачевном состоянии находится и «Владимирский моторотракторный завод», отвечать за судьбу которого теперь будет государственная корпорация «Ростех». Не избежали тенденции банкротства и некоторые структурные подразделения ВЭМЗа. Из рук собственников ушел и крупнейший во Владимирской области парк-отель «Велес» имущество которого отошло кредитору.

Не лучшим образом складывалась и ситуация в агропромышленном комплексе. Из-за вирусной вспышки фактически ко дну пошла сфера животноводства региона. На 1 декабря 2017 г. поголовье крупного рогатого скота снизилось на 1,1%, свиней – на 48,5%, птицы – на 2,4%. [14] В результате Владимирская область, по данным Правительства России, попала в список неблагополучных для ведения сельского хозяйства территорий. [7]. Однако за 2018 год наблюдается стабилизация индекса производства в сельском хозяйстве на уровне 100,9%. В сельскохозяйственных организациях Владимирской области к началу октября 2018 года по сравнению с соответствующей датой 2017 г. поголовье крупного рогатого скота увеличилось соответственно на 1,5% и на 2,3%.

На фоне роста оборота розничной торговли на 1% идет снижение внешнеторгового оборота. В частности, по данным таможенной службы, объемы экспорта экономики Владимирской области за 9 месяцев 2017 г. снизились на 24%, в 2018 г. внешнеторговый оборот предприятий Владимирской области с Беларуссией, Казахстаном, Арменией и Киргизией составил почти 194 млн долл. (практически оставшись на уровне 2017 г.). [2]

Снижалась во Владимирской области производительность труда (хотя есть и отдельные лидеры, вошедшие в ТОП-40 предприятий по отдельным отраслям промышленности, например, Юрьев-Польская ткацко-отделочная фабрика «Авангард» [13]) и занятость населения.

Если рассматривать динамику занятости во Владимирском регионе, можно отметить существенные отличия от общероссийских. Территориально Владимирская область расположена между двумя прогрессивно развивающимися регионами: г. Москва и Московская область, и Нижегородская область. Это обстоятельство определяет особенности не только социально-экономического развития региона, но регионального рынка труда.

Коэффициент напряженности на рынке труда Владимирской области в 2016-2018 гг. колебался в пределах 0,8-0,7, уровень общей безработицы – в пределах 5,6-5,0% (что значительно выше, чем у соседей), а уровень средней номинальной начисленной заработной платы был одним из самых низких в Центральном федеральном округе. Причём наибольший уровень безработицы в 2017 г. наблюдался в возрастной категории 30-49 лет, а вот среди молодежи уровень незанятости ниже, чем в среднем по России: в возрасте 15-19 лет – 1,7%, 20-24 года – 11,7%, 25-29 лет – 14,9%. [1, с. 44]

Владимирстат зафиксировал снижение количества рабочих мест на 1,6% в 2017 году, в том числе организованных индивидуальными предпринимателями и малым бизнесом. [14]

Таким образом, проблема драйверов и барьеров социально-экономического развития существует

как перед экономикой страны в целом, так и перед экономикой отдельного региона, в частности.

Все драйверы экономического роста можно разделить на пять групп:

- инфраструктурные драйверы, стимулирующие развитие экономики путём внедрения эффективных инфраструктурных решений;
- ресурсные драйверы, обеспечивающие рост экономики посредством привлечения ресурсов необходимого качества;
- межотраслевые факторы, влияние которых проявляется в различных отраслях экономики;
- отраслевые факторы;
- политические факторы, реализуемые посредством принятия управленческих решений в рамках государственной политики.

Причины, по которым те или иные отрасли «выстреливают», различаются: в некоторых отраслях это обновление менеджмента на фоне колоссального научно-технического задела, сформированного еще в советское время (как в атомной промышленности или в освоении космоса), в других, наоборот, возникновение отрасли на пустом месте одновременно с конкурентами в других странах (например, в телекоме), в третьих – бурное развитие технологий в сочетании с грамотным менеджментом и государственной поддержкой (в сельском хозяйстве и лесопереработке) [10].

По мнению экспертного сообщества [8], доминирующим фактором являются ресурсы. К ним относятся: внедрение инноваций и новых технологий, увеличение производительности труда, развитие образования и науки, увеличение инвестиций в человеческий капитал, повышение уровня оплаты труда. Именно квалификация кадров, развитие науки и образования, качество бизнес-планирования и регламентация бизнес-процессов, внедрение инноваций в различных отраслях должны стать основными векторами экономической политики России и её регионов. Так как драйвер возникает в результате оптимальной для данной страны конфигурации базовых условий удовлетворения растущего спроса за счёт внутренних резервов, в современных экономических условиях драйверами устойчивого развития, как региональной экономики, так и российской экономики в целом могут быть точки импортозамещения.

Не очень благополучно обстоят дела и в системе подготовки кадров. Например, во Владимирской области численность студентов в государственных и негосударственных вузах в 2017-2018 учебном году сократилась более чем на две тыс. человек по сравнению с 2015-2016 учебным годом. Всего вузы Владимирской области в 2017 году выпустили 6,1 тысячи дипломированных специалистов (2016 учебном году – 7,8 тысяч). Число преподавателей в вузах Владимирской области тоже не растет. По данным Владимирстата, штатных сотрудников во владимирских вузах в 2017-2018 учебном году было 1252 человека (в 2015-2016 учебном году - 1584 человек). Профессиональные предпочтения поступающих в вузы владимирцев также меняются незначительно. Наиболее массовой остается группа направлений подготовки «Экономика и управление», её доля в общем выпуске 2017 года составляла 30%. На втором месте группа специальностей «Гуманитарные науки», на третьем – «Образование и педагогика».

Однако все большее количество молодых людей выбирают для продолжения учебы средне-специальные учебные заведения, а не вузы. В 2017-2018 учебном году по программам подготовки специалистов среднего звена обучалось 19,8 тысячи студентов (на 1,5 тысячи человек больше, чем в 2016-2017 учебном году). ССУЗы также ведут подготовку и рабочих кадров. Однако число желающих влиться в рабочий класс невелико и продолжает сокращаться. В 2017-2018 учебном году профессии квалифицированного рабочего обучалось всего 6,1 тысячи студентов.

По данным мониторинга потребности в профессиональной подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов для отдельных сфер экономики Владимирской области, проведенного Департаментом по труду и занятости населения областной администрации, был выявлен существенный дисбаланс между спросом и предложением на региональном рынке труда в 2016-2018 гг. И, если в 2016 г. спрос по рабочим специальностям (особенно на квалифицированные рабочие кадры) существенно превышал предложение, то начиная с 2017 г. в структуре спроса наблюдается рост на специалистов, который уже в 2018 г. превысил спрос на рабочие специальности. [9] Кроме того, организации Владимирской области по-прежнему испытывают потребность в рабочих и специалистах тех профессий и специальностей, подготовка по которым не ведется в профессиональных образовательных организациях региона, либо ведется в недостаточных объемах. Это 69 профессий.

Второй по степени влияния на рост экономики эксперты считают группу межотраслевых факторов, которые предполагают развитие и поддержку малого и среднего бизнеса, стимулирование несырьевого роста, развитие крупной промышленности, развитие военно-промышленного комплекса, модернизацию налогового администрирования.

Значительную долю банкротств компаний в 2016-2017 гг. инициировали налоговые органы. По данным МИФНС по Владимирской области, на конец 2017 года регионе было 250 компаний и 200 бизнесменов, являющихся банкротами, которые задолжали платежей в бюджет почти на 8,5 миллиарда рублей (обязательные платежи составляли почти половину долгов всех компаний). 29 решений о запуске процедуры банкротства было принято судами по инициативе фискального ведомства.

Очевидно, что эксперты хотят видеть эффективные решения концептуального характера, которые должны обеспечить прирост в различных отраслях.

Третье и четвертое места заняли группы инфраструктурных (привлечение массивных инвестиций в экономику, прежде всего в промышленность и науку, обеспечение и поддержание внутреннего спроса, реализация инфраструктурных проектов, развитие транспорта) и отраслевых (развитие сельского хозяйства, активное жилищное строительство, развитие сферы здравоохранения, модернизация энергетики, развитие как международного, так и внутреннего туризма) факторы.

Следует обратить внимание на низкую оценку важности политических факторов экспертами. К ним относятся: борьба с коррупцией, развитие регионов, укрепление гражданского общества, усиление роли государства в экономике, национализация. Таким образом роль государства в качестве регулятора является

вторичной, по мнению специалистов.

В итоге мы видим, что, например, развитие туристической индустрии является не менее значимым для стимулирования экономического роста, чем борьба с коррупцией.

Говоря о драйверах экономического роста следует обратить внимание и на источники негативного влияния, препятствующие ему.

Коррупция во всех её проявлениях стала абсолютным лидером в антирейтинге не только экспертов, но и населения [11]. Именно она является основным фактором снижения эффективности предпринимаемых мер выхода России и ее регионов из кризиса. По состоянию за 2018 г. статистика коррупции по данным Международной организации по борьбе с коррупцией Transparency International в России вывела её на 138 место из 180 стран мира (в 2016 г. – 131 место).

Следующими отрицательными факторами являются: проблемы в финансовой сфере и банковском секторе, снижение поступлений в бюджет, рост инфляции, снижение объемов спроса, неблагоприятная внешнеполитическая и внешнеэкономическая ситуация, проблемы в социальной сфере, массовая безработица, управленческие ошибки топ-менеджмента. Замыкают группу отрицательных факторов проблемы в ЖКХ, нелегальная миграция, террористические угрозы.

В заключение отметим, что в условиях ужесточения экономических санкций драйверами экономического роста должны стать именно внутренние факторы. На региональном уровне таким драйвером может послужить строительство. Вклад строительства в ВРП может составить 0,45–0,75 процентного пункта в год (в зависимости от региона). **Производственное строительство может увеличиваться за счёт опережающего роста инвестиций в основной капитал, а жилищное – благодаря активной реализации программ по ликвидации ветхого жилья и** росту ипотечного кредитования на фоне снижения процентных ставок. Следующим драйвером регионального роста является укрепление малого и среднего предпринимательства (особенно в производствах с высокой добавленной стоимостью), что позволит совершить скачок в среднесрочной перспективе. А продуманные и последовательные инвестиции в человеческий капитал выведут отечественное предпринимательство на новый качественный уровень. И здесь уже одним их драйверов роста становится региональный университет (в рамках концепции 3.0: образование, научные исследования, коммерциализация знаний), благодаря которому будут формироваться новые, быстрорастущие отрасли индустрии, перспективные технологические рынки, экономически лидирующее административно-территориальное пространство. Таким образом, в регионе будет сформировано производство, основанное на новых технологиях, которое будет обладать большей эффективностью и выступать одним из ключевых драйверов экономического роста.

Библиографический список

1. Владимирская область в цифрах. 2018. Крат. стат. сб. / ФСГС. – Владимир, 2018. – 256 с.
2. Владимирская таможня: [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://ctu.customs.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=28&Itemid=97. (Дата обращения 21.04.2019)

3. Гурвич Е.Т., Прилепский И.В. Влияние финансовых санкций на российскую экономику // Вопросы экономики. – 2016. – №1. – С. 5–35.

4. Драйвер роста экономики применительно к промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://porecon.ru/otrivki/863-draiver-rosta-ekonomiki-primenitelno-k-promyshlennosti.html> (Дата обращения 21.04.2019)

5. Жуковская И.Ф., Краснова М.В. О влиянии реальных доходов населения и колебаний валютного курса на развитие туристско-рекреационного комплекса страны // Экономик аи управление: проблемы, решения. 2019. Т. 5. № 2. С. 59-67.

6. Иванова Л. Н. Точки роста и драйверы роста: к вопросу о содержании понятий / Л. Н. Иванова // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2015. – № 2. – С. 120-133.

7. Какие регионы попали в список неблагополучных по заразным болезням животных? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsenovik.ru/news/Novosti-APK/Veterinariya-Zoogigiena/Kakie-regiony-porali-v-spisok-neblagopoluchnykh-po-zaraznym-boleznyam-zhivotnykh/> (Дата обращения 20.04.2019)

8. Калмыков Н.Н., Кацаурова С.Ю. Драйверы и барьеры роста российской экономики: социологический анализ мнений экспертного сообщества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/images/News/2017-07/13-07-2017-ekonomika-issl.pdf> (Дата обращения 19.04.2019)

9. Мониторинг потребности в профессиональной подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов для отдельных сфер экономики Владимирской области в 2018-2022 годах / Департамент по труду и занятости администрации Владимирской области. – Владимир, 2018. – 36 с. – Режим доступа: [http://www.vladzan.ru/cms_data/usercontent/regionaleditor/%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B/%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B/2017/12/%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202017\(%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%82\).pdf](http://www.vladzan.ru/cms_data/usercontent/regionaleditor/%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%8B/%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8B/2017/12/%D0%B1%D1%8E%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202017(%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%82).pdf) (Дата обращения 19.04.2019)

10. Недорослев С. Многообразие роста: какие отрасли могут стать драйверами экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/06/5788ebe29a7947138d3285a8https://www.rbc.ru/magazine/2016/06/5788ebe29a7947138d3285a8> (Дата обращения 19.04.2019)

11. Ожидания в 2018 году. Результаты опроса Левада Центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/12/21/ozhidaniya-v-2018-m-godu/> (Дата обращения 18.01.2019)

12. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/2e83e62b-ebc6-4570-9d7b-ae0beba79f63/prognoz2018_2020.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=2e83e62b-ebc6-4570-9d7b-ae0beba79f63 (Дата обращения 20.01.2019)

13. Производительность труда: Лидеры промышленности России – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/imgs/specprojects/lidery-promyshlennosti/Productivity_2017.pdf (Дата обращения 20.01.2019)

14. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vladimirstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/vladimirstat/ru/statistics/ (Дата обращения 21.04.2019)

УДК 332.12

Черемисинова Д.В., Рябченко Д.С., Плинер А.А. Анализ и оценка
инвестиционного климата Липецкой области
Analysis and condition of investment climate of Lipetsk region

Черемисинова Д.В.

Рябченко Д.С.

Плинер А.А.

1. старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
2. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
3. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Cheremisinova Diana V.

Ryabchenko Dmitry S.

Pliner Albina. A.

1. senior lecturer, Department of Finance and credit,
Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia
2. student of the 3d year of a bachelor's degree,
Department of Finance and credit
Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia
3. student of the 3d year of a bachelor's degree,
Department of Finance and credit
Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia

Аннотация. В статье отмечается актуальность исследований связанных с анализом и оценкой инвестиционного климата, как Российской Федерации, так и входящих в нее субъектов. Представлено определение понятий инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности. Рассматривается инвестиционная политика Липецкой области и отраслевые приоритеты её инвестиционного развития. Производится анализ инвестиций в основной капитал региона, оценивается их структура по отраслям хозяйствования и источникам финансирования. Анализируется структура поступлений прямых иностранных инвестиций в РФ в 2017 году. Подчеркивается их не равномерное распределение среди субъектов РФ и отмечается существенная доля иностранных инвестиций приходящихся на Липецкую область. Отмечаются существующие проблемы в инвестиционном климате региона и предлагаются меры по его улучшению.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, инвестиции в основной капитал, инвестиционная привлекательность.

Abstract. The article notes the relevance of research related to the analysis and assessment of the investment climate, both of the Russian Federation and its constituent entities. The definition of the investment climate and investment attractiveness is presented. The investment policy of the Lipetsk region and the sector priorities of its investment development are considered. The analysis of investments in the fixed capital of the region is carried out, their structure is evaluated by economic sectors and sources of financing. The structure of foreign direct investment in the Russian Federation in 2017 is analyzed. Their uneven distribution among the subjects of the Russian Federation is emphasized, and a significant

proportion of foreign investment in the Lipetsk region is noted. There are existing problems in the investment climate of the region and proposed measures to improve it.

Keywords: investment, investment climate, investment in fixed capital, investment attractiveness.

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

Введение

Исследования инвестиционного климата и анализ их динамики в Российской Федерации актуален на данный момент, в связи с существованием санкций и обострением международных отношений. Выход на передовые позиции мировой арены не возможен без инвестиций. Именно увеличение и активизация инвестиционной деятельности – это основа экономического развития как, в целом, для страны, так и для ее регионов.

Всесторонняя модернизация российской экономики на основе преимущественно инновационного развития объективно требует наличия адекватного инвестиционного климата и заинтересованности потенциальных инвесторов (как внутренних, так и внешних) в развитии территорий, в создании условий для привлечения инвестиций, прежде всего, в производственную сферу.

Постановка задачи

Целью статьи является оценка инвестиционной деятельности Липецкой области и определение перспектив дальнейшего формирования стратегии ее инвестиционного развития.

Анализ последних исследований и публикаций

В настоящее время оценка и анализ инвестиционной деятельности является актуальной темой, поэтому значительное число авторов, в том числе таких, как Сушинова С.Е., Гришина И.В., Вякина И.В., Александров Г.А., Осипов П.Ю., Зубкова Л.Д., Шевченко И.В. и др. занимались исследованиями в области инвестиционного климата, инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности.

Методология

В процессе исследования были использованы различные методы научного познания. При изучении теоретического материала использовались абстрактно-логический метод, метод анализа и синтеза. При расчете и исследовании динамики объемов инвестирования использовались расчетно-аналитический и экономико-статистические методы.

Результаты

Инвестиционный климат региона в понимании большинства авторов представляет собой совокупность объективных условий осуществления инвестиционной деятельности: средств, возможностей и ограничений, обуславливающих интенсивность привлечения инвестиций в экономику региона [1].

Понятие «инвестиционного климата» и его сущности проявляются в его составляющих. Поэтому существует множество подходов для анализа инвестиционного климата.

По определению рейтингового агентства «Эксперт-РА», определение «инвестиционный климат» показывает степень благоприятности ситуации, складывающейся в том или ином регионе (стране, отрасли), по отношению к инвестициям, которые могут быть направлены в страну (регион, отрасль) [3], то есть, по сути, представляет собой инвестиционную привлекательность.

Для исследования инвестиционной деятельности была выбрана Липецкая область, так как она занимает высокие места среди регионов РФ по инвестиционной привлекательности – 12 место в 2018 году [4], минимальному инвестиционному риску – 3 место в 2017 году [3], инновациям – 21 место [5], инвестиционной активности – 1 место в 2018 году [6]. А так же имеет отличную от России отраслевую структуру инвестиций и источники финансирования. Для исследования была выбрана Липецкая область, так как важно рассмотреть и проанализировать за счет чего были достигнуты столь высокие результаты. В некоторой степени, достижение таких высоких позиций Липецкой области связано с определенными преимуществами и разработанными проектами:

- 1) хорошее географическое расположение в центре европейской части России, вблизи крупных рынков сбыта;
- 2) благоприятную административную среду, которая обеспечивается путем сформированных в регионе институтов развития (Корпорация Развития Липецкой области, Фонд развития промышленности Липецкой области и др.);
- 3) режим свободной таможенной зоны действующий на территории федеральной особой экономической зоны промышленно-производственного типа «Липецк»;
- 4) льготные ставки аренды и выкупа земельных участков;
- 5) разработанная и усовершенствованная система экономического и инвестиционного развития, в которую включены ОЭЗ федерального и регионального уровней, индустриальные парки, технопарки и кластера.

Субъекты РФ значительно различаются по объему и динамике инвестиций. На рис. 1 представлена динамика темпов прироста инвестиций в основной капитал Липецкой области и РФ.

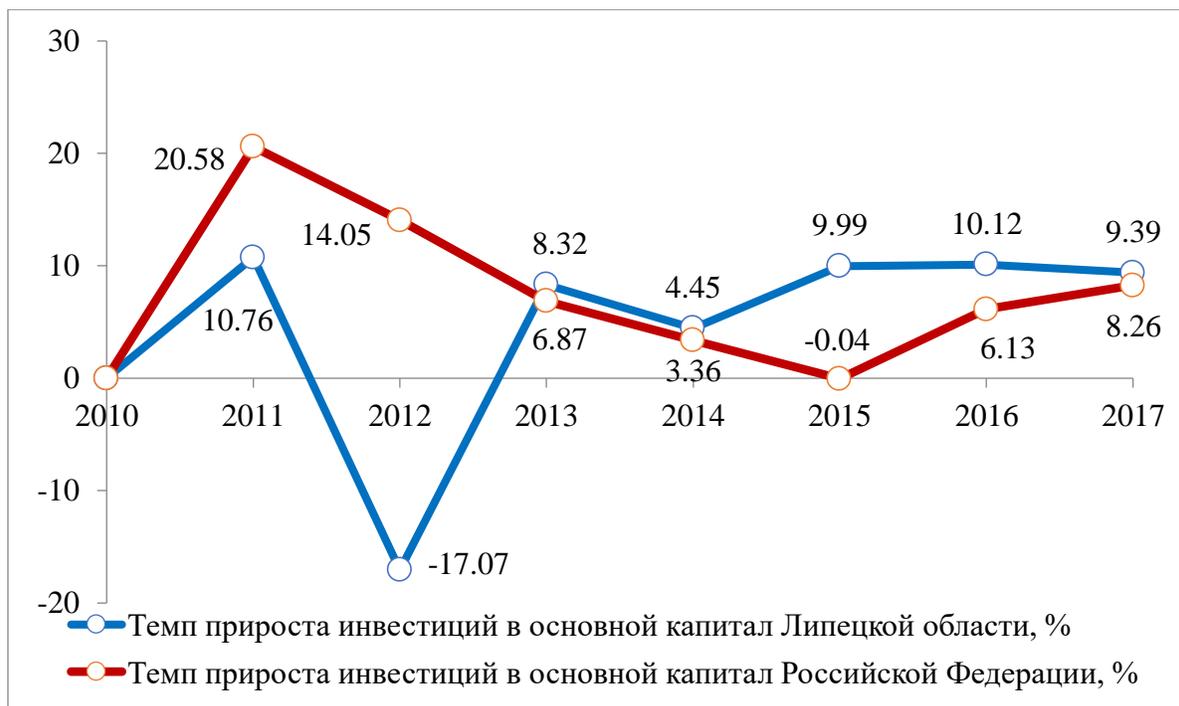


Рисунок 1. Динамика темпов прироста инвестиций в основной капитал Липецкой области и РФ в 2017 году, млн. руб.*

* Составлено авторами на основании данных ФСГС РФ [10]

Динамика инвестиций свидетельствует, что в 2013 и 2014 годах происходит незначительное опережение темпов прироста инвестиций в основной капитал Липецкой области, в сравнении с РФ. В 2015 году происходит значительный прирост инвестиций до 9,99 п.п. в основной капитал Липецкой области, тогда как в среднем по России в 2015 году наблюдается спад, а не прирост инвестиций. В 2016 и 2017 годах темп прироста инвестиций в основной капитал Липецкой области сохраняется на уровне 9 п.п. – 10 п.п., в России на этот же момент стоит отметить тенденцию к увеличению темпов прироста до 6,13 п.п. за 2015 год и 8,26 п.п. за 2016 год.

По объему инвестиций в основной капитал в 2017 году Липецкая область заняла 4 место по центральному федеральному округу со 139 900 млн. руб., отставая при этом от г. Москвы, Московской области и Воронежской области.

В целом, анализ данной динамики показал, что начиная с 2013 года, темпы прироста инвестиций в основной капитал Липецкой области стабильно опережают средние темпы прироста по России.

Достижению таких высоких темпов прироста инвестиций в основной капитал способствовала проработанная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционную деятельность в Липецкой области. Среди основных нормативно-правовых документов можно выделить:

- 1) Инвестиционный меморандум Липецкой области на 2019 год от 15.01.2019 [7];

2) Распоряжение администрации Липецкой области от 13.07.2009 N 348-р (ред. от 01.12.2015) "Об утверждении инвестиционной стратегии Липецкой области на период до 2020 года" [8].

В данных нормативно-правовых документах определены приоритетные направления развития области и её инвестиционной политики, среди приоритетных направлений следует выделить: машиностроение, в т.ч. станкостроение, сложнобытовая и электронная техника, радиотехника и пр; металлообработка; производство современных строительных материалов; развитие агропромышленного комплекса; пищевая и перерабатывающая промышленность; альтернативная энергетика; фармацевтика и биотехнологии; создание объектов логистической инфраструктуры; производство автомобильной и сельскохозяйственной техники.

На данный момент в Липецкой области реализуется 398 инвестиционных проектов, планируется к реализации 123 инвестиционных проекта, согласно данным предоставленным инвестиционным порталом Липецкой области [9].

На следующем этапе анализа целесообразно рассмотреть структуру инвестиций в основной капитал по отраслям хозяйствования Липецкой области и РФ. И соотнести полученные результаты с приоритетными направлениями развития инвестиционного потенциала региона. Структура инвестиций в основной капитал по отраслям хозяйствования представлена в табл. 1.

Таблица 1

Структура инвестиций в основной капитал РФ и Липецкой области по отраслям хозяйствования, в млн. руб.*

Отрасль хозяйствования	Российская Федерация				Липецкая область			
	2016 г.	2017 г.	Доля, %	Тпр, %	2016 г.	2017 г.	Доля, %	Тпр, %
Всего:	14 639 835	12 256 313	100,0	83,7	75751,1	86785,1	100,0	14,6
Сельское, лесное хозяйство, охота и пр.	627 680	443 437	3,6	-29,4	14648,2	15814,9	18,2	8,0
Добыча полезных ископаемых	2 830 355	2 936 745	24,0	3,8	175,6	275	0,3	56,6
Обработывающие производства	2 123 645	2 014 674	16,4	-5,1	30156,8	44310,3	51,1	46,9
Обеспечение электрической энергией;	940 197	885 267	7,2	-5,8	8245,6	5700,8	6,6	-30,9
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов;	-	129 458	1,1	-	-	2213,5	2,6	-
Строительство	445 045	266 492	2,2	-40,1	375,2	325,1	0,4	-13,4
Торговля оптовая и розничная; ремонт ТС	632 705	363 336	3,0	-42,6	1614,5	1669,2	1,9	3,4
Транспортировка и хранение	2 342 482	2 248 849	18,3	-4,0	6357,1	3998,5	4,6	-37,1
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	107 887	47 203	0,4	-56,2	39,5	27,9	0,0	-29,4

Отрасль хозяйствования	Российская Федерация				Липецкая область			
	2016 г.	2017 г.	Доля, %	Т _{пр} , %	2016 г.	2017 г.	Доля, %	Т _{пр} , %
Деятельность в области информатизации	384 225	429 772	3,5	11,9	1422,1	1682,4	1,9	18,3
Деятельность финансовая и страховая	231 177	252 047	2,1	9,0	229,3	274,5	0,3	19,7
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	3 018 254	877 371	7,2	-70,9	7783,6	5809,5	6,7	-25,4
Деятельность профессиональная, научная и техническая	-	377 623	3,1	-	-	254,7	0,3	-
Деятельность административная	-	69 444	0,6	-	-	165,9	0,2	-
Гос. управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	278 855	277 921	2,3	-0,3	751,1	703,5	0,8	-6,3
Образование	210 627	221 153	1,8	5,0	1219,8	1763,4	2,0	44,6
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	181 786	176 805	1,4	-2,7	1306,2	874,9	1,0	-33,0
Деятельность в области культуры, спорта	-	228 720	1,9	-	-	815	0,9	-

* Составлено авторами на основании данных ФСГС РФ [10]

Стоит отметить, что в Липецкой области происходит прирост инвестиций на 14,6%, тогда как в РФ в 2017 г. инвестиции снижаются на 16,3%. То есть только по этому показателю можно сказать, что Липецкая область обладает большей инвестиционной привлекательностью, чем большая часть других регионов РФ.

В структуре инвестиций Липецкой области преобладают инвестиции в обрабатывающие производства – 51,1%, сельское хозяйство – 18,2%, деятельность в области недвижимого имущества – 6,7%. Согласно с данными результатами можно говорить о соответствии структуры фактических инвестиций с установленными приоритетными направлениями инвестиционной политики региона.

Структура инвестиций Липецкой области значительно отличается от среднероссийских показателей, где лидирующими направлениями инвестирования являются: добыча полезных ископаемых – 24,0%; транспортировка и хранение – 18,3%; обрабатывающие производства – 16,4%; сельское хозяйство – 3,6%. Такая инвестиционная структура подчеркивает ориентированность Российской экономики на добычу полезных ископаемых, в т.ч. их транспортировку и хранение. Обрабатывающая промышленность в структуре инвестиций занимает 3 место с 16,4%, тогда как в Липецкой области данная отрасль занимает 1 место с 51,1%, что положительно характеризует регион, так как в большей степени инвестиционная политика области направлена на стимулирование развития отраслей переработки и производства технологической продукции, чем простой добычи ресурсов.

С целью обеспечения высоких темпов экономического роста, улучшения инвестиционной привлекательности, привлечения большего количества инвесторов, создания новых высокотехнологических производств, роста уровня занятости и качества жизни населения на территории Липецкой области создаются особые экономические зоны (ОЭЗ), индустриальные парки, кластеры и технопарки.

Согласно с инвестиционной стратегией Липецкой области, на её территории действует трехуровневая система экономического и инвестиционного развития, которая позволяет привлечь большее количество инвесторов. На первом уровне находится федеральная особая экономическая зона промышленного производственного типа «Липецк», которая в, свою очередь, находится на 4 месте среди ОЭЗ Российской Федерации [2]. На её территории действует 52 резидента из 16 стран. На 2018 год осуществлено уже 63 977,3 млн. руб. инвестиций и создано 3 624 рабочих места.

Второй уровень – 10 региональных ОЭЗ различного типа со 184 участниками, объем заявленных инвестиций составляет 92 300,0 млн. руб.

Третий уровень – частные индустриальные парки

Задачами создания особых экономических зон и индустриальных парков на территории Липецкой области являются упрощение начальных этапов реализации инвестиционных проектов, устранение административных барьеров, создание новых рабочих мест.

В целом, на территории Липецкой области действуют: ОЭЗ промышленно-производственного типа федерального значения «Липецк»; 10 ОЭЗ регионального уровня; 2 индустриальных парка; технопарк; 4 кластера.

Целесообразно рассмотреть структуру инвестиций в основной капитал в разрезе источников финансирования, который представлен в табл. 2.

Таблица 2

Распределение инвестиций в основной капитал по источникам финансирования *

	Собственные средства	Привлеченные средства	из них:			
			Кредиты банков	Бюджетные средства	из них:	
					фед. бюджет	бюджет субъектов
Российская Федерация						
2015	50,2	49,8	8,1	18,3	11,3	5,7
2016	51,0	49,0	10,4	16,4	9,3	6,0
2017	51,3	48,7	11,2	16,3	8,5	6,7
Тпр 17 к 16	0,59%	-0,61%	7,69%	-0,61%	-8,60%	11,67%
Липецкая область						
2015	57,5	42,5	10,4	12,6	5,8	5,4
2016	59,1	40,9	20,6	8,1	2,4	4,7
2017	56,5	43,5	16,2	6,8	1,9	3,7
Тпр 17 к 16	-4,40%	6,36%	-21,36%	-16,05%	-20,83%	-21,28%

* Составлено авторами на основании данных ФСГС РФ [10]

Согласно данным табл. 2 56,5% всего объема инвестиций в Липецкую область приходится на собственные средства, и этот показатель незначительно выше, чем в среднем по РФ (51,3%). Так же, стоит отметить увеличивающуюся долю привлеченных средств с 43,5% до 40,9%. Существенным отличием в структуре источников финансирования является разница в привлеченных бюджетных средствах, в Липецкой области в 2,4 раза меньше бюджетных средств. Стоит отметить обозначившуюся тенденцию к снижению бюджетных инвестиций и их доли в общей структуре источников финансирования, как в РФ, так и в Липецкой области. Таким образом, в Липецкой области снижение привлеченных бюджетных средств в 2017 г. составило 1,3%, с 8,1% в 2016 году до 6,8%, тогда как в РФ – 0,1%, с 16,4% до 16,3%.

Важным является то, что динамика изменений происходящих в структуре источников финансирования Липецкой области неоднозначна, явно прослеживается лишь снижение бюджетных средств на протяжении трех рассмотренных лет.

В структуре привлеченных средств области большую долю занимают кредиты банков (16,2%), в сравнении с РФ (11,2%). Данный показатель положительно характеризует банковскую систему региона и её взаимодействие с бизнесом.

В данной структуре не отмечен лишь один источник финансирования, а именно иностранные инвестиции, которые целесообразно рассмотреть отдельно. Поступление прямых иностранных инвестиций в 2017 году по областям РФ и по России, в целом, представлено в табл. 3.

Таблица 3

Поступление прямых иностранных инвестиций по субъектам РФ (выборочно), млн. дол. *

Территория	2017			Абсолют. прирост сальдо 2017 к 2016	Относ. прирост сальдо 2017 к 2016
	Поступило	Изъято	Сальдо		
РФ	150 560	121 876	28 684	-3 855	-11,8%
Липецкая область	2 226	486	1 740	940	117,5%
Республика Крым	18	77	-59	-50	-555,6%
г. Севастополь	3	3	0	-1	-100,0%
г. Москва	85 453	69 517	15 936	4 127	34,9%
г. Санкт-Петербург	5 896	6 457	-561	230	-29,1%
Республика Татарстан	662	557	105	-151	-59,0%
Краснодарский Край	1 809	1 124	685	855	502,9%
Красноярский Край	4 785	2 447	2 338	1 271	119,1%
Сахалинская область	7 874	192	7 682	-447	-5,5%

* Составлено авторами на основании данных ФСГС РФ [10]

Стоит подчеркнуть, что основными зарубежными инвесторами Липецкой области, являются большинство развитых стран.

Из табл. 3 следует, что в 2017 году Липецкая область занимает 4 место среди всех субъектов РФ по объему сальдового оборота прямых иностранных инвестиций, и демонстрирует значительный относительный прирост (в 2,17 раза) иностранных инвестиций в 2017 году по сравнению с 2016 годом, уступая лишь Красноярскому краю, с ростом в 2,2 раза.

В 2017 году из всего сальдо прямых иностранных инвестиций 55,6% приходится на г. Москва, 26,8% - на Сахалинскую область, 6,1% - на Липецкую область. Оценив данные показатели видно, что из всего положительного сальдо иностранных инвестиций в 2017 году на 6 регионов России пришлось 99,3%, а на оставшиеся 79 субъектов РФ не приходится и 1%.

Данные показатели подчеркивают доверие иностранных инвесторов к Липецкой области, так как сальдо положительно на протяжении 3 лет, которое увеличивается более чем в 3 раза за 3 года, такой относительный рост не наблюдается не в одной из других областей РФ.

Выводы

Липецкая область – одна из наиболее успешных и динамично развивающихся областей современной России, занимающая лидирующие позиции по многим социально-экономическим показателям.

Для инвесторов созданы и функционируют специальные территории с особыми условиями осуществления хозяйственной деятельности: особые экономические зоны федерального и регионального уровней, индустриальные парки, технопарки, кластеры.

Липецкая область занимает высокие позиции во многих рейтинговых изданиях и оценках, обладает высоким уровнем инвестиционной привлекательности и хорошо развитым инвестиционным климатом, область ежегодно привлекает иностранных инвесторов. Липецкая область занимает выгодное географическое положение, хорошо развитую инфраструктуру, и законодательную базу.

Но, не смотря на достигнутые результаты, можно выделить следующие проблемные зоны, среди которых:

- 1) недостаточное развитие фондового рынка области и недостаточное его использование для привлечения инвестиций;
- 2) зависимость региона от крупного корпоративного бизнеса;
- 3) недостаточный уровень вовлеченности населения в инвестиционные процессы, протекающие в Липецкой области.

Таким образом, можно отметить меры, которые бы стимулировали еще больший приток инвестиций и благоприятно влияли на инвестиционный климат области:

- 1) совершенствование льготного стимулирования инвесторов, разработка новых моделей инвестиционных кредитов и субсидий;
- 2) совершенствование банковского сектора региона и его взаимодействия с бизнесом;
- 3) снижение административных барьеров;
- 4) развитие малого и среднего предпринимательства;

- б) информирование населения о процессах происходящих в области;
- в) выход на новые рынки и расширение спектра производимой продукции.

Данные мероприятия, на наш взгляд, будут способствовать повышению инвестиционной привлекательности и улучшению инвестиционного климата региона.

Библиографический список

1. Вякина И.В., Александров Г.А., Скворцова Г.Г. Инвестиционный климат региона: сущность и составляющие системы / И.В. Вякина, Г.А. Александров, Г.Г. Скворцова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 16. – С. 98-103.
2. Голубкин И.В., Бухарова М.М., Данилов Л.В. Бизнес-навигатор по особым экономическим зонам России – 2018 / И.В. Голубкин, М.М. Бухарова, Л.В. Данилов. // Ассоциация кластеров и технопарков России. – М.: АКИТ, 2018. – 160 с.
3. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс]: Инвестиционный климат и инвестиционный риск. URL: <http://www.raexpert.ru> (дата обращения 24.04.2019)
4. Национальное рейтинговое агенство [Электронный ресурс]: Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов РФ по итогам 2018 года. URL: http://www.ra-national.ru/sites/default/files/analytic_article/IPR-6-06112018.pdf (дата обращения 24.04.2019)
5. Ассоциация инновационных регионов России [Электронный ресурс]: Рейтинг инновационных регионов России: версия 2017. URL: [http://investinlipetsk.ru/public/uploads/\(2018_04_04\)_airr17.pdf](http://investinlipetsk.ru/public/uploads/(2018_04_04)_airr17.pdf) (дата обращения 23.04.2019)
6. Деловой журнал «Инвест-Форсайт» [Электронный ресурс]: Рейтинг инвестиционной активности в федеральных округах (декабрь 2018). URL: <https://www.if24.ru/investaktivnost-regionov-dekabr-2018/> (дата обращения 23.04.2019)
7. Инвестиционный портал Липецкой области [Электронный ресурс]: Инвестиционный меморандум на 2019 год. URL: [http://investinlipetsk.ru/public/uploads/\(2019_01_24\)_Investitsionnyiy_memoarndum_na_2019_god.pdf](http://investinlipetsk.ru/public/uploads/(2019_01_24)_Investitsionnyiy_memoarndum_na_2019_god.pdf) (дата обращения 24.04.2019)
8. Распоряжение Администрации Липецкой области от 13.07.2009 № 348-р (ред. от 01.12.2015) «Об утверждении инвестиционной стратегии Липецкой области на период до 2020 года» [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW220&n=76225&dst=100622#06224340746771921> (дата обращения 24.04.2019)
9. Инвестиционный портал Липецкой области [Электронный ресурс]: Инвестиционные проекты. URL: <http://investinlipetsk.ru/> (дата обращения 25.04.2019)
10. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]: Регионы России. Социально – экономические показатели: статистический сборник. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/region/reg-pok18.pdf (дата обращения 21.04.2019)

Рекреация и туризм

УДК 338.46

Черемисинова Д.В., Плинер А.А., Рябченко Д.С. Перспективы развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе

Prospects for the development of wine tourism in the Republic of Crimea and the city of Sevastopol

Черемисинова Д.В.

Плинер А.А.

Рябченко Д.С.

1. старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
2. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
3. студент 3-го курса кафедры «Финансы и кредит» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Cheremisinova Diana V.

Pliner A.A.

Ryabchenko Dmitry S.

1. senior lecturer, Department of Finance and credit, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia
2. student of the 3d year of a bachelor's degree, Department of Finance and credit Sevastopol State University, Sevastopol, Russia
3. student of the 3d year of a bachelor's degree, Department of Finance and credit Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития энотуризма в Республике Крым и г. Севастополе. Проанализирован опыт зарубежных стран, а также оценивается статистика прибывших иностранных туристов за 2018 г. в Российскую Федерацию. Рассмотрены меры поддержки для развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе. Выявлены основные преимущества и недостатки в развитии энотуризма в Республике Крым и г. Севастополе. Проведена оценка достигнутых результатов и предложен ряд рекомендаций, с помощью которых можно улучшить эффективность развития данного направления.

Ключевые слова: винный туризм, энотуризм, виноделие, винные туры.

Abstract. The article discusses the prospects for the development of enotourism in the Republic of Crimea and Sevastopol. The experience of foreign countries is analyzed, and the statistics of arriving foreign tourists for 2018 in the Russian Federation is estimated. Considered support measures for the development of wine tourism in the Republic of Crimea and the city of Sevastopol. The main advantages and disadvantages in the development of enotourism in the Republic of Crimea and the city of Sevastopol are revealed. An assessment of the results achieved was made and a number of recommendations were proposed, with the help of which the effectiveness of development in this area could be improved.

Keywords: wine tourism, enotourism, winemaking, wine tours.

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

В XXI веке туризм является ведущим направлением социально-экономической деятельности, а туристская индустрия имеет популярность среди значительной части населения.

Сфера туризма – это давно определившаяся экономическая система. В России, с ее традиционно прибыльными добывающими отраслями, туризм важное и относительно новое направление развития экономики. Основными видами туризма в Российской Федерации являются: лечебно-оздоровительный, аграрный, спортивный, экологический, пляжный и т.д.

Среди аграрного туризма можно выделить особенный вид – энотуризм или винный туризм. Энотуризм включает в себя не только продажу вина, а и знакомство с историей и культурой виноделия, дегустацией, мастер-классами, экскурсиями начиная от высадки виноградников до процесса производства вина, посещение винных фестивалей и других специальных мероприятий. Для этого необходимо не только развитие винодельческих предприятий, но и других взаимосвязанных предприятий параллельно. С помощью данного вида туризма можно привлечь большее количество туристов, а также потенциальных инвесторов для экономического развития региона. Республика Крым и г. Севастополь имеют потенциал к винному туризму, так как территории обладают рекреационными ресурсами, необходимыми для качественного развития туризма.

Данное направление в настоящее время актуально и может приносить большие доходы, но это возможно только лишь при развитии данного направления, заинтересованности винопроизводителей, доступных ценах и информированности населения о данном туристическом направлении.

Цель исследования заключается в изучении перспектив развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе.

Анализ последних исследований и публикаций

Изучением развития винного туризма и его перспектив в ЮФО занимаются различные исследователи. Развитие винного туризма в Ставропольском Крае, а также созданные в 2015 г. винные туры рассматривали Боглаёва Д.А. и Чугаева Е.С. [1].

Толмачева О.А., Козлова Ф.А. и Глазырина Е.О. изучали энотуризм в мировой практике и его перспективы развития на базе винодельческой отрасли Краснодарского Края [4].

Вагабов М.М., Эльдаров Э.М. и Эфиндиев И.И. предлагают ряд мер по совершенствованию практики дагестанского виноделия в направлении усиления энотуристической специализации этой ведущей отрасли экономики республики [2].

Особенности развития винного туризма в Республике Крым рассматривала Иванова Е.Д., на основе аналитических данных были выявлены преимущества и недостатки, а также предложена разработка программ развития винного туризма в Республике Крым [3].

Среди научных сообществ и заинтересованности бизнеса, заключается актуальность в изучении перспектив энотуризма в Республике Крым и г. Севастополя.

Результаты

Винный туризм в Европе получил свое развитие в 60-70-е года прошлого века, в то время как в России развитие энотуризма началось в начале XXI века, при этом активное развитие началось не так давно. Тем не менее, данное направление получило поддержку со стороны государства и заинтересовало население страны.

Винный тур – это туристический маршрут, целью которого является знакомство с винодельческими и гастрономическими предприятиями, а также экскурсии по достопримечательностям полуострова. Данные маршруты рассчитаны как для начинающих любителей, так и для ценителей вина.

Важным для продвижения энотуризма является изучение опыта зарубежных стран, примеры которых дают представление о перспективах и возможностях для развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе.

В регионах Италии существует ряд различных туров, в которые включают винный туризм. Экскурсии охватывают памятники архитектуры, средневековые замки и старинные поселки. Дегустация местных вин сопровождается традиционными тосканскими овощами и мясными закусками.

Интересным являются винные туры во Франции, так как маршруты разработаны для велопрогулок, охватывая 5-8 дней увлекательного путешествия.

Австрия в 2016 признавалась как наилучшая страна Европы для винного туризма, по их данным из общего количества 135 млн. проживаний в гостиницах («туристических ночей») более 2 млн. приходилось на поклонников винного туризма, общий оборот от их пребывания в стране оценен примерно в 500 млн. евро [5].

Согласно данным Всемирной туристической организации [9] в 2017 г. туристы потратили больше всего денег в таких странах как: США (211 млрд. дол.), Испания (68 млрд. дол.), Франция (61 млрд. дол.), Таиланд (57 млрд. дол.) и Великобритания (51 млрд. дол.). Российская Федерация за 2017 г. заработала от иностранных туристов 9 млрд. дол.

В 2018 г. была разработана Концепция Винной дороги Крыма [6], с помощью которой планируется развитие энотуризма и инфраструктуры в Крыму, выход на рынок с новым туристическим продуктом, привлечение иностранных туристов, а также создание новых рабочих мест.

В маршрут дороги входит 480 км эногастрономических маршрутов по винным предприятиям, деревням и фермерским хозяйствам.

«Винная дорога Крыма» разделена на 4 части – юго-восточный и югобережный, (включают по 9 винодельческих предприятий), севастопольский (4 винодельческих предприятия) и западный маршруты (15 винодельческих предприятия).

Создан проект «Концепция развития виноградарства и вин на период 2016-2020 годов и плановый период до 2035 года» [7]. Планируется разработать «винную карту» отечественных производителей вина, а также увеличить туристические маршруты. «Винные карты» нацелены на знакомство туристов с местными традициями, обычаями, историческими, культурными и природными достопримечательностями. Благодаря этому можно расширить географию потребителей винодельческой продукции, повысить узнаваемость брендов, что улучшит экономическую ситуацию региона, а также и страны в целом.

Для развития энотуризма в России, существует поддержка как на федеральном уровне, так и на местном. Например, в Севастополе власти предлагают инвесторам проект «Терруар Севастополя», куда входят восемь участков для строительства и создания виноградников. Всего на территории плодоносящие виноградники занимают 4,28 тыс. гектаров, действует 17 виноделен. Новый туристический продукт – «Винный тур» направлен на развитие рекреационной инфраструктуры, а также на повышение туристической привлекательности города Севастополя.

Одним из направлений энотуризма является процесс восстановления древней херсонесской винодельни с автохтонным сортом винограда. Организаторы планируют произвести вино, которое подавали князю Владимиру в Херсонесе, а также в рамках «гастрономического туризма» планируется восстановить процесс выпекания хлеба и изготовления сыров по рецептам Древнего Херсонеса.

Для привлечения посетителей в рамках энотуризма Крымские винодельческие предприятия «Массандра» и «Новый Свет» готовят коллекционные напитки к открытию «Крымской железнодорожной дороги» к декабрю 2019 года.

В Республике Крым проводятся крупные винодельческие фестивали, например в ноябре 2017 года в санаторно-курортном комплексе Mriya Resort & Spa проходил «Ноябрьфест», где были презентации от винодельческих предприятий и ресторанов Крыма и г. Севастополя, кулинарные мастер-классы и дегустации вин, местных сыров и морепродуктов.

Проведение подобных мероприятий привлекает внимание к уникальному потенциалу полуострова как колыбели отечественного виноделия, способствует формированию позитивного имиджа Крыма, раскрывает преимущества полуострова в создании винных туристических маршрутов и содействует узнаванию потребителями продукции крымских производителей.

Однако есть и существенные проблемы винного туризма, характерные в целом для России и для Республики Крым: энотуризм занимает небольшую долю на туристическом рынке; имеет трудность в организации фестивалей/туров; отсутствуют базы для подготовки высококвалифицированных кадров; имеется единственная в России школа вина «Энотрия», программы которой, одобрены Международной Ассоциацией Сомелье (ASI).

Также значительной проблемой для Республики Крым и г. Севастополя является запрет на поставку стеклянных бутылок из-за санкций. Винодельческим предприятиям необходимо искать новых поставщиков тары, или придумывать другие способы решения данной проблемы, что в любом случае отразится на цене конечного продукта.

Выводы

Крымский полуостров – это «природная жемчужина Европы» с уникальными природными условиями и географическим положением, где расположены горы и равнины, древние вулканы, моря и озера, леса. Для полуострова характерны достопримечательности, сохранившиеся с античных времен до наших дней, а также уникальные пейзажи, которые привлекают туристов из года в год. Благодаря рекреационно-туристическому потенциалу можно создать в Крыму целый винодельческий комплекс, который будет включать помимо дегустации вин еще и дегустацию сыров, а также фруктов, выращенных в крымских садах.

По данным статистики Республики Крым, полуостров и г. Севастополь в 2018 г. посетили 6,8 млн. туристов, что на 28% больше, чем за 2017 г., и это является лучшим показателем за последнее десятилетие.

Для повышения потенциала развития винного туризма в Республике Крым и г. Севастополе необходимо ориентироваться на внутренних туристов, создавая при этом дифференцированные винные туры и проекты, которые будут ориентированы на туристов с различным уровнем доходов. Правильно сформированная ценовая политика, а также информированность населения о доступности энотуризма, позволит привлечь большее количество туристов и, тем самым, станет драйвером для экономического роста региона.

Также, следует привлечь туристов из стран ближнего зарубежья, а также туристов из Китая, так как они являются лидерами среди туристических стран по числу прибывших туристов в Россию за первый квартал 2018 года (125, тыс. чел.); второе и третье место занимает Южная Корея (30,4 тыс. туристов.) и Израиль (20,6 тыс. туристов). Несмотря на лидерство китайских туристов в общем турпотоке, например, из нетуристического Казахстана, за тот же промежуток времени, в РФ прибыло 849 тыс. населения [8]. Данная статистика демонстрирует то, что количество китайских туристов, посетивших РФ в 2018 г., незначительно и можно привлечь большее число платежеспособных и заинтересованных в энотуризме китайских туристов.

Таким образом, винодельческим хозяйствам региона необходимо ориентироваться на привлечение туристического потока из Китая, так как потенциал данного турнаправления огромен на данный момент.

Винный туризм не поддается сезонности, так как винодельни могут проводить экскурсии и дегустации круглогодично, что является неоспоримым преимуществом данного туристического направления в сравнении с отдыхом на берегу моря. Однако, для успешного развития винного туризма в винодельческом регионе необходимо наличие туристической инфраструктуры, с одной стороны, а также наличие винных хозяйств, заинтересованных в раскрытии своего потенциала в сфере винного туризма.

Все это должно заинтересовать винодельческие предприятия в развитии данного направления. Полуостров имеет огромный потенциал к туризму, в том числе к энотуризму, поэтому следует развивать туристическую отрасль в Крыму, увеличить длительность туристического сезона, привлечь большее количество туристов и повысить туристический имидж Республики Крым и г. Севастополя не только на уровне страны, но и в мировом масштабе.

Библиографический список

1. Боглаёва Д.А., Чугаева Е.С. Развитие винного туризма в Ставропольском Крае / А.Д. Боглаёва, Е.С. Чугаева // Наука и Просвещение. – 2018. С. 170-173.
2. Вагабов М.М., Эльдаров Э.М., Эфендиев И.И. Предпосылки развития энотуризма в Дагестане / М.М. Вагабов, Э.М. Эльдаров, И.И. Эфендиев // Влияние туризма на развитие территорий: корректировка целей и ценностей. – 2018. С. 75-84.
3. Иванова Е.Д. Особенности развития винного туризма в Республике Крым / Е.Д. Иванова // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. – 2018. С. 46-48.
4. Толмачева О.И., Козлова Ф.А., Глазырина Е.О. Энотуризм в мировой практике и его перспективы развития на базе винодельческой отрасли Краснодарского Края / О.И. Толмачева, Ф.А. Козлова, Е.О. Глазырина // Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга». – 2017. С. 87-91.
5. Винный туризм в Австрии [Электронный ресурс]: <https://www.winesfromaustria.ru/nashe-vino/vinnyi-turizm-v-avstrii/> (дата обращения 04.05.19)
6. Концепция Винной дороги Крыма 2018 г. [Электронный ресурс]: <https://docplayer.ru/78990704-Консерсија-vinnoy-dorogi-крыма.html> (дата обращения 04.05.19)
7. Концепция развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016-2020 годов и плановый период до 2025 года [Электронный ресурс]: <http://kbww.ru/images/docs/консерсија17062016.pdf> (дата обращения 04.05.19)
8. Турпром. Статистика, тенденции, прогнозы [Электронный ресурс]: <https://www.tourprom.ru/news/39242/> (дата обращения 04.05.19)
9. Howmuch.net. Understanding Money [Электронный ресурс]: <https://howmuch.net/articles/how-much-tourist-spend-around-the-world> (дата обращения 04.05.19)

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 33

Нигматуллина О.О. Анализ показателей банковского корпоративного кредитования в России и факторы, их определяющие Analysis of indicators of bank corporate lending in Russia and the factors determining them

Нигматуллина Ольга Олеговна

Специалист отдела обслуживания корпоративных клиентов Департамента по работе с клиентами
ПАО «Запсибкомбанк»
Nigmatullina Olga Olegovna

Specialist of the corporate customer service department of the Customer Relations Department of PJSC Zapsibcombank

***Аннотация.** В статье анализируются показатели, характеризующие современное состояние банковского корпоративного кредитования в России, а также определяются факторы, оказывающие влияние на те или иные показатели. По результатам анализа формируется вывод о том, что в настоящее время банковское корпоративное кредитование в России имеет ряд проблем, решение которых должно быть в принятии мер как со стороны государства, так и со стороны коммерческих банков, как основных кредиторов.*

***Ключевые слова:** банковский кредит, корпоративные клиенты, корпоративное кредитование, просроченная задолженность, российский банковский сектор.*

***Abstract.** The article analyzes the indicators which character the current state of bank corporate lending in Russia, as well as identifies factors that influence certain indicators. According to the results of the analysis, a conclusion is formed that at the present time the bank corporate lending in Russia has a some problems, the solution of which should be in taking measures both from the state and from commercial banks as the main creditors.*

***Keywords:** bank loan, corporate clients, corporate loans, overdue debts, Russian banking sector.*

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

На сегодняшний день экономика России продолжает восстанавливаться после кризисных явлений. Её можно охарактеризовать двусторонними торговыми и финансовыми санкциями и умеренными темпами растущей инфляцией. Банковский сектор характеризуется снижением количества кредитных организаций. По предварительному прогнозу рейтингового агентства "Эксперт РА", рынок покинут не менее 50 кредитных организаций, в том числе за счет добровольной сдачи лицензий, а также новых сделок M&A. Основным интерес для покупателей будут представлять региональные банки, обладающие сильным брендом, стабильной клиентской базой и разветвленной офисной сетью. [6]

Динамика выданных корпоративных кредитов характеризуется ростом за последние 10 лет (рисунок 1). [3] Небольшое снижение объемов наблюдалось в 2017-2018 гг., но к 2019 году данный показатель обошел

значение 2016 года и составил 33 371,8 млрд.руб. Восстановление кредитования юридических лиц объясняется ростом потребительской активности и как следствие необходимостью корпоративных клиентов в финансировании оборотных и основных средств. Также свое влияние оказывают и рост числа корпоративных заёмщиков, и изменением курса рубля, и конечно же изменение процентных ставок по выдаваемым кредитам (таблица 1). [5]

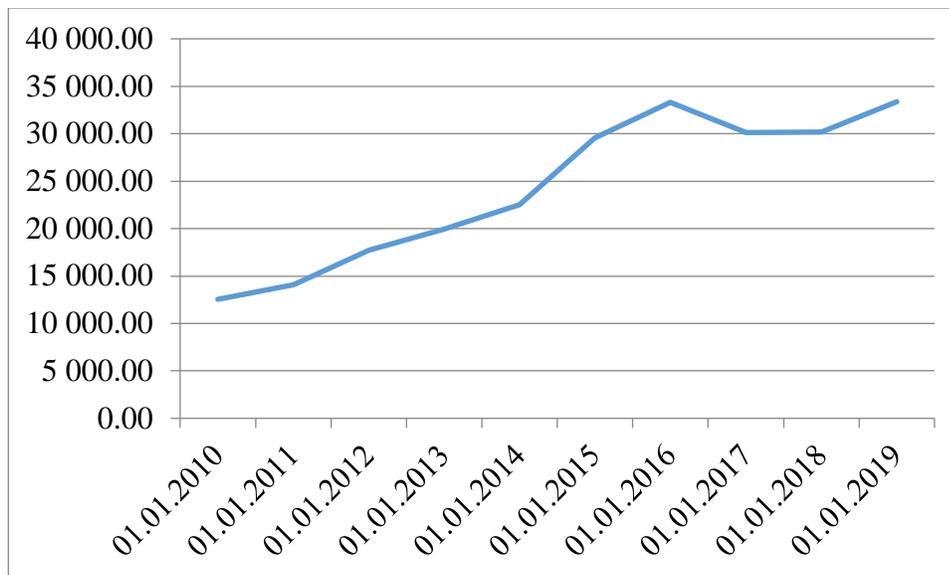


Рисунок 1. Объёмы выданных кредитов корпоративным клиентам в России, млрд.руб.

Наиболее высокие процентные ставки присущи кредитам, выдаваемым на срок свыше трёх лет. Это обусловлено тем, что данная группа кредитов является наиболее рискованной, так как на срок более трех лет преимущественно выдаются очень крупные ссуды. Резкий рост процентных ставок к 2015 году обусловлен нестабильностью макроэкономической конъюнктуры, кризисными явлениями, а именно падением курса рубля, вследствие чего Банк России установил высокую ключевую ставку. Однако, стоит отметить, что с 2015 года ключевая ставка снижается, и с 17 декабря 2018 года её размер составляет 7,75%.

Таблица 1

Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями нефинансовым организациям в рублях (в целом по Российской Федерации), % годовых

	до 1 года, включая ''до востребования''	от 1 года до 3 лет	свыше 3 лет
Январь 2014	9,15	11,09	10,28
Январь 2015	19,86	15,32	14,87
Январь 2016	13,37	14,00	13,13
Январь 2017	11,61	11,86	12,99
Январь 2018	9,14	9,74	7,94
Январь 2019	9,25	10,35	9,46

На рисунке 2 [3] отражена динамика выдаваемых кредитов корпоративным заемщикам по признаку резидентства. Стоит отметить, что наблюдается рост корпоративного кредитования как резидентов РФ, так и нерезидентов РФ. Такая динамика обусловлена также повышением потребительской активности и, как следствие, увеличением потребностей предприятий в заёмных средствах для расширения масштабов производства.

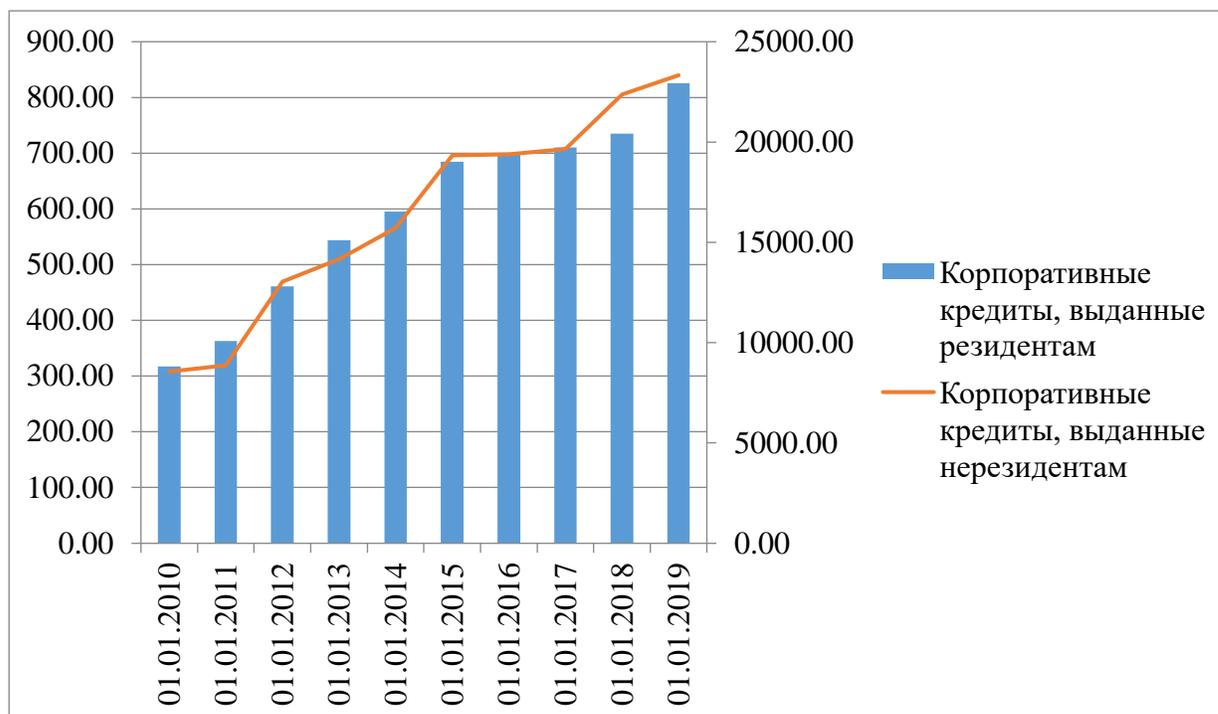


Рисунок 2. Объёмы кредитов, выданных корпоративным клиентам в РФ, по признаку резидентства, млрд.руб.

В таблице 2 [3] представлена структура выданных корпоративных кредитов по итогам на 01.01.2019 г. Наибольший объём выданных корпоративных кредитов приходится на Центральный федеральный округ, а именно на г. Москва (90,83%), на втором месте – Приволжский федеральный округ (2,76%), на третьем – Северо-Западный федеральный округ, а именно г. Санкт-Петербург (2,76%). Причины такого распределения кроются в том, что в Центральном и Приволжском федеральных округах сосредоточено большинство российских предприятий реального сектора экономики, которые и представляют собой основной сегмент корпоративного блока.

Таблица 2

Распределение корпоративных кредитов по субъектам РФ

Центральный федеральный округ (без г. Москва)	0,53%
Г. Москва	90,83%
Северо-Западный федеральный округ (без г. Санкт-Петербург)	0,19%
Г. Санкт-Петербург	2,76%
Южный федеральный округ	0,58%
Северо-Кавказский федеральный округ	0,09%
Приволжский федеральный округ	2,76%
Уральский федеральный округ	1,09%
Сибирский федеральный округ	0,73%
Дальневосточный федеральный округ	0,41%
Крымский федеральный округ	0,01%

Важнейшим показателем качества выдаваемых кредитов корпоративным заемщикам является динамика доходов от их выдачи (рисунок 3). [3] За исследуемый период наблюдается рост доходов с 2010 по 2017 гг. и снижение доходов по предоставляемым средствам корпоративным заёмщикам с 2017 года по настоящее время. Данный факт может быть следствием снижения качества корпоративного кредитного портфеля банков. Это связано и с неэффективными кредитными политиками, проводимыми коммерческими банками в части корпоративного кредитования и ростом просроченной задолженности. Процентный доход от кредитования корпоративных клиентов перестает быть основным источником прибыли, вследствие чего банки начинают компенсировать сниженную процентную маржу за счет комиссионного дохода по другим продуктам.

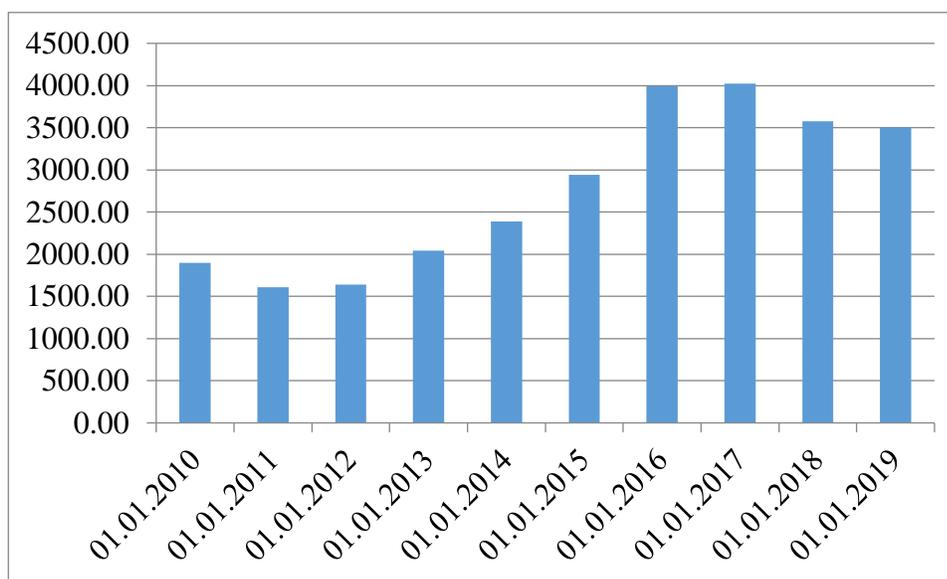


Рисунок 3. Динамика доходов от корпоративного кредитования в РФ, млрд.руб.

Отрицательной оценки заслуживает рост просроченной задолженности по выдаваемым корпоративным кредитам (рисунок 4). [3] За рассматриваемый период данный показатель увеличился более, чем в два раза. Данный факт указывает на то, что в период с 2010 по 2018 гг. включительно наблюдалась неблагоприятная экономическая конъюнктура, что и привело к таким последствиям. С 2017 по 2018 данный показатель уменьшился, но по итогам 2018 года вновь увеличился.

Несмотря на рост просроченной задолженности по корпоративным кредитам, изменение доли просроченной задолженности по корпоративным кредитам в общем объеме просроченной задолженности по кредитам, депозитам и прочим размещенным средствам не имеет однозначной тенденции роста или снижения. Наибольший рост просроченной задолженности наблюдался в 2016 году и его темпы по-прежнему не могут достичь значения 2015 года, когда значение данного показателя было минимальным. Это свидетельствует о неэффективной кредитной политике коммерческих банков.

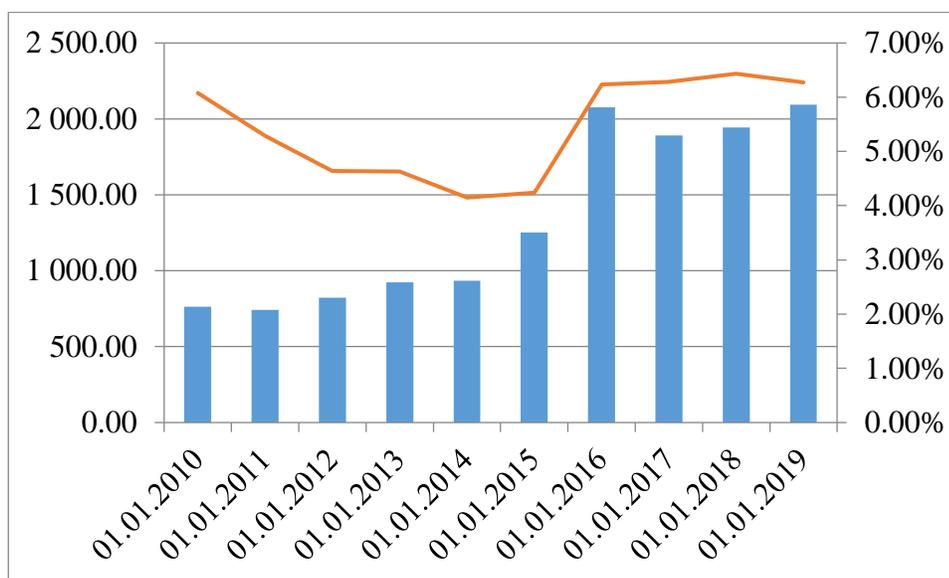


Рисунок 4. Динамика объемов просроченной задолженности и её доля в объемах корпоративного кредитования

Подытожив вышеприведенные оценки, можно прийти к выводу, что корпоративное кредитование в России в настоящее время имеет ряд проблем, связанных как с внешнеэкономическими факторами, так и с внутренними. Данные проблемы требуют решения как со стороны государства, так и со стороны коммерческих банков в части пересмотра проводимых кредитных политик.

Библиографический список

1. Бабурина Н.А. Эффективность кредитно-инвестиционной деятельности коммерческого банка. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Уральский государственный экономический университет. Тюмень, 2007
2. Бабурина Н.А., Дмитриева А.А. Банковское финансирование инновационного развития циркумполярных регионов России: особенности и вызовы // Мир экономики и управления. 2017. Т. 17. № 1. С. 100-113.
3. Обзоры банковского сектора Российской Федерации с 2010 по 2019 гг. // Центральный Банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cbr.ru/analytics/bnksyst/>
4. Погодаева Т.В., Бабурина Н.А., Друзь Е.П., Шереметьева М.П. Роль банковского сектора в социально-экономическом развитии стран // Финансы и кредит. 2016. № 10 (682). С. 2-13.
5. Процентные ставки по кредитам и депозитам и структура кредитов и депозитов по срочности // Центральный Банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/pdco/int_rat/
6. «Эксперт РА»: по итогам 2019 года на рынке останется менее 400 банков // Рейтинговое агентство "Эксперт РА" - рейтинги, исследования, обзоры, конференции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://raexpert.ru/releases/2019/jan31a>

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338.24

Батьковский А.М, Клочков В.В. Прогнозирование себестоимости наукоёмкой продукции в условиях диверсификации производства на инновационно-активных предприятиях

Forecasting the cost of high-tech products in terms of diversification of production at innovative and active enterprises

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук,
член-корреспондент

Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация

Клочков Владислав Валерьевич

доктор экономических наук,
член-корреспондент

Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация

Aleksandr M. Batkovskiy
Doctor of Economic Sciences,
Corresponding member

of the Academy of military Sciences,
Moscow, Russian Federation

Vladislav V. Klochkov

doctor of economic Sciences,
Corresponding member

of the Academy of military Sciences,
Moscow, Russian Federation

***Аннотация.** Исследование посвящено анализу проблемы повышения эффективности диверсификации производства на инновационно-активных предприятиях оборонно-промышленного комплекса. В статье показано, что одним из направлений решения данной проблемы является оптимизация ценообразования на создаваемую продукцию. Рассмотрены два основных варианта кооперации инновационно-активных предприятий в ходе диверсификации военного производства. Разработан экономико-математический инструментальный прогнозирования себестоимости наукоёмкой продукции, создаваемой на инновационно-активных предприятиях при разных вариантах их кооперации в условиях диверсификации производства. Реализация разработанного инструментария на практике позволит повысить эффективность диверсификации производства.*

***Ключевые слова:** предприятие, отрасль, оборонно-промышленный комплекс, диверсификация, себестоимость, продукция.*

***Abstract.** The study is devoted to the analysis of the problem of increasing the efficiency of diversification of production in the innovation-active enterprises of the military-industrial complex. The article shows that one of the ways to solve this problem is to optimize the pricing of the products. Two main variants of cooperation of innovation-active enterprises in the course of diversification of military production are considered. Economic and mathematical tools for forecasting the cost of high-tech products created at innovative enterprises with different variants of their cooperation in terms of diversification of production are developed. Implementation of the developed tools in practice will improve the efficiency of diversification of production.*

***Keywords:** enterprise, industry, military-industrial complex, diversification, cost, products.*

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

В настоящее время перед предприятиями оборонно-промышленного комплекса (ОПК) поставлена масштабная и очень значимая по планируемым результатам задача диверсификации производства. Рост производства продукции гражданского назначения – это важнейшая цель диверсификации, под которой в экономической теории понимается расширение номенклатуры создаваемой продукции, освоение новых ее видов, а также переориентация рынков сбыта для повышения эффективности производства и получения экономической выгоды [1].

Необходимо учитывать, что в настоящее время предприятия ОПК производят примерно 70% всей российской наукоемкой продукции [2]. Увеличение объема производства значительного числа образцов гражданской наукоемкой продукции на многих предприятиях ОПК в средне- и долгосрочной перспективе требует расширения производственных мощностей и технического перевооружения предприятий [3]. Некоторые, необходимые для решения проблемы диверсификации технологии и виды оборудования, в России отсутствуют, что в условиях антироссийских санкций требует их создания. Эту задачу можно решить в основном на предприятиях ОПК, т.к. уровень их инновационной активности наивысший среди промышленных предприятий, в 2017 г. он достиг 37%. Для сравнения, на предприятиях других отраслей промышленности указанный уровень почти на порядок меньше, т.к. в России только 9,7% предприятий осуществляют инновационную деятельность [4]. Данный показатель определяет комплексную характеристику инновационной деятельности предприятий, характеризующую степень интенсивности осуществляемых ими действий и способность мобилизовать свои инновационные потенциалы.

При реализации программ и планов диверсификации инновационно-активных предприятий оборонно-промышленного комплекса очень важно, чтобы организация удовлетворения потребностей рынка в современной наукоемкой гражданской продукции не привела к стагнации развития военных технологий и уменьшению конкурентоспособности создаваемой продукции военного назначения [5]. Кроме того,

необходимо, чтобы диверсификация военного производства на предприятиях ОПК не снизила показатели эффективности их деятельности [6].

Учитывая отмеченные обстоятельства, важнейшими проблемами, влияющими на диверсификацию производства наукоемкой продукции на инновационно-активных предприятиях, являются:

- необходимость привлечения значительных средств на модернизацию предприятий с целью разработки и организации производства новой инновационной продукции;
- нейтрализация опасности снижения финансовой устойчивости предприятий, участвующих в диверсификации, ввиду рисковости инновационной деятельности и затратности диверсификационных мероприятий [7].

Поэтому проведение диверсификации требует тщательного обоснования всех ее мероприятий, а также реализации различных мероприятий, обеспечивающих повышения эффективности производства на диверсифицируемых предприятиях. Одним из таких мероприятий является совершенствование ценообразования на создаваемую или планируемую к созданию продукцию (в том числе, прогнозирование ее себестоимости) [8].

Себестоимость создания наукоемкой продукции на инновационно-активных предприятиях в значительной степени зависит от способа их кооперации в производственном процессе. К сожалению, данный фактор до настоящего времени недостаточно учитывается в работах разных специалистов, занимающихся вопросами ценообразования наукоемкой продукции [9; 10]. В различных научно-методических документах по рассматриваемой тематике, данная задача не получила своего решения. Отмеченные обстоятельства определяют ее большую научно-практическую значимость и актуальность. Сложность данной задачи требует широко использовать при ее решении методы не только экономического анализа, но и экономико-математические методы, а также модели, созданные на основе балансовых соотношений [11].

Развитие инструментария прогнозирования себестоимости разработки и производства наукоемкой продукции при различных вариантах кооперации инновационно-активных предприятий

1. Вариант реализации полного цикла создания нескольких типов наукоемких изделий на одном инновационно-активном предприятии

Допустим, что создаваемые продукты (изделия) включают одинаковые компоненты. Себестоимость выпуска изделий определенного типа можно представить в следующем виде:

$$T(I) = CZ + V(I), \quad (1)$$

где V - объем производства изделий; CZ , VZ - соответственно, постоянные и переменные затраты.

Постоянные и переменные затраты на создание изделия складывается из соответствующих затрат на производство компонентов, используемых при производстве финального изделия [12]. Для этих компонентов постоянные затраты можно разделить на специфические затраты для данного типа изделия и общие для данной компоненты:

$$CZ = CZ^{SP} + CZ^{OB} \quad (2)$$

Тогда общие и специфические постоянные затраты могут быть представлены следующим образом:

$$CZ^{OB} = x \cdot CZ^{TP}, \quad (3)$$

$$CZ^{CP} = (1 - x) \cdot CZ^{TP}, \quad (4)$$

где CZ^{TP} – постоянные затраты на производство определенного типа изделия; x – доля постоянных затрат, которая является общей для различных типов изделий.

Предположим, что в отрасли изначально работало N наукоемких предприятий с полным циклом производства. Обозначим m – среднее число типов финальных изделий, выпускаемых на каждом предприятии, то есть, модельный ряд в отрасли насчитывал $N \times m$ наименований. Тогда постоянные затраты в отрасли можно выразить следующим образом:

$$\begin{aligned} CZ &= N \cdot CZ^{OB} + N \cdot m \cdot CZ^{OB} = N \cdot x \cdot CZ^{TP} + N \cdot m \cdot CZ^{TP} = \\ &= [x + (1 - x) \cdot m] \cdot N \cdot CZ^{TP}, \end{aligned} \quad (5)$$

где N – число наукоемких предприятий с полным циклом производства; m – среднее число типов финальных изделий; $N \times m$ – наименования модельного ряда в отрасли.

Переменные затраты включают в себя материальные затраты и затраты на оплату труда [13]. На инновационно-активных предприятиях удельные переменные затраты значительно уменьшаются при увеличении накопленного выпуска продукции, т.к. в этом случае также накапливается и опыт ее производства. Этот эффект называется эффектом обучения [14]. Удельные трудозатраты можно представить следующим образом:

$$U^{TP}(v) = u_1^{TP} (1 - a)^{\log_2 v}, \quad (6)$$

где u_1^{TP} – удельные трудозатраты при создании первого изделия, v – объем произведенных изделий рассматриваемого типа, $U^{TP}(v)$ – удельные трудозатраты при создании следующего v -го изделия; a – темп обучения.

Следовательно, трудовые затраты на выпуск финальных изделий определенного типа на одном предприятии при полном цикле производства выражаются следующим образом:

$$\begin{aligned} U^{TP}(V) &= u_1^{TP} \cdot \sum_{v=1}^V (1 - a)^{\log_2 v} = u_1^{TP} \cdot \sum_{v=1}^V v^{\log_2(1-a)} \approx u_1^{TP} \cdot \int_0^V v^{\log_2(1-a)} \approx \\ &\approx U_1^{TP} \cdot \frac{V^{1+\log_2(1-a)}}{1 + \log_2(1-a)} \end{aligned} \quad (7)$$

Материальные затраты можно определить с использованием формулы (8):

$$U^{MT}(V) = u^{MT} \cdot V, \quad (8)$$

где u^{MT} – удельные материальные затраты на выпуск одного изделия определенного типа; V – совокупный выпуск изделия данного типа за весь жизненный цикл изделия.

Тогда общие затраты всех инновационно-активных предприятий отрасли на производство финальных изделий всех типов при полном цикле производства на каждом предприятии можно определить, используя следующую формулу:

$$\begin{aligned} TZ = CZ + VZ &= N \cdot CZ^{OB} + N \cdot m \cdot CZ^{SP} = N \cdot x \cdot U^{MT} = \\ &= [x + (1 - x) \cdot m] \cdot N \cdot CZ^{TP} + N \cdot m \cdot u_1^{TP} \cdot \frac{V^{1+\log_2(1-a)}}{1 + \log_2(1-a)} + N \cdot m \cdot u^{MT} \cdot V \end{aligned} \quad (9)$$

2. Вариант создания наукоемкой продукции в рамках сетевой структуры отрасли при жестком закреплении кооперационных связей между ее инновационно-активными предприятиями

По аналогии с формулой (5) суммарные постоянные затраты в отрасли при жестком закреплении кооперационных связей между инновационно-активными предприятиями следует определять, используя следующую зависимость:

$$\begin{aligned} CZ &= N' \cdot CZ^{OB} + m' \cdot CZ^{SP} = N' \cdot x \cdot CZ^{TP} + \\ &+ m' \cdot (1 - x) \cdot CZ^{TP} = [N' \cdot x + (1 - x) \cdot m'] \cdot CZ^{TP} \end{aligned} \quad (10)$$

где N' – число конкурирующих предприятий в отрасли; m' – число типов финальных изделий.

Специфические постоянные затраты повторяются в отрасли лишь m' раз. После реструктуризации модельный ряд в отрасли изменился с $N \times m$ до m' типов финальных изделий, каждое из которых выпускается, в среднем, в объеме V' :

$$V' = \frac{V \cdot N \cdot m}{m'} \quad (11)$$

Предположим, что во время α удельные материальные затраты возрастают относительно обычного уровня u^{MT} на β . В этом случае α – это показатель, характеризующий вероятность высоких затрат, а $(1 - \alpha)$ – определяет вероятность получения низких затрат. При жестком закреплении контрактных отношений предприятий с поставщиками компонентов среднее значение удельных материальных затрат можно определить, используя следующую зависимость:

$$\begin{aligned} \overline{u^{MT_{PASS}}} &= (1 - \alpha) \cdot u^{MT} + \alpha \cdot (1 + \beta) \cdot u^{MT} = \\ &= u^{MT} \cdot (1 - \alpha + \alpha + \alpha \cdot \beta) = u^{MT} \cdot (1 + \alpha \cdot \beta) \end{aligned} \quad (12)$$

В этом случае материальные затраты, связанные с производством одного типа финальных изделий, можно представить в следующем виде:

$$U_{TP}^{MT_{PASS}}(V') = \overline{u^{MT_{PASS}}} \cdot V', \quad (13)$$

где V – объем производства финальных изделий данного типа.

Тогда материальные затраты в отрасли за весь жизненный цикл данного поколения изделий можно определить следующим образом:

$$\begin{aligned} U^{MT_{PASS}} &= U_{TP}^{MT_{PASS}}(V') \cdot m' = \overline{u^{MT_{PASS}}} \cdot \left[V \cdot \frac{N \cdot m}{m'} \right] \cdot m' = \\ &= u^{MT} \cdot (1 + \alpha + \beta) \cdot V \cdot N \cdot m \end{aligned} \quad (14)$$

В данной модели учитывается, что удельные трудовые затраты уменьшаются, ввиду эффекта обучения, но после реструктуризации общий объем производства каждого вида финальных изделий составит V . В этом случае трудовые затраты на производство одного типа финальных изделий можно определить, используя следующую зависимость:

$$\begin{aligned} U_R^{TP}(V') &= u_1^{TP} \cdot \sum_{v=1}^{V'} (1-a)^{\log_2 v} \approx u_1^{TP} \cdot \frac{V'^{1+\log_2(1-a)}}{1+\log_2(1-a)} = \\ &= u_1^{TP} \cdot \frac{(V \cdot N \cdot \frac{m}{m'})^{1+\log_2(1-a)}}{1+\log_2(1-a)} \end{aligned} \quad (15)$$

Тогда трудовые затраты в отрасли за весь жизненный цикл данного поколения изделий можно представить в следующем виде:

$$\begin{aligned} U^{TP_{PASS}} &= U_R^{TP}(V') \cdot m' = u_1^{TP} \cdot \frac{m' \cdot (V \cdot N \cdot \frac{m}{m'})^{1+\log_2(1-a)}}{1+\log_2(1-a)} = \\ &= u_1^{TP} \cdot \frac{(V \cdot N \cdot m)^{1+\log_2(1-a)}}{(1+\log_2(1-a)) \cdot m'^{\log_2(1-a)}} \end{aligned} \quad (16)$$

Суммарные затраты в отрасли за весь жизненный цикл данного поколения изделий представляют собой следующую сумму:

$$\begin{aligned} TZ &= CZ + VZ = CZ + U^{MT_{PASS}} + U^{TP_{PASS}} = [N' \cdot x + (1-x) \cdot m'] \cdot CZ^{TP} + \\ &+ u^{MT} \cdot \frac{(V \cdot N \cdot m)^{1+\log_2(1-a)}}{(1+\log_2(1-a)) \cdot m'^{\log_2(1-a)}} \end{aligned} \quad (17)$$

Заключение

Переход производства к сетевым организационным структурам отраслей ОПК позволяет сократить себестоимость разработки и производства наукоемкой продукции военного и гражданского назначения [15]. Следует учитывать, что указанный выигрыш нивелируется высокими контрактными рисками, которые возникают при выделении независимых поставщиков компонентов и производственных услуг. Кроме того,

для отраслей ОПК присущ эффект обучения, который способствует более жесткой интеграции инновационно-активных предприятий, в том числе в сетевых организационных структурах. Смена поставщиков может стать невыгодной, начиная с определенного момента времени. Его наступление зависит от темпа обучения в производстве, колебания цен, конъюнктуры рынка компонент и других факторов.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, в рамках научного проекта № 18-00-00012 (18-00-00008) КОМФИ.

Библиографический список

1. Журенков Д. Развитие ОПК: Задачи диверсификации в 2019 году. <http://www.rosinform.ru/top/749652> (дата обращения: 26.04.2019.)
2. Ремизов М.В. Диверсификация ОПК: миссия выполнима // Стимул. – Режим доступа: https://stimul.online/articles/analytics/diversifikatsiya-opk-missiya-vypolnima-/?sphrase_id=3449 (дата обращения: 12.04.2019.)
3. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Инновационная модернизация оборонно-промышленного комплекса России. – М.: онтоПринт. – 2014. – 175 с.
4. Бобырев Д.Б., Косоруков А.П. Анализ инновационной активности отечественных предприятий как фактора повышения конкурентоспособности национальной экономики // Экономические науки. – 2017. – С. 125-129.
5. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Хрусталеv Е.Ю. Оптимизация управления развитием оборонно-промышленного комплекса в современных условиях // Электронная промышленность. – 2014. – №3. – С. 48-58.
6. 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.
7. Самофалова О. ВПК важно не повторить ошибки «конверсии по-советски» // Взгляд. 31 октября 2017. – Режим доступа: <https://vz.ru/ecomony/2017/10/31/892112.html> (дата обращения: 12.04.2019.)
8. Батьковский А.М., Мерзлякова А.П. Оценка инновационных стратегий предприятия // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 7. – С. 10-17
9. Попова Т.Д., Шмельцер Л.А., Черная А.А. Внутренний контроль и аудит издержек. Серия «Высшее образование». Ростов-на-Дону: «Феникс». – 2005. – 224 с.
10. Иванова Р.Е., Солдатова Л.И. Экономико-математическое моделирование себестоимости продукции // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – №20. – С. 140-146
11. 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.
12. Умнов М.Г. Модель работы организаций поставщиков с государственным заказом с перспективы требований. Рисков и мер по их регулированию // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 1. – С. 141-158.
13. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Мерзлякова А.П. Прогнозирование инновационного развития предприятий радиопромышленности // Радиопромышленность. – 2011. – № 3. – С. 32-42.
14. Wright, T.P., Factors Affecting the Cost of Airplanes, Journal of Aeronautical Sciences, 1936, 3(4), P. 122-128.
15. Туркин М.В. Использование аналитических моделей для формирования вариантов схем производственной кооперации в рамках группы предприятий // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 12. – С. 3967-3980.

УДК 338.24

Батьковский А.М., Фомина А.В. Эффективность внедрения результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на предприятиях инновационно-активных отраслей
Efficiency of implementation of the results of research and development work at the enterprises of innovation-active industries

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук,
член-корреспондент Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация

Фомина Алена Владимировна

доктор экономических наук,
член-корреспондент Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация
Batkovsky Alexander Mikhailovich
Doctor of Economic Sciences,
corresponding member of the Academy of military Sciences
Moscow, Russian Federation
Fomina Alena Vladimirovna
Doctor of Economic Sciences,
corresponding member of the Academy of military Sciences
Moscow, Russian Federation

***Аннотация.** В статье рассмотрена проблема оптимизации деятельности предприятий инновационно-активных отраслей, осуществляющих научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Для ее решения разработан инструментарий оценки эффективности внедрения результатов данных работ в производственную деятельность предприятий. Применение указанного инструментария на практике позволит повысить эффективность деятельности предприятий инновационно-активных отраслей.*

***Ключевые слова:** эффективность, предприятия, инновационно-активные отрасли, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.*

***Abstract.** The article deals with the problem of optimizing the activities of enterprises of innovation-active industries engaged in research and development work. To solve it, a tool for evaluating the effectiveness of the implementation of the results of these works in the production activities of enterprises has been developed. The use of these tools in practice will improve the efficiency of enterprises of innovation-active industries.*

***Keywords:** efficiency, enterprises, innovation and active industries, research and development.*

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

Закономерности развития предприятий инновационно-активных отраслей являются достаточно сложными. Проводить их содержательный анализ на основе использования эвристических методов исследования очень сложно [1]. Также ограничены возможности применения при этом и статистических методов, которые предполагают наличие значительной аналитической базы для исследования рассматриваемых закономерностей. Данные обстоятельства требуют при исследовании деятельности предприятий инновационно-активных отраслей промышленности применять экономическо-математические модели [2]. Они являются гомоморфными отображениями деятельности предприятий, в том числе научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), в виде уравнений, которые объединяют группы отношений показателей в отношении элементов моделей. Экономико-математические модели формализуют деятельность предприятий инновационно-активных отраслей и отражают наиболее существенные факторы, которые определяют долгосрочные закономерности развития предприятий [3; 4].

При разработке экономико-математических моделей оценки эффективности внедрения результатов НИОКР на инновационно-активных предприятиях очень важно, чтобы они базировались не только на результатах исследования текущего состояния предприятий, но и на его экстраполяции и прогнозировании. Ключевую роль при этом играет выбор исходных данных и алгоритмов расчета требуемых показателей [5].

Экономико-математический инструментарий оценки эффективности внедрения результатов НИОКР в инновационно-активных отраслях промышленности

В целом, отраслевая экономическая эффективность внедрения результатов НИОКР в промышленное производство инновационно-активных отраслей характеризуется отношением отраслевого экономического результата к отраслевым затратам, обусловившим его получение в процессе осуществления соответствующего технологического цикла «исследование-разработка-внедрение результатов НИОКР в производство». Отраслевыми экономическими результатами являются: рост производства продукции; повышение производительности труда; увеличение прибыли; повышение конкурентоспособности продукции на отечественном и зарубежном рынках и др. [6; 7].

Для упрощения модели в качестве основного результата примем показатель «рост отраслевого производства промышленной продукции», т.к. конечной целью любых НИОКР является внедрение в производство новых или усовершенствованных продуктов и технологий. Решение рассматриваемой задачи необходимо начать, с нашей точки зрения, с определения отраслевого суммарного объема инновационной продукции (ИП), внедренной в производство по результатам выполненных НИОКР, соответствующего технологического цикла (ТЦ) и суммарные затраты на его осуществление. Так как некоторые этапы технологического цикла (и весь цикл в целом) выполняются в течение нескольких лет, то в целях обеспечения сопоставимости и правомерности суммирования соответствующих годовых объемов инновационной продукции или затрат, их стоимостная оценка производится в сопоставимых ценах (действующих ценах определенного года) [8].

Рассматриваемое определение экономической эффективности должно производиться по полным технологическим циклам, включающим 3 основных этапа: исследование (НИР), разработку (ОКР) и внедрение результатов НИОКР (инновационной продукции) в производство (ОИП). При этом этапы «исследование» и «разработка» включают соответствующие суммарные затраты на их осуществление $\Sigma Z_{НИР-тц}$ и $\Sigma Z_{ОКР-тц}$. Этап ОИП включает в себя суммарные затраты на его осуществление ($\Sigma Z_{ОИП-тц}$) и полученный в результате этого суммарный объем внедренной инновационной продукции ($\Sigma ИП$). Затраты на внедрение результатов НИОКР в производство ($Z_{ОИП-тц}$) включают следующие виды затрат на организацию и освоение производства инновационной продукции по результатам законченных НИОКР: затраты на технологическую подготовку производства; техническое перевооружение действующих мощностей; освоение выпуска инновационной продукции; ее рыночное внедрение и т.д. [9: 10].

Примем следующую среднюю отраслевую продолжительность отдельных этапов типового технологического цикла в инновационно-активных отраслях: НИР - 2 года; ОКР - 2 года; ОИП - 2 года. С учетом неравномерного фактического распределения годовых затрат на осуществление отдельных этапов и результатов технологического цикла, примем следующие ориентировочные отраслевые уровни (коэффициенты «К», в %) их осуществления в первый (K_1) и второй (K_2) годы:

а) по затратам на проведение НИР или ОКР. Во втором году они увеличиваются по сравнению с первым годом, что объясняется необходимостью завершения начатых НИР или ОКР, то есть $K_2 > K_1$. В сумме K_1 и K_2 по всем НИР или ОКР, выполнявшимся в определенном году по всем технологическим циклам, составляют 100%: $K_1 + K_2 = 100\%$. При этом соотношение величин K_1 и K_2 в рассматриваемом периоде периодически меняется;

б) по затратам на ОИП. В первый год они составляли обычно 70% ($K_1=70\%$), а во второй год - 30% ($K_2=30\%$) общих $Z_{ОИП}$, осуществлявшихся отраслевых технологических циклов, что объясняется соответствующей спецификой годовых затрат на организацию и освоение производства инновационной продукции;

в) по объемам инновационной продукции, внедренной по результатам завершенных НИОКР технологического цикла. С учетом годовых уровней освоения производственных мощностей по выпуску инновационной продукции, объем данной продукции в первый год освоения равен 30% ($K_1=30\%$), а во второй год - 70% ($K_2=70\%$) годовых объемов освоения инновационной продукции.

Таким образом, отраслевая экономическая эффективность внедрения результатов НИОКР в производство ($\mathcal{E}_{тц}$) характеризует отношение суммарного отраслевого объема внедренной инновационной продукции ($\Sigma ИП_{тц}$) к суммарным отраслевым затратам на осуществление соответствующего полного технологического цикла «исследование-разработка-внедрение результатов НИОКР в производство» ($\Sigma Z_{тц}$):

$$\mathcal{E}_{тц} = \frac{\Sigma ИП_{тц}}{\Sigma Z_{тц}}, \text{ руб.} \quad (1)$$

Применительно к рассматриваемому периоду с двухгодичной продолжительностью отдельных этапов технологического цикла формула (1) примет вид:

$$\mathcal{E}_{\text{тц}} = \frac{\sum_1^2 \text{ИП}_{\text{тц}}}{\sum_1^6 \mathcal{Z}_{\text{тц}}}, \text{ руб.} \quad (2)$$

При этом:

$$\sum_1^6 \mathcal{Z}_{\text{тц}} = \sum_1^2 \text{НИР} + \sum_1^2 \text{ОКР} + \sum_1^2 \text{ОИП}, \text{ млн. руб.} \quad (3)$$

Численное значение показателя $\mathcal{E}_{\text{тц}}$ определяет суммарный объем инновационной продукции, внедренной в производство по результатам завершенных НИОКР рассматриваемого полного технологического цикла, приходящийся на 1 рубль суммарных затрат на осуществление этого цикла. Показатель $\mathcal{E}_{\text{тц}}$ является отраслевым удельным показателем экономической эффективности внедрения в производство инновационной продукции, разработанной по выполненным НИОКР данного технологического цикла.

Алгоритм определения отраслевых фактических показателей $\mathcal{E}_{\text{тц}}$ применительно к полным технологическим циклам, осуществлявшимся на инновационно-активных предприятиях, следующий.

На первом этапе проводится сбор, систематизация, уточнение и обобщение массива необходимой исходной отраслевой информации [11]. С учетом значимости показателя $\mathcal{E}_{\text{тц}}$, речь идет о соответствующей информации по основным отраслевым экономическим характеристикам фактического научно-производственного развития инновационно-активных предприятий, с выделением количественных и качественных характеристик этого развития.

На втором этапе разрабатываются системы общих и дифференцированных дескриптивных экономико-математических с моделях действующего механизма формирования показателя $\mathcal{E}_{\text{тц}}$. В дальнейшем проводится расчет фактических показателей $\mathcal{E}_{\text{тц}}$ полных технологических циклов, осуществляющихся на инновационно-активных предприятиях. При этом показатели отраслевой экономической эффективности внедрения результатов НИОКР в производство определяются по всем предприятиям отрасли в целом [12].

В заключении проводится сопоставительный анализ полученных фактических показателей $\mathcal{E}_{\text{тц}}$ с выработкой соответствующих рекомендаций и предложений.

Разработка общих и дифференцированных дескриптивных моделей оценки эффективности внедрения результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на предприятиях инновационно-активных отраслей с учетом полных технологических циклов «исследование-разработка-внедрение результатов НИОКР в производство» ($\mathcal{E}_{\text{тц}}$) должна проводиться на основе принципиальной схемы,

которой присущи следующие характеристики:

1. В каждый технологический цикл входит соответствующая временная группа НИОКР с одинаковыми сроками своего начала и окончания [13].

2. Результатом выполнения технологического цикла является освоение производства инновационной продукции по завершенным НИОКР. При этом, с учетом годовых уровней освоения производственных мощностей по выпуску инновационной продукции, $ИП_1=30\%$ и $ИП_2=70\%$ годовых объемов инновационной продукции в первый и второй годы освоения производства инновационной продукции, соответственно.

3. В целях обеспечения сопоставимости разновременных затрат и результатов в процессе выполнения технологического цикла, а также достоверности оценки соответствующих тенденций их изменения, все их стоимостные годовые показатели различных лет указываются в сопоставимых ценах (в действующих ценах определенного года) с учетом временного лага (точнее – годовых дефляторов цен на инновационную продукцию и НИОКР) [14].

С учетом приведенных выше формул (1), (2), (3) показатель $\mathcal{E}_{ТЦ}$ равен:

$$\mathcal{E}_{ТЦ} = \frac{\sum P_{ТЦ}}{\sum Z_{ТЦ}}, \text{ руб.} \tag{4}$$

где: $\sum P_{ТЦ}$ - общий экономический результат выполненного технологического цикла, т.е. общий объем освоенного выпуска инновационной продукции, разработанной по завершенным НИОКР, млн. руб.

Тогда:

$$\sum P_{ТЦ} = \sum ИП_{ТЦ}, \text{ млн. руб.}, \tag{5}$$

где: $\sum Z_{ТЦ}$ - общие затраты на выполнение технологического цикла.

$$\sum Z_{ТЦ} = \sum Z_{НИОКР} + \sum Z_{ОИП}, \text{ млн. руб.}, \tag{6}$$

где: $\sum Z_{НИОКР}$ - общие затраты на НИОКР технологического цикла.

$$\sum Z_{НИОКР} = \sum Z_{НИР} + \sum Z_{ОКР}, \text{ млн. руб.}, \tag{7}$$

где: $\sum Z_{НИР}$ и $\sum Z_{ОКР}$ - общие затраты на НИР и ОКР технологического цикла, соответственно; $\sum Z_{ОИП}$ - общие затраты на организацию и освоение производства инновационной продукции по результатам законченных НИОКР технологического цикла, млн. руб.

Базовая формула (4) с учетом конкретизирующих ее формул (5), (6), (7) примет следующий развернутый вид:

$$\mathcal{E}_{ТЦ} = \frac{\sum ИП_{ТЦ}}{(\sum Z_{НИР} + \sum Z_{ОКР} + \sum Z_{ОИП})_{ТЦ}}, \tag{8}$$

где: $Z_{ОИП}$ - затраты на организацию и освоение производства инновационной продукции по результатам законченных НИОКР.

На основе соответствующего анализа для показателей первого и второго годов осуществления конкретных этапов технологического цикла вводятся годовые ориентировочные уровни их осуществления (коэффициенты K_1 и K_2 , соответственно). Величины этих коэффициентов определяются обычно в процентах и имеют различные значения для отдельных этапов технологического цикла и годов их осуществления. При этом по каждому году осуществления определенного этапа его сумма по всем выполняемым в рассматриваемом году технологическим циклам должна быть равна 100% (т.е. предусматривается полное осуществление данного этапа различных технологических циклов в исследуемом году) [15]:

$$K_1 + K_2 = 100\% \quad (9)$$

Для всех четырех представленных технологических циклов следует:

$$\sum_1^2 ИП_{ТЦ} = K_1 \cdot ИП_1 + K_2 \cdot ИП_2, \text{ млн. руб.} \quad (10)$$

С учетом этого, формула (5) примет следующий вид:

$$\sum_1^2 P_{ТЦ} = K_1 \cdot ИП_1 + K_2 \cdot ИП_2, \text{ млн. руб.} \quad (11)$$

Показатели общих затрат по этапам технологического цикла:

$$\sum_1^2 З_{НИР} = K_1 \cdot НИР_1 + K_2 \cdot НИР_2, \text{ млн. руб.} \quad (12)$$

$$\sum_1^2 З_{ОКР} = K_1 \cdot ОКР_1 + K_2 \cdot ОКР_2, \text{ млн. руб.} \quad (13)$$

$$\sum_1^2 З_{ОИП} = K_1 \cdot З_{ОИП-1} + K_2 \cdot З_{ОИП-2}, \text{ млн. руб.} \quad (14)$$

С учетом формул (12), (13), (14) и (7) формула (6) примет следующий вид:

$$\sum_1^2 З_{ТЦ} = K_1 \cdot НИР_1 + K_2 \cdot НИР_2 + K_1 \cdot ОКР_1 + K_2 \cdot ОКР_2 + K_1 \cdot З_{ОИП-1} + K_2 \cdot З_{ОИП-2}, \text{ млн.руб.} \quad (15)$$

С учетом формул (10) и (15) формула (8) примет следующий вид:

$$\mathcal{E}_{ТЦ} = \frac{\sum_1^2 P_{ТЦ}}{\sum_1^2 З_{ТЦ}} = \frac{K_1 \cdot ИП_1 + K_2 \cdot ИП_2}{K_1 \cdot НИР_1 + K_2 \cdot НИР_2 + K_1 \cdot ОКР_1 + K_2 \cdot ОКР_2 + K_1 \cdot З_{ОИП-1} + K_2 \cdot З_{ОИП-2}} \quad (16)$$

Далее введем следующие обозначения для годов применительно к различной длительности осуществления полного технологического цикла:

t – год окончания технологического цикла (год завершения освоения производства инновационной продукции, разработанной по законченным НИОКР технологического цикла);

$(t - 4)$ - год начала технологического цикла с длительностью 5 лет;

$(t - 5)$ – год начала технологического цикла с длительностью 6 лет;

$(t - 6)$ – год начала технологического цикла с длительностью 7 лет и т.д.

В рассматриваемом случае длительность полного технологического цикла равна 6 годам. Последовательное обозначение годов осуществления этого цикла следующее: первый год ($t - 5$), второй год ($t - 4$), шестой год (год окончания цикла): (t).

С учетом принятых обозначений годов осуществления технологического цикла следует:

$$K_1 \cdot ИП_1 = (K_1 \cdot ИП)_{(t-1)}, \text{ млн. руб.} \quad (17)$$

$$K_2 \cdot ИП_2 = (K_2 \cdot ИП)_{(t)}, \text{ млн. руб.} \quad (18)$$

С учетом формул (17), (18) формула (11) примет вид:

$$\sum_1^2 P_{ТЦ} = \sum_{t-1}^t P_{ТЦ} = P_{ТЦ(t-1)} + P_{ТЦ(t)} = (K_1 \cdot ИП)_{(t-1)} + (K_2 \cdot ИП)_{(t)}, \text{ млн. руб.} \quad (19)$$

Показатели затрат этапов технологического цикла по годам их осуществления можно представить в виде:

$$K_1 \cdot НИР_1 = (K_1 \cdot НИР)_{(t-5)}, \text{ млн. руб.};$$

$$K_2 \cdot НИР_2 = (K_2 \cdot НИР)_{(t-4)}, \text{ млн. руб.};$$

$$K_1 \cdot ОКР_1 = (K_1 \cdot ОКР)_{(t-3)}, \text{ млн. руб.};$$

$$K_2 \cdot ОКР_2 = (K_2 \cdot ОКР)_{(t-2)}, \text{ млн. руб.};$$

$$K_1 \cdot ЗОИП_1 = (K_1 \cdot ЗОИП)_{(t-1)}, \text{ млн. руб.};$$

$$K_2 \cdot ЗОИП_2 = (K_2 \cdot ЗОИП)_{(t)}, \text{ млн. руб.}$$

С учетом формализованных показателей затрат этапов технологического цикла формула (15) примет

вид:

$$\sum_1^2 З_{ТЦ} = \sum_{t-5}^t З_{ТЦ} = (K_1 \cdot НИР)_{(t-5)} + (K_2 \cdot НИР)_{(t-4)} + (K_1 \cdot ОКР)_{(t-3)} + (K_2 \cdot ОКР)_{(t-2)} + (K_1 \cdot ЗОИП)_{(t-1)} + (K_2 \cdot ЗОИП)_{(t)}, \text{ млн. руб.} \quad (20)$$

С учетом формул (19) и (20) формула (16) примет вид:

$$\mathcal{E}_{ТЦ} = \frac{\sum_1^2 P_{ТЦ}}{\sum_1^2 З_{ТЦ}} = \frac{\sum_{t-1}^t P_{ТЦ}}{\sum_{t-5}^t З_{ТЦ}} = \quad (21)$$

$$= \frac{(K_1 \cdot ИП)_{(t-1)} + (K_2 \cdot ИП)_{(t)}}{(K_1 \cdot НИР)_{(t-5)} + (K_2 \cdot НИР)_{(t-4)} + (K_1 \cdot ОКР)_{(t-3)} + (K_2 \cdot ОКР)_{(t-2)} + (K_1 \cdot ЗОИП)_{(t-1)} + (K_2 \cdot ЗОИП)_{(t)}}$$

Формула (21) является комплексной итоговой дифференцированной моделью, используемой для расчета фактических показателей $\mathcal{E}_{ТЦ}$ в исследуемый период. При этом следует учитывать объективное

обстоятельство, свойственное любой инновационной деятельности, а именно то, что внедрение результатов НИОКР в производство связано с риском не получить необходимый результат и потерпеть убытки [16]. Инновационный риск – это риск потерь, возникающих при вложении средств в разработку и производство инновационной продукции, которая, возможно, не найдет ожидаемого спроса на рынке. Степень инновационного риска зависит от различных факторов [17; 18; 19]:

- квалификационного уровня проработки технико-экономического обоснования необходимости проведения НИОКР;
- степени достижения в результате выполнения НИОКР уровней технических, технологических, эксплуатационных и экономических характеристик инновационной продукции, предусмотренных в Техническом задании на НИОКР;
- уменьшения (вплоть до полного отказа) ранее заявленных объемов поставок заказчикам разработанной по НИОКР инновационной продукции;
- профессионального уровня маркетинговой службы предприятия и активности его рыночной политики;
- негативных изменений конъюнктуры рынка разрабатываемой по НИОКР номенклатуры инновационной продукции;
- наличия на данном сегменте рынка инновационной продукции – аналогов импортного и отечественного производства предприятий-конкурентов и т.д.

Негативное действие названных причин (факторов) приводит в ряде случаев к ситуации, когда внедрение результатов выполненных НИОКР в производство становится экономически нецелесообразным. Поэтому эти результаты откладываются, а произведенные при выполнении НИОКР затраты результатов не дают [20; 21].

Остальные показатели формулы (21), то есть показатели освоения производства инновационной продукции ($Z_{ОИП}$; $ИП$), будут одинаковыми как для всех предприятий отрасли, так и для инновационно-активных предприятий в отрасли. Не изменяются также и показатели годовых уровней (коэффициентов « K_1 » и « K_2 ») и годов (« t », « $t-1$ » и т.д.) осуществления технологического цикла. Таким образом, формула (21) для инновационно-активных предприятий примет вид:

$$\begin{aligned} \mathcal{E}_{ТЦ} &= \frac{\sum_{t-1}^t P_{ТЦ}}{\sum_{t-5}^t Z_{ТЦ}} = [(K_1 \cdot ИП)_{(t-1)} + (K_2 \cdot ИП)_{(t)}]: \\ &: [(K_1 \cdot НИОКР \cdot D_{НИР})_{(t-5)} + (K_2 \cdot НИОКР \cdot D_{НИР})_{(t-4)} + (K_1 \cdot НИОКР \cdot D_{НИР})_{(t-3)} + \\ &+ (K_2 \cdot ОКР)_{(t-2)} + (K_1 \cdot Z_{ОИП})_{(t-1)} + (K_2 \cdot Z_{ОИП})_{(t)}] \end{aligned}$$

(22)

где: *НИОКР* – объем затрат на НИОКР, задействованных в производстве инновационной продукции в отрасли, млн. руб.; *ДНИР; ДОКР* – отраслевые доли объемов НИР или ОКР в общих объемах НИОКР отрасли, %.

Заключение

Показатель «отраслевая экономическая эффективность внедрения результатов НИОКР в производство» характеризует инновационную деятельность предприятий. Кроме того, он позволяет научно обосновать приоритетность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию научно-технического задела в инновационно-активных отраслях промышленности. Вследствие этого обеспечивается концентрация ресурсов на реализацию действительно потенциально значимых результатов научно-исследовательских и конструкторских работ. Следовательно, разработка, а в дальнейшем реализация инструментария оценки эффективности внедрения результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на предприятиях инновационно-активных отраслей будет способствовать повышению эффективности их инновационной деятельности с учетом полных технологических циклов «исследование-разработка-внедрение результатов НИОКР в производство».

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 18-00-00012 (№18-00-00008) КОМФИ.

Библиографический список

1. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Теоретические основы и инструментарий управления предприятиями оборонно-промышленного комплекса. - М.: Тезаурус. - 2015. - 128 с.
2. 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
3. Тюлин А.Е., Чурсин А.А. Основы управления инновационными процессами в наукоемких отраслях промышленности (практика). – М.: Экономика. - 2017. - 391 с.
4. Батьковский А.М., Мерзлякова А.П. Оценка инновационных стратегий предприятия // Вопросы инновационной экономики. - 2011. - № 7. - С. 10-17
5. Туккель И.Л., Голубев С.А., Сурина А.В., Цветкова Н.А. Методы и инструменты управления инновационным развитием промышленных предприятий / Под ред. И. Л. Туккеля. – СПб.: БХВ-Петербург. - 2013. - 208 с.
6. Самойлов А.В. Механизм управления инновационной деятельностью // Вопросы экономики и права. - 2012. - №3. - С. 177-181
7. Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. – М.: Юрайт. - 2011. - 711 с.
8. Барышева А., Балдин К., Передеряев И. Инновации. – М.: Дашков и Ко. - 2013. – 382 с.
9. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Инновационная модернизация оборонно-промышленного комплекса России. - М.: онтоПринт, 2014. - 175 с.

10. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Мерзлякова А.П. Прогнозирование инновационного развития предприятий радиопромышленности // Радиопромышленность. - 2011. - № 3. - С. 32-42
11. Павлова И.А., Павлов А.С. Техничко-экономический анализ при внедрении инновации на производственном предприятии // Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - № 40 (390). - С. 14-21
12. Balashova Karina V., Batkovskiy Aleksandr M., Kalachikhin Pavel A., Semenova Elena G., Yury F. Telnov, Fomina Alena V. Formalization and elaboration of a company's business strategy // Problems and Perspectives in Management. 2018. Volume 16. Issue #3, pp. 80-91
13. Балашова К.В. Модель инновационного развития промышленного предприятия // Центральный научный вестник. - 2018. - Том 3. - №10 (51). - С. 85-87
14. Алексеева М.Б., Ветренко П.П. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт. - 2016. - 303 с.
15. Хоменко В.В. Методические основы оценки технологической реализуемости программ создания высокотехнологичной продукции // Вопросы радиоэлектроники. - 2013. - Т. 1. - № 3. - С. 180-190
16. Леонтьев Н.Я., Иванов А.А., Иванова Н.Д. Оценка инновационного развития как составляющая оценки конкурентоспособности предприятия // Экономический анализ: теория и практика. - 2018. - Т. 17. - № 8 (479). - С. 1414-1427
17. 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
18. Nieto M. From R&D Management to Knowledge Management: An Overview of Studies of Innovation Management. Technological Forecasting and Social Change, 70 (2002), pp. 1-27
19. Lundvall B.-A., Johnson B., Andersen E. Sloth, Dalum B. National Systems Of Production, Innovation And Competence Building //Research Policy 31. - 2002. - P. 214
20. Трошин Д.В. Метод оценки результатов научно-исследовательских работ // Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - № 46. - С.50-59
21. Леонов А.В., Пронин А.Ю. Методология управления созданием высокотехнологичной продукции на этапах формирования научно-технического задела // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2018. - № 2. - С. 200-220

УДК 338.24

Батьковский А.М, Клочков В.В., Фомина А.В. Производство и экспорт продукции оборонно-промышленного комплекса в условиях его диверсификации

Optimization of production management at the enterprises of the military-industrial complex in terms of its diversification

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук, советник генерального директора, Центральный научно исследовательский институт экономики, систем управления и информации «Электроника», г. Москва, Российская Федерация

Клочков Владислав Валерьевич

доктор экономических наук, директор департамента, ФГБУ НИЦ «Институт имени Н.Е. Жуковского», г. Москва

Фомина Алена Владимировна

доктор экономических наук, генеральный директор, Центральный научно исследовательский институт экономики, систем управления и информации «Электроника», г. Москва, Российская Федерация

Aleksandr M. Batkovskiy

Doctor of Economic Sciences, Advisor to General Director, Joint Stock Company "Central Research Institute of Economy, Management and Information Systems "Electronics", Moscow, Russian Federation

Vladislav V. Klochkov

Doctor of Economic Sciences, Director of the Department, FSBI SRC "Institute named after N.E. Zhukovsky", Moscow,, Russia, Moscow

Alena V. Fomina

Doctor of Economic Sciences, General Director, Joint Stock Company "Central Research Institute of Economy, Management and Information Systems "Electronics", Moscow, Russian Federation

***Аннотация.** В современных условиях возникла проблема диверсификации военного производства. Она может привести к возникновению противоречий между удовлетворением потребностей в военной и гражданской продукции, а также между поставками продукции на внутренний и внешние рынки. После введения экономических санкций против Российской Федерации в условиях дефицита инвестиционных ресурсов, удешевления национальной валюты и уменьшения Государственного оборонного заказа предприятиям оборонно-промышленного комплекса необходимо увеличить объемы производства продукции гражданского назначения. Это позволит им сохранить и развить производственные мощности, обеспечить импортозамещение и удовлетворить потребности российских и зарубежных потребителей в высокотехнологичной продукции. В статье предложен инструментарий оптимизации решения управленческих задач, обеспечивающих решение данной проблемы. В рассматриваемых моделях учтена современная специфика развития предприятий оборонно-промышленного комплекса, требующая нахождения оптимальных соотношений производства продукции гражданского и военного назначения с учетом*

различных факторов.

Ключевые слова: предприятия, оборонно-промышленный комплекс, диверсификация, инструментарий, оптимизация, модели, продукция.

Abstract. In modern conditions there is a problem of diversification of military production. It can lead to contradictions between the satisfaction of the needs for military and civilian products, as well as between the supply of products to the internal and external markets. After the introduction of economic sanctions against the Russian Federation in the face of a shortage of investment resources, the cheapening of the national currency and the reduction of the State defense order, enterprises of the military-industrial complex need to increase production of civilian products. Это позволит им сохранить и развить производственные мощности, обеспечить импортозамещение, удовлетворить потребности российских и зарубежных потребителей в высокотехнологичной продукции. In the article the tools of optimization of the decision of the administrative tasks providing the solution of this problem are offered. The considered models take into account the modern specifics of the development of enterprises of the military-industrial complex, which requires finding the optimal ratio of production of civilian and military products, taking into account various factors.

Keywords: enterprises, military-industrial complex, diversification, tools, optimization, models, products.

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

Рост производства продукции гражданского назначения - важнейшая задача, стоящая в настоящее время перед предприятиями оборонно-промышленного комплекса (ОПК) [1; 2]. В то же время, критически важно, чтобы удовлетворение потребностей внутреннего рынка в современной высокотехнологичной продукции не привело к стагнации развития военных технологий и снижению конкурентоспособности создаваемой продукции военного назначения [3]. Производство военной продукции необходимо и для осуществления военно-технического сотрудничества Российской Федерации с другими странами. Экспорт вооружения обеспечивает значительную долю внешней торговли России высокотехнологичной продукцией.

Проведение мероприятий, связанных с диверсификацией производства на предприятиях оборонно-промышленного комплекса часто приводит к углублению противоречия между необходимостью производить продукцию как гражданского, так и военного назначения, и достижения при этом эффективности производства [4; 5].

Производство значительного числа образцов гражданской высокотехнологичной продукции на многих предприятиях ОПК в средне- и долгосрочной перспективе требует расширения производственных мощностей, технического перевооружения предприятий. Некоторые необходимые для этого технологии и оборудование в России отсутствуют, что ставит под угрозу планы расширения и обновления производственных мощностей предприятий ОПК, осуществляющих конверсию производства [6]. Эта угроза усиливается из-за уменьшения возможностей государственного бюджета России. Инфляция сокращает покупательную способность самих предприятий ОПК на рынках современного производственного оборудования и технологий. Ограничения неэкономического происхождения, инициированные зарубежными державами,

которые ввели санкции против ряда предприятий, что не позволяет приобретать необходимые технологии, оборудование и комплектующие у многих зарубежных производителей [7].

Рассмотренная проблема требует научно обоснованного решения, в первую очередь, путем разработки соответствующего модельного инструментария.

Разработка инструментария оптимизации производства и экспорта продукции на предприятиях оборонно-промышленного комплекса в условиях диверсификации

В имеющихся работах зарубежных исследователей по данной проблематике, во-первых, рассматриваются иные мотивы и условия решения аналогичных проблем, и, во-вторых, не применяется развитый математический аппарат, т.к. их авторы ограничиваются, как правило, качественными рассуждениями [8; 9; 10].

Что касается работ отечественных ученых, то описанные ими постановки задач оптимального управления развитием предприятий обычно носят общий характер. Специфические проблемы, рассматриваемые в данной работе, в них не анализируются, хотя в настоящее время они чрезвычайно актуальны для всех отраслей ОПК [11; 12; 13]. Целесообразно объективно оценить рассматриваемую проблему и оценить возможность ее решения с помощью экономико-математического моделирования. При этом предлагаемые модели должны быть практически реализуемы: с одной стороны - обеспечивать конкретизацию до уровня отдельного производства и вида продукции, с другой стороны, - агрегирование на уровнях предприятия, интегрированной структуры, подотрасли или отрасли ОПК [14]. Поэтому в моделях должны использоваться только измеримые или поддающиеся экспертной оценке, показатели [15; 16].

Рассмотрим производство определенного вида продукции в объеме $v(t)$ (в стоимостных единицах и в постоянных ценах), где $t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T$ - год планового периода длительностью T лет. Предположим, что производственные мощности используются полностью, измеряются в стоимостных единицах и в постоянных ценах:

$$v(t) = W(t), \quad t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T \quad (1)$$

Допустим, что произведенная продукция в объеме $v^E(t)$, предназначена для удовлетворения потребностей силовых министерств и ведомств (продукция военного назначения), а в объеме $v^D(t)$ - для российского рынка гражданской продукции. Эти направления поставок являются единственными:

$$v^E(t) + v^D(t) = v(t), \quad t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T \quad (2)$$

Таким образом, при заданных объемах экспортных поставок продукции военного назначения, объемы поставок продукции гражданского назначения определяются следующим соотношением:

$$v^E(t) = W(t) - v^D(t), \quad t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T \quad (3)$$

Для простоты предположим, что технология производства единственна, т.е. является технологией двойного назначения. В этом случае все мощности, имеющиеся в наличии у предприятия ОПК, могут

использоваться для производства продукции, как военного, так и гражданского назначения. Также предполагается не рассматривать, для упрощения модели, выбытия и модернизации производственного оборудования предприятия ОПК. Тогда динамика развития его производственных мощностей определяется следующим соотношением (для упрощения модели в нем не учтены лаги при создании и вводе в строй мощностей):

$$W(t+1) = W(t) + \frac{C(t)}{F(t)}, \quad t = t_0; \dots; t_0 + T - 1, \quad (4)$$

где $C(t)$ - объем инвестиций в развитие производственных мощностей в году t , измеряемый в постоянных ценах; $F(t)$ - полная фондоемкость производства в году t , измеряемая в постоянных ценах.

Необходимо учитывать, что предприятие ОПК и в условиях диверсификации импортирует оборудование и экспортирует свою продукцию. Поэтому фондоемкость в году t можно определить следующим образом:

$$F(t) = F^{Rs} + F^{Ip} \cdot Ch(t), \quad (5)$$

где $Ch(t)$ - обменный курс в году t , руб./ед. иностранной валюты; F^{Rs} - «внутренняя фондоемкость», т.е. затраты на создание единичной мощности, требуемые для закупки отечественного оборудования в постоянных ценах; F^{Ip} - «импортная фондоемкость», т.е. затраты на создание единичной мощности, требуемые для закупки импортного оборудования в постоянных ценах.

Выручка от реализации продукции, выраженная в постоянных ценах в национальной валюте, также будет зависеть от обменного курса. Ее значение в году t можно выразить следующим образом:

$$S(t) = S^D(t) + S^E(t) = v^D(t) + v^E(t) \cdot Ch(t) \cdot a(t), \quad (6)$$

$$t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T$$

где $a(t)$ - показатель относительной привлекательности экспортных поставок в году t (его размерность обратно пропорциональна размерности обменного курса).

Обменный курс при расчете выручки и прибыли, а также в расчетах затрат на приобретение оборудования, может различаться. Если $a(t) = 1/Ch(t)$, то в данном году рублевая выручка от поставки единицы продукции на экспорт равна выручке от поставки ее внутренним потребителям. Если же, например, $a(t) > 1/Ch(t)$, тогда экспортная выручка после конвертации в рубли по текущему курсу превысит выручку от продажи того же объема продукции отечественным заказчиком.

Для оценки прибыли можно предположить, что цены на продукцию, поставляемую на внутренний рынок, определяются по принципу «затраты плюс» с фиксированным нормативом рентабельности затрат (U^p). Тогда себестоимость производства продукции составляет:

$$Z^D(t) = \frac{v^D(t)}{1+U^D}, \quad (7)$$

а прибыль от ее реализации равна:

$$\begin{aligned} M^D(t) &= S^D(t) - Z^D(t) = v^D(t) - \frac{v^D(t)}{1+U^D} = \\ &= \frac{U^D(t)}{1+U^D} \cdot v^D(t), \end{aligned} \quad (8)$$

$$t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T$$

Поскольку стоимостные объемы производства продукции, предназначенной для экспорта $v^D(t)$, в данной модели также исчисляются в ценах, установленных для внутренних заказчиков, себестоимость производства этой продукции составляет:

$$Z^E(t) = \frac{v^E(t)}{1+U^D}, \quad (9)$$

Тогда выручка будет равна:

$$S^E(t) = v^E(t) \cdot Ch(t) \cdot a(t), \quad (10)$$

Прибыль от реализации экспортных поставок в году t , измеряемая в постоянных ценах в национальной валюте, составит:

$$\begin{aligned} M^E(t) &= S^E(t) - Z^E(t) = v^E(t) \cdot Ch(t) \cdot a(t) - \frac{v^E(t)}{1+U^D} = \\ &= \left(Ch(t) \cdot a(t) - \frac{1}{1+U^D} \right) \cdot v^E(t), \\ &t = t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T \end{aligned} \quad (11)$$

Таким образом, суммарная (полученная как от экспортных поставок, так и от поставок на российский рынок) прибыль предприятия ОПК в году t , измеряемая в постоянных ценах в национальной валюте, составит:

$$\begin{aligned}
 M(t) &= M^D(t) + M^E(t) = \frac{U^D(t)}{1+U^D} \cdot v^D(t) + \\
 &= \left(Ch(t) \cdot a(t) - \frac{1}{1+U^D} \right) \cdot v^E(t), \\
 t &= t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T
 \end{aligned} \tag{12}$$

Если на инвестиции в развитие производственного потенциала предприятия ОПК расходуется доля $k < 1$ его прибыли, то сумму инвестиций в году t , измеряемую в постоянных ценах в национальной валюте, можно определить, используя следующую зависимость:

$$\begin{aligned}
 C(t) &= k \cdot M(t) + C^{Gb}(t), \\
 t &= t_0; t_0 + 1; \dots; t_0 + T
 \end{aligned} \tag{13}$$

где $C^{Gb}(t)$ - сумма госбюджетных инвестиций в развитие производственного потенциала предприятия в году t .

В условиях дефицита ресурсов, «лишних» поставок продукции на внутренний рынок не может быть, и чем больше высокотехнологичной продукции будет поставлено отечественным заказчикам за плановый период, тем лучше. Такого рода оптимизационные задачи весьма широко распространены в экономической науке, например, задачи распределения дохода между накоплением и потреблением распределения прибыли акционерных обществ между дивидендами и реинвестированием нераспределенной прибыли в развитие предприятия [17]. Из теории управления известна общая структура оптимальных решений задач описанного типа и поэтому в данной статье не рассматривается.

Заключение

Разработанные модели представляют собой инструментарий оценки динамики производства и продаж продукции военного и гражданского назначения, создаваемой предприятиями ОПК и развития их производственного потенциала. Их следует использовать в режиме скользящего планирования, гибко реагируя на изменения реальных условий и прогнозов их динамики. С математической точки зрения они являются системой конечно-разностных уравнений, которые могут быть решены последовательно для всех лет планового периода, если заданы:

- все постоянные коэффициенты модели;
- начальное значение уровня производственных мощностей;
- прогнозная динамика обменных курсов;
- прогнозная динамика государственных инвестиций в развитие производственного потенциала предприятий ОПК;
- плановая динамика поставок продукции на экспорт.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 18-00-000012 (№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. Батьковский А.М., Батьковский М.А. Инновационная модернизация оборонно-промышленного комплекса России. – М.: онтоПринт, 2014. – 175 с.
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. Батьковский А.М., Мерзлякова А.П. Оценка инновационных стратегий предприятия // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 7. – С. 10-17.
6. Барковский А.Н., Алабян С.С., Морозенкова О.В. Последствия западных санкций и ответных санкций РФ // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – № 9. – С. 3–7.
7. 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.
8. Клочков В.В. Развитие российской наукоемкой промышленности в условиях обострения глобальных противоречий: проблемы и антикризисная политика // Друкерровский вестник. – 2015. – № 1. – С. 5-17.
9. Кошовец О.Б., Ганичев Н.А. Экспорт российских вооружений как особый фактор развития высокотехнологичной промышленности России // Проблемы прогнозирования. – 2015. – № 2. – С. 121-134.
10. Ларин С.Н., Знаменская А.Н., Стебеньева Т.В. Анализ мероприятий по импортозамещению в стратегиях развития ведущих секторов российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2017. – Т. 13. – № 5 (350). – С. 804-813. DOI: 10.24891/ni.13.5.804
11. Ремизов М.В. Диверсификация ОПК: миссия выполнима // Стимул. – Режим доступа: https://stimul.online/articles/analytics/diversifikatsiya-opk-missiya-vypolnima-/?sphrase_id=3449 (дата обращения: 12.04.2019.).
12. Самофалова О. ВПК важно не повторить ошибки «конверсии по-советски» // Взгляд. 31 октября 2017. – Режим доступа: <https://vz.ru/ekonomy/2017/10/31/892112.html> (дата обращения: 12.04.2019.)
13. Филиппова И.А., Красильникова Е.Э. Влияние политики импортозамещения на обеспечение независимости национальной экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – Т. 12. – № 6 (339). – С. 86-96.
14. Шепелев И.Г., Морозов С.Г. Анализ санкций против России, определение возможного их влияния на развитие отечественного оборонно-промышленного комплекса и промышленности в целом // Экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 17–26.
15. Berman N., Berthou A., Héricourt J. Export dynamics and sales at home // Journal Of International Economics. 2015. No. 96(2). P. 298-310. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jinteco.2015.04.001>
16. Lee S., Beamish P., Lee H., Park J. Strategic choice during economic crisis: Domestic market position, organizational capabilities and export flexibility // Journal Of World Business. 2009. No. 44(1). P. 1-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2008.03.015>
17. Xuefeng Q., Yaşar M. Export Market Diversification and Firm Productivity: Evidence from a Large Developing Country // World Development. 2016. No. 82. P. 28-47. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.01.017>

УДК 33.332

Белозерцева О.В., Жолжаксинова Г. Развитие и современное состояние строительного комплекса Томской области

The development and current state of the construction complex of the Tomsk region

Белозерцева О.В.,

кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономика организация, управление строительством и жилищно-коммунальным комплексом ФГОУ ВПО «Томский государственный архитектурно строительный университет»,
Томск

Жолжаксинова Г.,

магистрант, кафедры Экономика организация, управление строительством и жилищно-коммунальным комплексом ФГОУ ВПО «Томский государственный архитектурно строительный университет», Томск

Belozertseva O. V.,

candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of Economics organization, construction management and housing and communal complex FGOU VPO "Tomsk state architecture and construction University",
Tomsk

Zholzhaksynov G.,

graduate student, associate Professor of the Department of Economics organization, construction management and housing and communal complex FGOU VPO "Tomsk state architecture and construction University", Tomsk

***Аннотация.** В статье рассмотрено развитие строительного комплекса Томской области, его влияние на валовый региональный продукт, обеспеченность и подготовка кадров строительной отрасли, развитие технологий и технологических процессов строительства. Инвестиционная активность строительной сферы и обеспеченность ресурсной базой.*

***Ключевые слова:** Строительный комплекс, сырье и ресурсы, инвестиции, кадры, строительные предприятия Томской области.*

***Abstract.** The article considers the development of the construction complex of the Tomsk region, its impact on the gross regional product, security and training of the construction industry, the development of technologies and technological processes of construction. Investment activity of the construction sector and provision of the resource base.*

***Keywords.** Construction complex, raw materials and resources, investments, personnel, construction enterprises of Tomsk region.*

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

Развитие строительного комплекса выступает главным фактором, обеспечивающим расширенное производство экономических благ – инвестирование в процесс создания строительной продукции ведет к росту производства в экономике, созданию новых рабочих мест, увеличению доходов населения, а, следовательно, и к экономическому росту в целом.

Строительный комплекс Томской области – это 1608 строительных организаций, из которых 27 – крупные и средние организации с численностью работников более 100 человек, 207 предприятий по производству строительных материалов и конструкций, 167 проектно-изыскательских организаций. В Томской области существует собственная

база подготовки работников проектных и строительных специальностей: Томский государственный архитектурно-строительный университет, 3 техникума и 14 училищ, которые в среднем выпускают около 1,5 тыс. специалистов ежегодно. Возможности строительных организаций Томской области дает вводить в эксплуатацию 2,2 тыс. жилых зданий площадью 619,7 тыс. кв. м, а также 100 нежилых зданий площадью порядка 196 тыс. кв. м. (от промышленных, административно-коммерческих до сельскохозяйственных). Эффективное функционирование и развитие строительного комплекса как сложной хозяйственной системы требует использования различных инструментов государственного управления, рациональное применение которых, в свою очередь, невозможно без осуществления постоянного мониторинга показателей инвестиционно – строительной деятельности – анализ состояния и тенденции развития строительного комплекса как важнейшей межотраслевой системы национальной и региональной экономики позволит не только оценить складывающуюся экономическую ситуацию в строительстве, но и выявить проблемы развития строительного комплекса. Роль и место строительного комплекса в любой экономической системе можно оценить на основе его доли в валовом продукте, характеризующем совокупный результат деятельности всех экономических субъектов. В 2016 г. доля строительного комплекса в валовом внутреннем продукте (ВВП) России составила 9,2 %, а в валовом региональном продукте (ВРП) Томской области 8,6 %, что свидетельствует о значимости строительного комплекса для развития экономики страны, так и региона в целом.

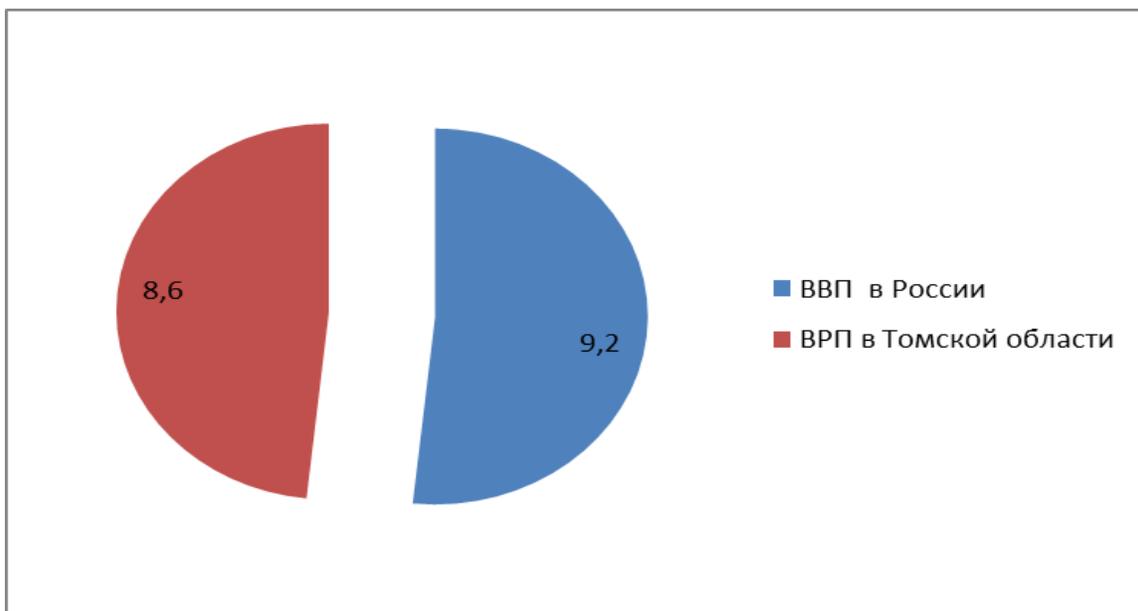


Рисунок 1. Доля строительного комплекса в 2016 г, в %

Место строительного комплекса в экономической системе территории можно также с помощью оценки численности занятых в комплексе – доля работающих в организациях строительного комплекса в России в 2016 г. была равна 8,9 %, в Томской области 7,7 %, соответственно, что подтверждает значимость строительного производства для функционирования экономики. Инвестиции в обновление материально – технической базы строительных организаций в Томской области в 2016 г. по сравнению с 2011 г. снизились на 963,7 млн. руб., что привело к росту степени износа основных фондов в строительстве с 42,9 % в 2011 г. до 56,7 % в 2016 г. Результативная деятельность предприятий строительной индустрии является основополагающим и важным условием расширения и повышения качества

жилищного и промышленного строительства, что оказывает влияние на социально-экономическое развитие всего региона.

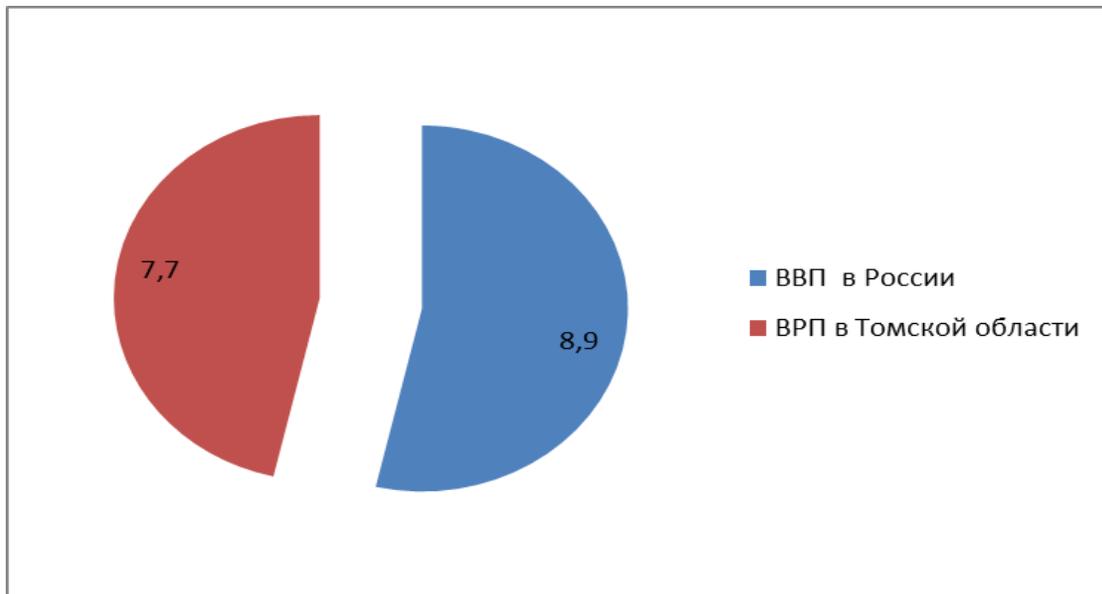


Рисунок 2. Доля строительного комплекса в численности работников организаций в 2016 г, в %

Без существенных технико-технологических перемен в этой отрасли невозможно ни полностью удовлетворять растущие потребности областного рынка в продукции строительной индустрии, ни обеспечивать обновление архитектурно-строительного облика городов и поселков. Однако, Томская область отстает в техническом и технологическом развитии стройиндустрии от соседней Новосибирской области и Красноярского края, не говоря о Европейской части России и Европе. Свидетельствует, этому количество введенного в эксплуатацию жилья в Томской области: за шесть месяцев 2017 г. сократилось на 13,4 % в сравнении с аналогичным периодом 2016 г., как следует из полугодового анализа Томскстата. Существенно снизилось производство бетона, готового для заливки на 48,7 % и строительного раствора – на 2,2 %. А также и то, что предложение на рынке недвижимости в Томске превышает спрос.

В связи, с чем 23 августа 2017 г. на I съезде строителей и проектировщиков региона определена Стратегия развития строительного комплекса Томской области на 2013 - 2022 гг. [4,с.184] Основой стратегии будет модернизация застроенных и комплексное освоение новых территорий.

Ключевыми индикаторами пятилетки являются: ввод жилья – 3 млн. кв. м. (вместо 2,8 млн. кв. м. в 2012 - 2016 гг.), объем жилищного строительства в муниципалитетах – 3 тыс. кв. м (против 2819 тыс. в 2012 - 2016 гг.), а так же численность Томской агломерации, которая к 2030 г. ориентировочно составит - 960000 человек (против 800000 человек в 2017 г.). Анализ динамики изменений строительной деятельности и оценка потенциала строительного комплекса Томской области показали, что в регионе есть все возможности для увеличения темпов роста и значительные резервы дальнейшего развития. Для совершения технологического прорыва и достижения нового качественного уровня развития отрасли в Томской области необходимо ликвидировать основные системные проблемы, тормозящие развитие строительного комплекса. Главной проблемой строительного комплекса является низкая инвестиционная активность бизнеса, не стабильный спрос на строительную продукцию со стороны основных отраслей экономики

региона. Увеличение инвестиционной активности в регионе – важнейшая задача региональной политики. Развитие строительного комплекса также сдерживают следующие проблемы:

1. Разработка инвестиционных проектов и предложений строительной продукции сдерживается, в результате отсутствия системы территориального планирования в муниципальных образованиях.

2. Отсталость коммунальной и социальной инфраструктуры в районах массового строительства, сложности подключения к инженерным сетям, дефицит энергоресурсов, отсутствие системы возврата средств, вложенных застройщиками в объекты коммунальной инфраструктуры

3. Недостаточная эффективность архитектурно - строительного надзора или его отсутствие за деятельностью организаций строительного комплекса, отсутствие механизма, препятствующего возникновению проблемы неисполнения договоров долевого строительства жилья (проблемы «обманутых дольщиков»)

4. Неудовлетворительные темпы роста объемов реновации существующего жилищного фонда, ликвидации ветхого и аварийного фонда, комплексной реконструкции существующей городской застройки

5. Недостаточное наличие ресурсов для наращивания темпов роста объемов строительства (земельных ресурсов – отсутствие свободных от обременений и обеспеченных инженерной инфраструктурой земельных участков, сырьевых ресурсов – отсутствие или недостаток важнейших видов сырья для производства строительных материалов, сырьевая зависимость от других регионов, финансовых ресурсов – для возмещения первоначальных затрат застройщиков на подготовку участков под застройку, материальных ресурсов – современных строительных материалов и конструкций)

6. Недостаточное бюджетное финансирование социальных и инфраструктурных инвестиций

7. Недостаточное внедрения новой техники и технологии в строительное производство, слабые темпы обновления производственных фондов и производство строительных материалов и конструкций

8. Незрелость транспортной инфраструктуры региона, сложная логистика, высокие транспортные издержки.

Выявленные проблемы в развитии строительного комплекса обуславливают необходимость разработки и совершенствования механизмов государственного регулирования инвестиционно-строительной деятельности и рынка недвижимости, как на национальном, так и региональном уровне, а также требуют применения инструментов поддержки организаций строительного комплекса, использование которых позволило бы повысить эффективность функционирования предприятий в строительстве. Стратегия развития строительного комплекса это управленческий инструмент, позволяющий, в определенной степени, решить указанные проблемы и обеспечить устойчивое функционирование строительного комплекса области на современном техническом и технологическом уровне. Реализация совокупности задач, предусмотренных стратегией, обеспечит наиважнейшие направления развития строительного комплекса, которые соответствуют стратегическим целям развития региона и обеспечивают его дальнейшее стабильное развитие и увеличение качества жизни населения Томской области. В Томской области работает достаточно большое количество строительных предприятий. Приведем наиболее значимых производителей строительных материалов.

В 1972 г. была основана Томская домостроительная компания, как завод крупнопанельного домостроения. На сегодняшний день, Томская домостроительная компания является вертикально интегрированным холдингом, состоящим из 15 дочерних предприятий, при этом каждое из которых работает в своем направлении. Томская домостроительная компания – является одной из крупнейших строительных организаций сибирского региона и

основной застройщик жилья в Томске и Томской области. В структуру ТДСК входит 21 предприятие, которые объединены в единый технологический комплекс. Основное направление деятельности ТДСК: строительство жилых домов (панельные, монолитные, каркасные, кирпичные, многоквартирные, коттеджи каркасно-панельной конструкции), производство строительных материалов и конструкций.

Одно из крупнейших является – группа компаний «Карьероуправление». «Карьероуправление» имеет не только развитое производство с высококвалифицированными специалистами, но и собственную лабораторию. ЗАО «Карьероуправление» - предприятие, специализирующееся на строительстве и производстве стройматериалов. Группа компаний «Карьероуправление» создана в 1994 г. в результате объединения двух крупных предприятий строительной индустрии Томской области – ТОО «Карьероуправление» и ТОО «Томский завод стеновых материалов». Сегодня группа компаний «Карьероуправление» это динамично развивающаяся, вертикально-интегрированное предприятие, производственная деятельность которого охватывает три основных направления строительной индустрии: добычу и переработку нерудных материалов, производство широкой номенклатуры строительных материалов, гражданское строительство. Основной продукцией «Карьероуправления» является: керамический пустотелый и полнотелый кирпич, песок природный Вознесенского месторождения, песок обогащенный Кудровского месторождения. На сегодняшний день продукция ЗАО «Карьероуправление» реализуется в Кемеровскую, Томскую и Новосибирскую области, Красноярский и Алтайский края, а также Ханты-Мансийский АО.

Производство промышленных строительных материалов Томской области в основном представлена керамическими и железобетонными изделиями (кирпич, черепица, стеновые блоки, железобетонные панели, растворы, нерудных материалов, деревянных изделий и конструкций). Последствия финансово-экономического кризиса 2014-2015 гг. и неблагоприятная внешнеэкономическая обстановка также привели к повышению общего уровня цен в экономике в целом, что также негативно отразилось на инвестиционной активности экономических субъектов и на состоянии и функционировании строительного комплекса. Увеличение уровня рыночных цен в особенности сказалось на деятельности организаций строительного комплекса в регионе. В Томской области за 2017 год цены на строительные ресурсы, приобретенные организациями в строительстве, выросли в среднем на 9,3%. В наибольшей степени выросла цена на песок и щебень, железобетонные конструкции, электроэнергию и дизельное топливо. Рост цен на ресурсы, используемые строительными организациями, привел и к удорожанию производства строительной продукции, стоимость которой в 2017 г. увеличилась на 11,6 % по сравнению с 2016 г., что в условиях снижения цен на рынке недвижимости обуславливает снижение рентабельности деятельности строительных организаций, что в свою очередь, ведет к сокращению возможности обновления материально-технической базы предприятий в строительстве. По производству основных строительных материалов Томская область уступает другим регионам СФО. Так, например, по объемам производства стеновых материалов, включая кирпич, область занимает 8 место в СФО (из 12 регионов), по сборному железобетону – 5 место, по конструкциям КПА – 4, по бетонам – 7, по нерудным материалам – 6, по деловой древесине – 4 место.

Возможности наращивания объемов производства основных строительных материалов ограничены значительной степенью износа основных фондов промышленности строительных материалов – около 46 % и отсутствием резервов роста мощностей предприятий по производству некоторых строительных материалов и конструкций.

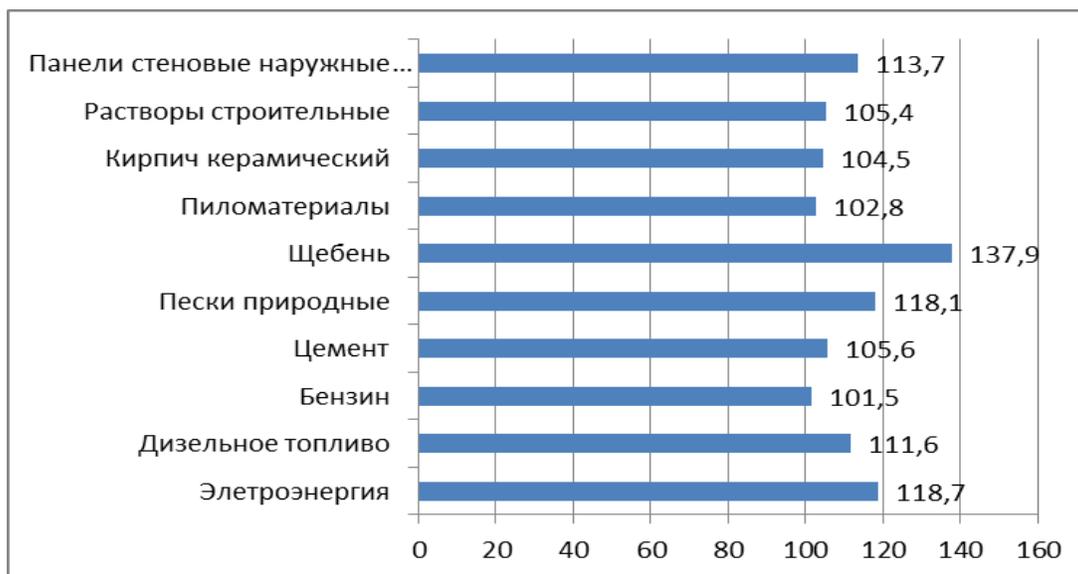


Рисунок 3. Изменение цен на основные ресурсы, используемые в строительстве в 2017 году в Томской области, в %

В 2010 г. производственные мощности сборных железобетонных конструкций и изделий были загружены на 80,6 %, пиломатериалов – на 79,7 %, древесностружечных плит – 100 %. Так, если в 1990 г. в предприятия по производству строительных материалов было направлено 0,8 % от общего объема инвестиций в основной капитал в Томской области, то в 2010 г. – только 0,2 %. Итог, недостаточные объемы производства основных строительных материалов, отсутствие на территории области производства некоторых строительных материалов и зависимость от их ввоза из соседних регионов (цемент, утеплители), незначительные резервы роста мощностей предприятий промышленности строительных материалов и конструкций могут стать серьезными ресурсными ограничениями, сдерживающими развитие строительного комплекса. Возможное дальнейшее развитие строительного комплекса Томской области, в значительной степени зависят от обеспечения строительного производства высокопроизводительными средствами труда и современными высокотехнологичными материалами и конструкциями. Основными задачами по реализации стратегического приоритета «Инновационное развитие и модернизация строительного комплекса, обеспечение энергоэффективности строительной продукции» являются:

1. Развитие технологических, организационных и маркетинговых инноваций в строительном комплексе.
2. Создание новых высокотехнологичных конструктивных систем, строительных конструкций и изделий, обеспечивающих экономичность, энергоэффективность, экологичность, долговечность и пожарную безопасность зданий и сооружений.
3. Применение в строительстве новых эффективных строительных материалов.

На сегодняшний день основными производителями железобетона в Томске являются ООО ЖБК - 40, ООО ЖБК - 100 и ОАО «ЗКПД». Их производственные мощности хоть и огромны, но морально и физически устарели. Современные заводы по производству пустотных плит и другой подобной продукции давно уже основаны на технологии беспалубочного формования. Новое производство уже вытеснило все старые железобетонные заводы на Урале (пример – Свердловская обл.). Ведь их металлоемкость в 2,5 раза ниже, чем у плит, изготовленных по агрегатно -

поточной технологии. К тому же не нужен пар в процессе производства, а это даёт возможность снизить себестоимость продукции на 20–30 % . Развитие производственных мощностей по выпуску строительных материалов, изделий и конструкций должно быть экономически обосновано с учетом изучения их спроса на товарных рынках, природно-климатических условий, оптимального использования имеющейся сырьевой базы отрасли, попутно добываемых продуктов и отходов других отраслей промышленности, а также использования дополнительных энергетических ресурсов.

«ЗАО Томский завод керамических материалов и изделий» являются основными производителями керамических материалов и изделий в Томске. Деятельность предприятия основано на: производстве кирпича, керамической облицовочной и тротуарной плитки, майолики (керамических ваз, кашпо). Ко всему предприятие снабжает кирпич керамический рядовой (м100 - м175), каминные принадлежности, кованные оконные решетки, в дополнении организация реализует и прочую номенклатуру, которая интересна другим компаниям.

Чтобы не разрушить и без того слабый производственный потенциал строителей Томской области, необходима конкретная помощь в той части строительной индустрии области, которая встанет на путь модернизации и повышения технического уровня своего производства. А для реализации поставленной цели необходимо постоянно совершенствовать и развивать в области благоприятный инвестиционный климат. Инвестиционная деятельность должна быть направлена на развитие производства новых эффективных, конкурентоспособных видов строительных материалов, изделий и конструкций, применение которых обеспечит снижение стоимости строительства жилья при повышении уровня его комфортности, создание мощностей по производству строительных материалов и изделий, на основе новых ресурсо-и энергосберегающих технологий, материалов, обеспечивающих уменьшение теплопотерь в строительных конструкциях, развитие производства современных предметов домоустройства, для жилищного строительства, а также максимальное использование местных строительных материалов.

Соответствующим департаментам администрации Томской области необходимо больше внимания уделять мониторингу промышленности строительных материалов на территории Томской области, составлять соответствующие балансы спроса и предложения по основным видам продукции и направлять деятельность предпринимателей Томской области в нужное, экономически выгодное русло. Очевидно, что без существенных технико - технологических перемен в этой отрасли невозможно ни полностью удовлетворять требуемым темпам строительства Томской области, ни обеспечивать обновление архитектурно - строительного облика городов и поселков.

Библиографический список

1. Позмогова С.Б. Совершенствование системы управления региональным строительным комплексом / С.Б. Позмогова // Вестник УлГУ. – 2013. - № 1(63) – С. 60-63.
2. Старков Д.А. Развитие строительного комплекса региона / Д.А. Старков // Вестник ОГУ.-2011. - № 13 (132). – С. 434-437
3. Заборцева Т.И. География строительной индустрии Сибири: современная характеристика и перспективы развития / Т.И. Заборцева, О.А. Игнатова // Ученые записки Забайкальского Государственного Университета Серия: Естественные науки. – 2014. - №: 1 (54). – С 113-126.
4. Строительство в Томской области. 2017: Стат.сб./ ТомскСтат-Т., 2017., - С. 91
5. «Прогноз социально-экономического развития Томской области на 2018 год и на плановый период 2019-2020 годов»: Администрация Томской области - 2017.
6. О региональной целевой программе «Развитие жилищного строительства в Томской области на период 2015-2020 годов» : Распоряжение Администрации Томской области от 20 апреля 2015 г. № 239-ра

УДК 336.647

Власова С.Е. К вопросу адекватной оценки стоимости бренда
On the issue of adequate brand value assessment

Власова Софья Евгеньевна

магистрант кафедры мировой экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия

Научный руководитель: **Милета Валентин Иванович**

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры мировой экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия

Vlasova Sofya Evgenievna

Master student of Department of World Economy and Management
FGBOU VO Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

Scientific adviser: Mileta Valentin Ivanovich

Candidate of economic sciences, docent

Docent of the Department of World Economy and Management

FGBOU VO Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

***Аннотация.** В статье обозначены основные проблемы оценки эффективности и стоимости бренда. Сделана попытка конкретизировать определение понятия «бренд» и разграничить его с наиболее близкими понятиями «торговая марка» и «товарный знак». Показаны основные факторы, влияющие на существование множественности методик, обоснована необходимость разработки единого интегрального показателя для оценки исследуемого понятия.*

***Ключевые слова:** бренд, эффективность, конкурентоспособность, товарный знак, нематериальные активы.*

***Abstract.** In the article the author discusses the main problems of evaluating the effectiveness and brand value. An attempt to specify the definition of the concept "brand" and distinguish it from the closest concepts "brand name" and "trademark" was made. The main factors influencing the existence of multiplicity, methodology, validity, the need to develop a single integral indicator for the evaluation of the studied concepts.*

***Keywords:** brand, efficiency, competitiveness, trademark, intangible assets.*

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

В настоящее время все больше возрастает роль нематериальных активов как основополагающего двигателя эффективности работы компании. В условиях современной экономики, они являются ключевым звеном повышения конкурентоспособности предприятия и его выхода на новые уровни развития. Одной из важнейших составляющих данных активов является бренд. В настоящее время бренд является неотделимым

компонентом успешно функционирующей компании. В связи с этим, повышается роль стоимостной оценки подобных активов, а также их влияние на стоимость бизнеса в целом. Однако отсутствие единого, достаточно надежного и полного метода оценки и анализа стоимости бренда является достаточно серьезным ограничением для получения адекватных результатов. Это предопределяет актуальность выбранной темы.

Для начала, необходимо определить категориальный аппарат изучаемого объекта, а также природу связанных с ним определений. Как правило, наиболее близким понятием бренда является торговая марка, а также товарный знак. Возникающие пересечения понятий можно объяснить отсутствием в российских законодательных актах рассматриваемого понятия «бренд». Однако необходимо отметить, что данные определения зачастую не являются взаимозаменяемыми, что необходимо учитывать при исследовании и анализе данных дефиниций. Отчетливая демонстрация разграничений данных понятий представлена на рисунке:



Рисунок 1. Объем понятий «бренд», «торговая марка» и «товарный знак» [2].

Из диаграммы видно, что понятие бренд является самым емким из представленных. Если исходить из перевода данного термина с английского языка, то в качестве существительного оно будет означать: качество, марка, клеймо, фабричная марка, в качестве глагола: отпечаток в памяти, клеймить. Обобщая вышесказанное, можно определить исследуемую дефиницию как совокупность представлений и ожиданий потребителя относительно какого-либо товара [1]. Таким образом, особо важным элементом также будет являться связующее звено между совокупностью различных представлений о продукте и его отличительным знаком – апперцепция. Именно эта психологическая реакция вынуждает потребителя активизировать цепочку представлений о товаре. Вопрос корректности понимания данных терминов не следует недооценивать, так как неправильное определение исследуемых категорий порождает смещение «центра» управления и владения брендом [4]. Переходя к описанию непосредственно бренда и попыток определения его

характеристик, возникает следующий, необходимый к рассмотрению, нюанс – огромное разнообразие методов его определения. При описании активов бренда встречается, как минимум, пять различных его терминов, представленных в таблице:

Таблица 1

Термины для определения бренд-актива (составлено автором)

Название термина	Описание
1 Brand Power	Определяет способность «доминации» бренда в представленной категории товаров
2 Brand Loyalty	Определяет психологическое восприятие человеком рассматриваемого бренда
3 Brand Asset	Метрика, непосредственно отражаемая в балансе компании
4 Brand Equity	Определяет капитал бренда.
5 Brand Value	Выражает финансовую ценность бренда, денежную премию, генерируемую им

Таким образом, четко прослеживается отсутствие единого комплексного показателя, отражающего эффективность функционирования исследуемого понятия. Эта тенденция отражается и в многообразии методик расчета стоимостных метрик бренда. Помимо существующих различий на международном и федеральном уровнях в разрезе рекомендаций к оценке стоимости нематериальных активов, каждый из этих стандартов включает целый перечень методик. Основными выделяют следующие подходы (ФСО №11 от 22 июня 2015 г.):

- затратный;
- сравнительный;
- доходный.

Базовым подходом оценки интеллектуальной стоимости и, в частности, бренда, принято выделять доходный подход. В рамках последнего также предусмотрено использование целой группы методов, классификация которых зависит от стоимости выделения денежного потока. Таким образом, в зависимости от выбранной модели расчета, исследователь может получать различные оценки в рамках одной компании. В ряде методов существует определенная зависимость результирующего показателя от целей проведенной оценки, так как существуют некоторые субъективные оценки на определенных этапах ее проведения. Отсутствие единого алгоритма расчета порождает невозможность верификации полученных результатов.

Следует отметить, что большинство существующих моделей, с помощью которых производится расчет стоимостных метрик бренда, опирается на анализ успешности бренда в прошлом, а также на ретроспективные показатели компании. В разрезе исследования бренда полученные оценки зачастую не имеют практического применения, так как бренд, как постоянно трансформирующийся актив, нуждается в исследовании вариантов развития, а также будущих перспектив исследуемой продукции.

В результате, рассмотренные аспекты, связанные с получением оценки стоимости бренда, позволяют сформировать следующие рекомендации к усовершенствованию данных подходов и методик:

- практическая применимость полученной оценки;
- универсальность;
- четкий алгоритм расчета;
- корректность расчета будущих выгод, приносимых брендом;
- исключение субъективного фактора из процесса оценки.

Таким образом, наряду с обширной популяризацией нематериальных активов и, в частности, бренда, возникает вопрос адекватной оценки их стоимости, который на сегодняшний день вызывает некоторые сложности, связанные со специфичностью данной категории. Выбор методов оценки рассматриваемого понятия играет ключевую роль в обосновании целесообразного управления этим ресурсом. Вместе с тем, на данный момент в международной и отечественной практике отсутствует единый подход относительно определения бренда, а также его стоимости, а проблема его анализа до сих пор остается дискуссионной среди ведущих специалистов. Таким образом, бренд, как особый объект, обеспечивающий надлежащий уровень конкурентоспособности предприятия, требует систематизации входящих в него категорий, методов, применяемых для оценки его стоимости, а также уточнения правового и методического обеспечения.

Библиографический список

1. Власова С.Е. Анализ влияния бренда на повышение конкурентоспособности предприятия // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – № 10(27). – с. 243- 245.
2. Казанцев К.Ю., Ягольницер М.А., А.В. Алексеев Бренд как составная часть интеллектуального капитала компании: оценка и управление стоимостью / [науч. ред. А.В. Алексеев] ; Рос. акад. наук, Сиб. отд-е, Ин-т экон. и организации пром. пр-ва СО РАН. - Новосибирск : Изд-во ИЭОПП СО РАН. – 2018. – 107 с.
3. Тазихина Татьяна Викторовна, Сычева Е.А. Нематериальные активы и их стоимость в различных системах финансовой отчетности // Имущественные отношения в РФ. – 2017. – №4 (187). – С. 57-59.
4. Чернозуб О.Л. Стоимость бренда: реальность превосходит мифы // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 1-2 (43-44).
5. Methods of Brand Valuation: A case study on Alibaba.com /Francesca Bulgarelli, 2015. – 70 с. [Электронный ресурс] URL: http://www.vernimmen.com/ftp/Francesca_Bulgarelli_Master_Thesis.pdf (дата обращения: 04.04.2019).
6. Жулина Е.Г., Аблязов Э.И. Количественные подходы к оценке интеллектуального капитала предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №3 (72). – С. 59-61.

УДК 33.338

**Гулько Д.И. Теоретическая модель организации современного
специального мероприятия в сервисной деятельности**
Theoretical model of organization of modern special event in service activities

Гулько Д.И.,

Студент 4 курс, факультет «Сервис и туризм»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Научный руководитель: **Дудкина О.В.,**

кандидат социологических наук, доцент

доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Gunko D.I.

a student 4 year, faculty «Service and tourism»

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russian Federation

Scientific adviser: Dudkina O.V.

Candidate of Sociology Sciences, Associate Professor

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russian Federation

***Аннотация.** В статье рассматривается актуальность использования специального мероприятия для развития корпоративной культуры современной сервисной организации. Приведены основные этапы теоретической модели подготовки и проведения специального мероприятия для организации сферы сервиса.*

***Ключевые слова:** Специальное мероприятие, корпоративная культура, толерантность восприятия, внутрифирменная коммуникация.*

***Abstract.** The article discusses the relevance of using a special event for the development of corporate culture of modern service organizations. The main stages of the theoretical model of preparation and holding of a special event for the organization of the service sector are given.*

***Keywords:** Special event, corporate culture, tolerance of perception, intra-corporate communication.*

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.

Важнейшим ресурсом любой компании являются люди. Корпоративная культура же является инструментом сплочения коллектива. Наряду с привычными методами формирования корпоративной культуры в сфере сервиса, существует современный подход ее формирования с использованием специальных

мероприятий. Совместная подготовка и участие в специальных мероприятиях поможет сплотить коллектив и разрядить рабочую атмосферу. Таким образом, можно говорить о том, что специальное мероприятие в сфере сервиса сегодня выступает необходимым инструментом формирования либо же развития корпоративной культуры.

Объекты и методы исследования.

Как на организацию сферы сервиса в целом, так и на ее корпоративную культуру влияют внешние и внутренние факторы, формируя уникальную внутреннюю культуру, присущую конкретной организации.

Вся огромная внешняя среда для предприятия сферы сервиса делится на факторы прямого и косвенного воздействия. К числу факторов ближнего окружения можно отнести следующие категории:

- потребители;
- поставщики;
- конкуренты;
- профсоюзы.

В участии данных категорий нельзя сомневаться, так как успешную работу предприятия невозможно представить ни без одной из приведенных составляющих. Так, поставщики обеспечивают предприятие постоянной продукцией, а потребители входят в среду ближнего окружения по той причине, что происходит постоянное взаимодействие и обмен ресурсами. Конкуренты при этом, являются мощным стимулом к развитию организации, а профсоюзы – приближают к чаяниям рядовых сотрудников [1].

Следует отдельно упомянуть о среде косвенного воздействия, куда включаются факторы, которые непосредственно оказывают влияние на организацию, но не прямое, а опосредованное. Сюда можно отнести следующие факторы:

- развитие технологий данной сферы сервисной деятельности;
- общее состояние экономики страны;
- социокультурные факторы данного региона;
- общеполитические факторы;
- взаимоотношения с местными властями и управляющими организациями.

Воздействие вышеперечисленных факторов на сервисную организацию часто определяют тенденции, которые со временем будут влиять на ближнее окружение. Невозможно оказать прямое давление на косвенное воздействие, в этом случае можно только отслеживать тенденции и учитывать их в планах развития организации.

Если же говорить о внутренней среде, то сюда относят все те факторы, которые находятся внутри предприятия и непосредственно влияют на работу организации. Можно выделить следующие элементы внутренней среды:

- производственная подсистема;

- коммерческая подсистема;
- учетная подсистема;
- подсистема безопасности;
- подсистема управления.

Можно констатировать, что корпоративная культура – своеобразное духовное поле компании, которое формируется под действием определенных процессов, определяющих единство идеологии, ценностей, философии, а также подходов к решению проблем и формированию стратегии.

Исходя из вышесказанного, можно выделить основные составляющие корпоративной культуры:

- ценности;
- коммуникация;
- общие цели;
- символы;
- культура трудового процесса и условий труда [2].

Ценности организации являются ядром в развитии и формировании корпоративной культуры, ведь именно на основе выделения ценностей происходит выработка норм и форм поведения внутри предприятия.

В литературе выделяется два уровня ценностей:

- базовые – представления о характере окружающего мира, природе человека, взаимоотношениях между людьми, воспринимаемые на веру;
- верования, которые разделяют все сотрудники фирмы, их осознание носит осознанный характер и регулируется желаниями индивидов.

Немаловажно, чтобы лидер организации также разделял и осознавал ценности корпорации, подавая тем самым пример всем сотрудникам предприятия.

Символы являются еще одним инструментом формирования организационной культуры, сюда относятся:

- лозунги;
- логотипы;
- легенды;
- мифы.

Так же как логотипы с лозунгами, так и легенды с мифами являются отражением ценностных ориентиров. Благодаря этим элементам можно сформировать имидж организации, в том числе и внешний, который предназначен для партнеров, конкурентов и, конечно, потребителей [3].

Имидж также немаловажен для сотрудников фирмы, потому что на основе этого появляется некоторое доверие к компании и осознание себя частью бренда. Мифы и легенды существуют как внутри организации, так и за ее пределами, они представлены в виде историй и анекдотов. Достаточно популярно использование девизов и лозунгов. Иногда краткое емкое изречение становится настолько востребовано, что

трансформируется в крылатую фразу и способствует толерантности восприятия данной организации в окружающей среде.

Экспериментальная часть, результаты.

Пожалуй, коммуникация является одной из важнейших составляющих формирования и развития корпоративной культуры. Обмен информацией может производиться по вертикальным и горизонтальным каналам с прямыми и обратными связями. Средства распространения также могут носить многогранный характер. Здесь уместно говорить о формальных способах:

- совещания;
- приказы;
- конференции;
- инструкции.

Одновременно также и неформальные средства коммуникации несут функцию связующего звена, здесь можно выделить такие мероприятия, как:

- корпоративные праздники;
- конкурсы;
- вечеринки и так далее.

Для каждой компании характерна собственная специфика взаимоотношений между сотрудниками разных полов, возрастов, должностей и других критериев [4].

Что касается культуры труда, здесь необходимо сказать об уровне санитарно-гигиенических, психофизиологических показателей. Сотрудникам должно быть комфортно, находясь в приемлемых эстетических условиях. Ведь чем лучше чувствует себя человек, тем больше его производительности. И наоборот, индивид, находящийся в дискомфорте не может генерировать подходящие идеи и принимать важные решения.

Конечно, корпоративная культура не определяется только вышеперечисленными элементами, очень важна их взаимосвязь, иерархическое положение.

Итак, если говорить о специальном мероприятии именно как об инструменте формирования и развития корпоративной культуры, следует понимать, что общий праздник всегда запомнится человеку больше, чем различные формальные способы укрепления коллектива. Также необходимо сказать о том, что с помощью специальных мероприятий удастся подействовать не на отдельного индивида, а на группу людей. Это можно объяснить тем, что при таком способе происходит эмоциональное воздействие, что способствует лучшему запоминанию символов и корпоративного посыла, которые были изначально заложены в сценарий мероприятия.

Необходимо правильно спланировать, а затем организовать мероприятие. В случае успешного

проведения праздника можно заметить не только повышение эффективности труда, но и рост в части личностного поведения сотрудника и его отношения к компании, к коллегам и к самому себе.

В проведении специального мероприятия каждая деталь имеет значение. Поэтому, если праздник нацелен на сплочение коллектива, то следует поручить дело профессионалу. Грамотный и опытный ивент-менеджер может создать образ там, где его и не может быть. Все элементы, включая свет, цвет, музыку, ее громкость и спецэффекты, могут влиять на подсознание человека особым образом. Как правило, если компания применяет цветной логотип, то этому подбору цветов будет отдано преимущество при оформлении территории. А может быть даже определенный цвет будет использован в названии торжества [5].

Таким образом, можно получить эффект того, что человек, вспоминая, как ему было весело на мероприятии будет невольно вспоминать о том, кто был организатором, какой был повод для встречи, что за люди были в это время рядом. А самое главное, индивид будет ощущать себя и своих коллег единым целым на этом празднике, а также и после него.

Цели специального мероприятия, если речь идет о развитии корпоративной культуры в целом, могут касаться таких взаимодополняющих элементов, как:

- сплочение коллектива;
- развитие командного духа;
- улучшение и повышение продуктивности общения между сотрудниками компании;
- налаживание отношений между подчиненными и руководством;
- создание благоприятного психологического климата в коллективе;
- устранение враждебностей между подразделениями или конкретными индивидами;
- повышение ощущения собственной и корпоративной значимости;
- создание позитивного образа компании у работников.

Обращаясь к требуемой квалификации ивент-менеджера, следует заранее выяснить, каким образом специалист будет планировать данное мероприятие. Активные виды деятельности в ходе праздника необходимо чередовать с умственными тренировками. А также, все времяпрепровождение должно быть проникнуто философией компании, ее стратегическими целями. Все эти элементы корпоративной культуры должны быть транслированы в виде, к примеру, визуальных образов и аудио символов. Эти знаки могут быть направлены не только на общение сотрудников, но также и на вертикальные взаимосвязи в компании [6].

В настоящее время большинство руководителей понимает, что важнейшим ресурсом компании является человек. Индивид обладает самым большим потенциалом, раскрыть который помогает мудрый управляющий. Сотрудники формируют особую культуру, где появляются особые нормы, традиции, обычаи, а также имеют место быть групповые интересы и прочие элементы, отличающие фирму от других аналогичных на рынке. Корпоративная культура выступает сейчас не как вспомогательное средство развития, а уже как стратегический инструмент, с помощью которого ориентация всех подразделений и сотрудников направлена на одну цель.

В то же время отрицательные показатели работы могут быть связаны с недостатком общения между коллегами. Там, где отсутствуют коммуникации, могут возникать недосказанности и недопонимания, что в свою очередь приведет не к лучшему результату. И здесь необходимо сказать, что именно специальное мероприятие поможет восполнить недостающие коммуникации между сотрудниками и улучшить отношения внутри фирмы.

Организация мероприятия – кропотливый и сложный процесс. Для того чтобы успешно провести событие необходимо отнестись к этому делу со всей ответственностью.

Специальные мероприятия могут быть официальными и неофициальными, на научные темы и развлекательные, тем самым можно сказать, что типов и видов ивент-мероприятий достаточно большое количество. Чтобы легче ориентироваться в современном ивент-пространстве следует разделить торжества по основным признакам.

Первое, что необходимо определить и решить, какая стратегическая цель будет поставлена в контексте всего мероприятия. После четкого определения цели и задач события, необходимо окончательно принять решение о проведении мероприятия, взвесить все возможные положительные и отрицательные факторы. Следует объективно оценить возможности компании, материальные затраты и, главное, попытаться спрогнозировать результат от проведения события. Также на этапе подготовки желательно выполнить следующие задачи:

- познакомить сотрудников компании;
- рассказать о каждом отделе фирмы и дать представление о важности сплоченной работы элементов системы;
- упростить внутрифирменные коммуникации [7].

Данные действия можно не воплощать в жизнь, но, если сотрудники будут знать друг о друге, то коммуникация будет строиться легче и быстрее, что говорит о высоком развитии корпоративной культуры.

Подготовка к мероприятию стартует с той минуты, когда начинается фаза планирования торжества. На этом этапе рассматриваются всевозможные сценарии исхода праздника, учитываются дополнительные затраты человеческих, материальных, технических и иных ресурсов. Также данная фаза включает в себя публичное заявление о мероприятии в средствах массовой информации.

В настоящее время освещение события очень важно. Данный инструмент выступает в роли коммуникации между компанией и потенциальной целевой аудиторией, всей внешней средой.

Существует два подхода к этой теме:

- необходимость решения маркетинговой или репутационной задачи, для которой организуют мероприятие;
- есть намеченное мероприятие и необходимо обеспечить его качественное освещение в СМИ для придания необходимой огласки.

Оба эти метода хороши и используются на практике.

Но с другой стороны существует проблема того, что конкуренция на рынке продвижения растет с каждым годом. Компании должны сделать мероприятие ярким и интересным, чтобы привлечь внимание журналистов. В случае, когда торжество не особо привлекательно, существует риск получения отказа от прессы. Чтобы избежать такой ситуации необходимо не только тщательно продумать сценарий праздника, но и пригласить гостей, которые могли бы прийти и были бы интересны представителям прессы. Поэтому на данном этапе, кроме публичного заявления, необходимо определиться со списком приглашенных людей и полностью обеспечить приглашение обозначенной аудитории [8].

После публичного заявления в средствах массовой информации о проведении мероприятия наступает точка невозврата. Это означает, что отныне возрастают затраты или же они имеют больший объем. Можно сказать, что этот этап является последней возможностью для принятия окончательного решения. Здесь необходимо отметить, что происходит детализация планирования.

Но для того, чтобы составить план мероприятия сначала необходимо провести определенные исследования. Этап исследования, как правило, помогает определить потребности целевой аудитории, ожидания и желания потенциальных клиентов и партнеров. Это один из важнейших этапов, поскольку возможно адаптировать программу под целевую аудиторию, тем самым сведя риски к минимуму. И поэтому исследование необходимо проводить с запасом времени перед мероприятием, чтобы успеть внести корректировки.

Также обязательной процедурой для проведения успешного мероприятия является разработка сценария. Данная процедура, как правило, производится путем «мозгового штурма», когда происходит непрерывный поиск различных идей по направленности и содержанию мероприятия.

И, наконец, когда предварительные процедуры выполнены, можно переходить к планированию. Данный процесс – самый длинный и трудоемкий. Чем лучше проработаны два предыдущих этапа, тем легче будет менеджеру справиться с процедурой планирования, которая включает в себя использование времени, пространства и темпов, для определения наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов [9].

Следующим этапом подготовки мероприятия является монтаж конструкций и доставка необходимого оборудования. Предшествуют монтажу проектные работы:

- изучение технических параметров и особенностей площадки;
- разработка чертежей, планировок и т.д.;
- согласование работ с различными службами и инспекциями.

Непосредственно сам монтаж включает в себя следующие моменты:

- разработка графика монтажа и демонтажа;
- разработка плана помещений;
- постановка передвижных источников питания;
- монтаж сцены;
- установка звукового и светового оборудования;

- монтаж видеоаппаратуры и проекционной техники;
- изготовление и размещение декораций.

Непосредственно на этапе монтажа необходимо провести общее собрание, чтобы обсудить организационные вопросы и нюансы работ, а также составить график монтажа. Это необходимо для того, чтобы все знали, в какой очередности монтируются конструкции и к какому сроку должен быть готов тот или иной объект. Весьма важной деталью является также распределение обязанностей и установка сроков работ. Сотрудники распределяются по зонам, и получают от руководителя распоряжения и указания [10].

На этом этапе следует заключить договор с подрядчиком на оказание необходимых услуг. Данная процедура поможет защитить заказчика от невыполнения монтажа в срок, а предоплата укрепит серьезность намерений.

Следующий этап – официальное открытие или как его называют «открытая дверь». Любая церемония может поднять имидж компании и ее рейтинг. В торжественном праздновании могут принимать участие известные люди, деятели искусства, политики или науки, это только придаст больший интерес событийному мероприятию. Для минимизации рисков необходимо строго придерживаться разработанного алгоритма действий.

После проведения мероприятия следует его официальное завершение, происходит демонтаж оборудования, расчет с сотрудниками и иные организационные работы. Главное, что следует сделать по окончании мероприятия – подвести итоги и выяснить, чего удалось достичь. Менеджеры должны осуществить анализ проекта и установить, насколько процентов выполнена главная цель мероприятия. Если же результат оказался неудовлетворительным, то необходимо произвести «работу над ошибками» и сделать все возможное, чтобы в следующий раз мероприятие достигло ожидаемого эффекта [11].

Заключение.

Таким образом, организация специального мероприятия сложный и кропотливый процесс, который требует тщательной подготовки. Это особенно актуально на современном этапе развития общества, поскольку на рынке существует огромное количество видов событийных мероприятий, а также организаций, которые их проводят.

Специальное мероприятие включает в себя ряд предварительных, подготовительных и заключительных работ, помимо самой основной части. И самое главное, к чему стоит стремиться – выполнить поставленную цель, ради которой и организуется событие.

Библиографический список

1. 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.
2. Палецкий Д.В., Дудкина О.В. Проблематика современного территориального брендинга на примере города Ростова-на-Дону // Форум молодых ученых. 2017. № 3 (7). С. 354-358.
3. Дудкина О.В. О выборе восприятия внешней среды для предприятия сервиса // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы II Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2016. С. 175-177.
4. Дудкина О.В. Компетентностный подход в менеджменте человеческих ресурсов в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 57-60.
5. Дудкина О.В. Ориентиры HR-службы в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 60-63.
6. Дудкина О.В., Палецкий Д.В. О применении опыта брендинга российских городов для Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 165-171.
7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.
8. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.
9. Дудкина О.В. Апперцепция и индивидуальность в проведении мероприятий по брендингу территории города Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 155-160.
10. Дудкина О.В. Релевантность событийных мероприятий в развитии туристской привлекательности территории // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 16-20.
11. Дудкина О.В., Бородай В.А. Альтернативы традиционным бизнес-решениям в выставочных форумах // Экономические исследования и разработки. 2018. № 4. С. 111-115.

УДК 33.338

Донцова М.Е. Особенности организации событийных мероприятий патриотического характера в молодежной среде
Features of the organization of events patriotic nature among young people

Донцова М.Е.,

Студент 4 курс, факультет «Сервис и туризм»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Научный руководитель: **Дудкина О.В.,**
кандидат социологических наук, доцент

доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Dontsova M.E.

a student 4 year, faculty «Service and tourism»

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russian Federation

Scientific adviser: Dudkina O.V.

Candidate of Sociology Sciences, Associate Professor

Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russian Federation

***Аннотация.** В статье рассматривается актуальность проведения мероприятий патриотического характера для молодежной аудитории в современных условиях. Мероприятия патриотического характера для молодежи требуют особой структурированности в формировании сюжета. Залогом успешности проведения события для молодежной аудитории является логически составленный план действий и точное следование ему.*

***Ключевые слова:** Событийные мероприятия, молодежная аудитория, патриотическое мероприятие, массовое мероприятие, самореализация.*

***Abstract.** The article deals with the relevance of Patriotic events for the youth audience in modern conditions. Patriotic events for young people require special structure in the formation of the plot. The key to the success of the event for the youth audience is a logically drawn up plan of action and precise adherence to it.*

***Keywords:** Event events, youth audience, Patriotic event, mass event, self-realization.*

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.

Проведение событийных мероприятий оказывает значительное влияние на разрешение основных вопросов в различных жизненных ситуациях общества. Их суть заставляет обращать внимание зрителей на происходящие события и становиться их частью.

Тематика событийных мероприятий является инструментом, представляющим обратную связь

организатора и аудитории. Этот инструмент оказывает содействие в передаче традиций и ценностей из поколения в поколение, помогает в осмыслении современности и реорганизации настоящего.

Современный мир подвластен огромному потоку информации. В связи с этим, следует особо выделить праздничную культуру, как способ воспитания человека в существующем потоке информации [1]. В представленном утверждении, основополагающей движущей силой, выступает необходимость в абстрагировании существующего мира и образование иллюзорности, которая выполняет ряд функций:

- представляет новому поколению общественно-значительные события;
- восстанавливает моральные и физические силы;
- воздействует на получение эмоционального удовольствия.

Перечисленные цели достигаются благодаря определенному порядку, и дают начало праздничной культуре. Данное утверждение приобретает смысловую нагрузку при обобщенности возможностей и действий. Это объясняется эволюционирующим действием, обеспечивающим иерархичность и объединение участников. Можно сказать, что организация праздничной культуры будет достигнута при общей заинтересованности людей, сформировавшейся массовости, которая поддерживает дух мероприятия [2].

В процессе рассмотрения праздников, говорится о массовости их проведения, многочисленном составе участников. Это подводит к определению термина – массовое мероприятие, которое характеризует собой комплекс операций, с целью реализации политических, духовных интересов социума. Данный вид общения выступает балансирующей частью при утрате каких-либо ценностей, носит характер призыва, играет образовательную и научную роль. Организация культурно-массовых мероприятий способствует реализации потребностей жителей культурного, экономического и религиозного характера. Прививаются основные ценности человека, и дается ответ на вопрос «Что такое хорошо, что такое плохо?». Из этого следуют главные свойства массовых событий:

- значительное число людей;
- упорядоченность действий в процессе организации мероприятия;
- наличие цели и смысла.

Экспериментальная часть, результаты.

Рассматривая и выделяя мероприятия патриотического характера необходимо четко соблюдать концепцию данной деятельности и тематику. Изначально следует разобрать понятие «патриотизм». Что для нас он значит? Как проявляется? В первую очередь, представляет любовь к Отечеству, единство с прошлым культуры, проблемами фундаментальности личности. Также это развитие гражданского отношения, честности в служении Родине. С таким чувством не рождаются, патриотизм прививается при осмыслении идентичности со страной, готовности жертвовать, способствуя благополучию Родины. Это определенный принцип, направленный на социализацию и моральное становление личности, вызывающий у человека чувство собственного достоинства.

Главным составляющим компонентом в организации мероприятий патриотического характера является система воспитания. Любое событие такой направленности носит развивающий характер. В концепции представляет самовоспитательный курс, проявляющийся в образовании патриотизма и культуры отношений, играющие роль в социально-гражданском и духовном развитии человека [3]. Именно по принципу возвеличиваемости чувств преданности, национальных святынь, устанавливается отечестволюбие, возникают ощущения серьезности и надежности за могущество, суверенитет и поддержание материальных и духовных основ народа.

Как известно, гражданское пространство для реализации патриотизма не имеет рамок. В этом случае, значительную роль играет семья, также средства массовой информации, общественные организации, учреждения культуры.

Благодаря проведению подобных мероприятий происходит формирование и становление человека в целом. Русский философ Чернышевский Н.Г. говорил: «Историческое знание каждого человека измеряется заслугами Родине, его человеческое достоинство – силой патриотизма». Поиск возможностей патриотического воспитания играет значительную роль в формировании цельной оболочки личности.

У нынешнего поколения происходит отмирание основных ценностных ориентиров и взглядов. В последнее десятилетие, Россия находится в нарастающе нестабильной экономической и политической обстановке. Поднимаются вопросы, касающиеся расслоения общества, роста личностных противоречий. По этой причине следует социальная дифференциация, приводящая к размыванию самой сути человеческого облика [4].

Современные событийные мероприятия направлены, большей частью, на досуговое восстановление, и удовлетворение личных потребностей.

При этом организация и проведение событий патриотической направленности должны стать движением в области возрождения духовных ценностей. Воспитание такого характера устанавливается через отдельные задачи и в своем составе охватывает различные течения.

Для реализации мероприятий с патриотическим компонентом необходимо сделать акценты на следующих возможных направлениях их организации:

- гражданско-патриотическое воспитание;
- военно-патриотическое воспитание;
- духовно-нравственное воспитание;
- историко-патриотическое воспитание (краеведческое);
- культурно-патриотическое воспитание;
- спортивно-патриотическое воспитание.

Распространение патриотических ценностей следует осуществлять не только на уровне общероссийского, но и местного, регионального патриотизма, трактующего любовь к родному краю и городу [5].

Определив направление в проведении мероприятия, дальше необходимо выстроить картину организации самого праздника.

Этапы проведения патриотических мероприятий состоят из следующих компонентов:

- целеполагание;
- проектирование действий;
- осуществление действий;
- анализ результатов и сравнение с поставленными целями.

Первый пункт деятельности по организации мероприятий патриотического характера – целеполагание. Означает вынесение целей и задач, контроль системы, установление основных стадий деятельности.

Второй пункт заключается в проектировании действий, направленных на выбор формы, соответствующих задачам и методов работы по организации мероприятия.

Третий пункт ориентирован на осуществление самих действий, то есть проведение творческих функций, обладающих патриотическими знаниями и ценностями. Разрабатываются ситуации, в которых проявляется самообразование и самовоспитание. Это подводит к осуществлению индивидуального подхода ко всем участникам мероприятия.

Четвертый пункт является заключительным и состоит из проверки итогов патриотического события, рассмотрения трудовых достижений, сопоставления целей и результатов. Выполняются прогнозирующие функции с последующими действиями в части продолжения мероприятия на новом уровне, в следующий период, с новыми участниками и др. [6].

Соответствие данных циклов обязательно при рациональной разработке основных компонентов.

Выделяются основные цели проведения мероприятий, с тематикой патриотизма:

- формирование у участников качеств патриота России;
- поддержание преемственной связи прошлого на основании эпохальной памяти;
- ознакомление с традициями и культурой страны;
- развитие системы патриотического воспитания;
- организация у участников глубоко патриотического чувства;
- формирование преданности Отечеству;
- формирование желания на выполнение высоко важного долга.

Историческая составляющая нашего народа характеризуется сплоченностью, преодолением сложностей и испытаний, постоянно сопровождающих людей. Движущей силой такой мужественности являлся патриотизм – гордость за страну и любовь к ней. Интегрируя значимые социальные компоненты, патриотизм становится естественным инстинктом сохранения нации.

Чтобы вырастить достойных защитников Отечества, знающих историю родных корней, великих людей своей страны, необходимо внедрять мероприятия патриотического формата. Необходимо создавать

атмосферу понимания и важности данных событий [7].

Логически составленный план действий и следование ему – залог успешности события. Поэтому для реализации данного вида праздников, высшей точкой необходимости являются знания этого направления и наличие его четко разработанной программы.

Организация мероприятий патриотического характера является трудоемким и сложным процессом и требует серьезного и точно рассчитанного подхода.

На фоне значительных социально-экономических и политических реформаций, возникающих в России и мире, поднимается необходимость фундаментального исследования в данном направлении. Объектом исследования является современное положение дел в данной сфере и регулирование культурного продвижения молодежи. К категории предмета можно отнести развитие подрастающего поколения в части применения культурного и оздоровительного потенциала.

Выделяя такую категорию населения, как молодежь, следует иметь в виду людей, следующих высокой степени социализации, воспринимающих современные образовательные, профессиональные, культурные навыки. За небольшие промежутки времени представители данной возрастной группы испытывают череду социально-демографических статусов. Именно на молодое поколение возлагаются большие надежды. Это связано с более темпераментным, чувствительным, интеллектуально восприимчивым составом нового поколения. Особенность молодежи проявляется также и в самоотверженности и бескорыстии [8].

К характерным качествам молодежи добавляется распространение искательной активности. Поэтому подрастающему поколению необходимо закладывать и внушать фундаментальную основу культурной среды. Детально прорабатывая технологическую основу мероприятий, следует помнить о правильном становлении юного представителя в социуме. Организуемая деятельность данного направления, у молодежи устанавливается активная жизненная позиция и самореализация. Происходит воспитание творческого потенциала, постановка комплексного досуга.

Научно-технический прогресс оказывает значительное воздействие на поиск новых подходов к проведению массовых молодежных мероприятий. Такое положение определяет необходимость грамотной организации любого события, создаваемого для молодежи.

Культура современного общества характеризуется такой отличительной чертой, как склонность к «омоложению». Развитие общества в будущем зависит от того, на какие традиции и ценности обращает внимание молодежь сегодня. Подрастающее поколение служит фундаментом всех дальнейших перспектив. Существует необходимость создания устойчивых условий их развития и просвещения.

Свободное время, в частности досуг, является для молодежи доступным условием их саморазвития. Выступает необходимой локацией для собственных дел и занятий. Рассмотрение молодежной культуры непосредственно связано с характеризующими ее традициями и ценностями. Досуг совмещает внутри себя основы отдыха, спорта, самообразования, творческой деятельности. В ходе времяпрепровождения реализуется коммуникативная, общеэстетическая, чувствительная функции.

Значительную роль играет формирование мероприятия, способы и приемы подготовки, тематика. Это обуславливает разработку правил:

- конкретно ставить цель мероприятия;
- рассчитать временные периоды проведения события;
- составить план в соответствии с поставленной целью;
- подобрать благоприятную информацию в зависимости от цели;
- взвесить все шансы, обеспечивающие точность организации мероприятия;
- остановиться на нужном ритме и скорости осуществления цели мероприятия;
- предвидеть возможные негативные отклонения;
- подготовить различные формы деятельности и творческую направленность участников.

Удачное проведение мероприятия зависит полностью от основательно рассчитанной и спроектированной разработки этапов организации события. Залог успеха – составленная программа действий, в ходе которой прослеживается последовательность и стройность всех отработанных частей. Работа должна быть четко налажена, произведен контроль специалистами над деятельностью каждого этапа подготовки и проведения события [9].

В процессе организации мероприятия прослеживается необходимость проработки основных этапов мероприятия.

Первый этап – подготовительный. Осуществляются начальные работы, административные вопросы, разработка сюжета. Конкретно это проявляется в следующем:

- установление темы и цели события, уточнение целевой аудитории;
- формирование плана содержания;
- анализ и выбор смысловых источников мероприятия;
- установление методов и приемов проведения;
- разработка сценария (решение вопрос, касающихся реквизита, атрибутов);
- создание демонстрационного материала (плакаты, рекламные листы, приобретение наградной продукции);
- отбор участников (ведущие, художественный персонал);
- установление места проведения, времени и даты;
- решение административных вопросов.

Второй этап – коррекционный, выполнение исправлений в работе и подведение ее к окончательному виду. Данный этап реализуется в следующем:

- организация оформления;
- обустройство и испытание материально-технических средств;
- репетиция, регулирование сценария (генеральная репетиция);
- приглашение зрителей, участников.

Третий этап – основной, проведение самого мероприятия и анализ представленного события:

- установка материально-технических средств, оформление места проведения;
- проведение основной части мероприятия;
- выполнение анализа о проделанной работе (обсуждение, вынесение благодарственных писем организаторам).

Говоря о технологии проведения событий молодежной направленности, яркий акцент мероприятия необходимо делать на целевой аудитории. Сбор информации осуществлять с интересами и возможностями группы. Римский философ, Луций Анней Сенека о молодежи говорил так: «Молодые охотно слушают дурные советы». Поэтому при разработке плана мероприятия, логично сопоставлять процесс организации, и предоставлять только качественные материалы, в соответствии с ценностями и нормами подрастающего поколения [10].

Характерна технология особенностей проведения молодежных мероприятий. Изначально необходимо исследовать событие по масштабу и определить количество участников, также проверить новизну происходящего, так как свойственным компонентом молодежи является желание быть основоположником чего-либо нового, ранее не использовавшегося.

Далее следует привлечение лидеров мнений, на которые полагается молодое поколение. Это могут быть известные в подрастающей среде символы и кумиры. Если просматривать современный мир, можно выделить мощную информативную систему, каналы youtube с мнениями популярных видео-блогеров из среды сверстников. Такой формат пропаганды интересов свойственен молодежи.

Опорой и поддержкой являются опытные специалисты в области организации мероприятий данной направленности. Профессионалы рассчитают и привнесут изменения в основу сценария и плана события. Помогут избежать проблемных моментов, такие детали как: понимание тонкостей психологии возрастной группы, финансовых возможностей молодежи, способов коммуникации и адаптации, форм привлечения участников. Имея информацию об основных базовых тенденциях молодежных общественных организаций, студенческих советов, можно говорить о максимальном привлечении молодого потока.

Использование современных форм и методов организации положительно влияет на ход мероприятия. Действия, направленные на совершенно новое, неизведанное должны быть интересны аудитории, в противном случае, искра заинтересованности пропадет или не появится в принципе.

Необходимо придумывать темы и стимулы, привлекательные молодому поколению. Технические тренды и инновации: онлайн-трансляции, эффект «дополненной реальности» удерживают внимание аудитории. Акцентируя интерес слушателей на участии, развивается условие коммуникации, являющийся немаловажным моментом в технологии становления мероприятия [11]. Качество и мощь информационного содержания будет подпитывать интерес к событию. Мало найти отличное место, подобрать специалистов, необходимо содержательную часть вывести на высокий уровень информативности.

Заключительным пунктом в организации мероприятия, лежит обеспечение безопасности. Молодежь – более всего охраняемая категория населения, наше будущее. Установление максимального контроля является гарантией успешности организуемого мероприятия. Необходимо изначально позаботиться о сбалансированности мер безопасности, если нужно привлечь такие структуры, как: полиция, медицинский персонал, пожарная служба, волонтеры.

Заключение.

Организация любого праздника требует тщательного подхода в информационном обеспечении, предоставляемом для события, особенно если это мероприятие проводится для молодежи. Мероприятия патриотического характера требуют особой структурированности в формировании сюжета. Логически составленный план действий и следование ему – залог успешности проведения события для молодежной аудитории.

Массовое мероприятие для молодежи направлено на формирование содержательного свободного времени молодых людей, удовлетворение их интересов путем проведения новых форм культурно-массовой работы.

Молодежные мероприятия энергичны и отличаются максимальной информационной насыщенностью. Организовывая события для этой категории населения, особо ответственным является подбор информационных данных, которые должны быть актуальными и нужными для подрастающего поколения.

Библиографический список

1. Палецкий Д.В., Дудкина О.В. Проблематика современного территориального брендинга на примере города Ростова-на-Дону // Форум молодых ученых. 2017. № 3 (7). С. 354-358.
2. Дудкина О.В. О выборе восприятия внешней среды для предприятия сервиса // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы II Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2016. С. 175-177.
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. Дудкина О.В. Компетентностный подход в менеджменте человеческих ресурсов в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 57-60.
5. Дудкина О.В. Ориентиры HR-службы в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 60-63.

6. Дудкина О.В., Палецкий Д.В. О применении опыта брендинга российских городов для Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 165-171.

7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.

8. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.

9. Дудкина О.В. Апперцепция и индивидуальность в проведении мероприятий по брендингу территории города Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 155-160.

10. Дудкина О.В. Релевантность событийных мероприятий в развитии туристской привлекательности территории // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 16-20.

11. Дудкина О.В., Бородай В.А. Альтернативы традиционным бизнес-решениям в выставочных форумах // Экономические исследования и разработки. 2018. № 4. С. 111-115.

УДК 33.338

Котова Д.А. Организация и результативность тематических событийных мероприятий

Organization and effectiveness of thematic events

Котова Д.А.,

Студент 4 курс, факультет «Сервис и туризм»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Научный руководитель: **Дудкина О.В.,**
кандидат социологических наук, доцент
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Kotova D.A.
a student 4 year, faculty «Service and tourism»

Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russian Federation
Scientific adviser: Dudkina O.V.

Candidate of Sociology Sciences, Associate Professor
Don State Technical University
Rostov-on-Don, Russian Federation

***Аннотация.** В статье представлены аспекты организации тематических событийных мероприятий, а также способы оценки результативности их проведения. Показаны возможности продвижения бренда компании на рынке с помощью более тесного контакта с аудиторией и фиксирования положительного имиджа, в результате адекватно проведенного мероприятия.*

***Ключевые слова:** Специальное тематическое мероприятие, имидж компании, целевая аудитория, результативность тематического мероприятия.*

***Abstract.** The article presents aspects of the organization of thematic events, as well as ways to assess the effectiveness of their implementation. The possibilities of promoting the company's brand on the market through closer contact with the audience and fixing a positive image, as a result of an adequately conducted event.*

***Keywords:** Special thematic event, company image, target audience, effectiveness of the thematic event.*

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.

Событийный маркетинг необходим, когда компании требуется инструмент и организационная форма прямого воздействия на субъекты внутренней или внешней маркетинговой среды.

Чтобы предприятие существовало и развивалось, ему необходимо участвовать и организовывать ивент-мероприятия. Разнообразие таких мероприятий огромно и многогранно. Однако при использовании

такого тонкого инструмента как событийный маркетинг необходимо верно и обстоятельно подобрать необходимый вид события определённому предприятию и целенаправленно им воспользоваться [1]. Специальное мероприятие является не просто способом привлечения внимания потребителя к конкретной торговой марке. Формат события несёт за собой определённый характер. Вследствие данного выбора, учитывая нелинейность связей, зарождается то или иное позиционирование марки. Ивент-маркетинг не преследует цель моментально продать товар, он имеет долговременный и, в то же время, отсроченный эффект, позволяя не сразу, но надолго заполучить лояльность потенциальных клиентов фирмы [2].

Специалисты подходят к каждому мероприятию как к отдельной возможности произвести впечатление на целевую аудиторию. Однако, имеются три аспекта, которых необходимо придерживаться при разработке плана мероприятия:

- компании необходимо четко позиционировать себя;
- следует демонстрировать свою собственную оригинальность;
- учитывать предпочтения своей целевой аудитории.

Еще один плюс событийного маркетинга в том, что он позволяет воздействовать точно, на конкретного потребителя и конкретную целевую группу. Таким образом, предприятию не потребуется дополнительно тратиться на всегда дорогостоящую PR-кампанию.

Объекты и методы исследования.

Смысловая коннотация понятия «тематическое событийное мероприятие» определяется понятием массового мероприятия, посвященного определенной теме. Оно строится по определенному плану (сценарию). Каждое тематическое событие несет в себе три основополагающие функции: информационную, художественную и массовую.

Тематические событийные мероприятия могут предполагать реконструкцию какого-либо события, эпохи, культуры или территории [3].

Данные мероприятия, в качестве одного из инструментов рекламы, в последнее время всё чаще стали пользоваться компаниями для собственного продвижения. Сегодня тему специального события для продвижения бренда используют как фирмы с мировым именем, так и небольшие компании. Причина заключается в том, что предприятия, стремясь к эмерджентности, чаще всего избирают стратегию долгосрочных коммуникаций с клиентом, улучшения уровня лояльности, приверженности бренду. Это происходит в результате того, что стратегии прямых продаж потеряли свою актуальность и спрос в условиях волатильности современного рынка [4].

Тематические событийные мероприятия являются более запоминающимися, интересными и, как правило, часто вызывают значительное количество положительных эмоций у зрителей и участников. За счёт этого достигается более тесный контакт с аудиторией и фиксирование положительного имиджа, а также повышается лояльность. Организацию специальных тематических мероприятий можно отнести к любому

календарному или профессиональному празднику [5].

Зачастую, тематические мероприятия пользуются популярностью среди ресторанного бизнеса и бизнеса общественного питания в целом, нося имплицитный характер в данной сфере.

Виды специальных тематических мероприятий в ресторане:

- презентация нового меню;
- дегустация еды и напитков;
- дни национальной кухни (европейской, итальянской, русской, азиатской и т.д.);
- праздничные вечера (приурочены к праздничным календарным дням). К празднику готовится

специальное меню;

- вечер настольных игр;
- вечер караоке;
- киновечер и др.

Подготовка тематического мероприятия начинается с проведения предварительной исследовательской работы. При этом данное исследование должно давать конкретные ответы на следующие вопросы:

- зачем проводить мероприятие для предприятия;
- с какой целью люди придут на мероприятие.

Предварительные исследования можно подразделить на внешнюю и внутреннюю оценку. При этом следует учитывать валидность используемых методов [6].

К внутренним способам оценки относится применение стандартного SWOT-анализа и представление собственных данных компании.

Внешним соответствует анкетирование и опросы участников, организация и проведение интервью, анализ конкурентной среды и т.д.

В процессе компетентных исследований следует сравнивать результаты с поставленными целями и промежуточными данными [7]. Для удачного проведения мероприятия необходимо знать реальную ситуацию на рынке. В качестве основы для собственной работы необходимо использовать уже имеющиеся маркетинговые исследования, сделанные профессиональными агентствами, либо заказать их.

Следует разделять качественные и количественные исследования. Количественные исследования представляет собой выражение результатов исследований в виде цифр. Качественные исследования являются оценкой суждений и мнений. При этом их можно описать прилагательными, количественные же измеряют в проданном товаре, времени, денежных единицах, привлеченных клиентах.

Ответственным этапом в подготовительной работе с мероприятием является разработка общей концепции события – основного документа, вокруг которого далее будет создаваться вся маркетинговая структура проекта.

Необходимо выявить целевую аудиторию мероприятия – первичную, а также вторичную.

Первичная аудитория состоит из самих участников мероприятий, то есть тех, кто присутствует лично. Именно на них нацелена самая значительная часть работы по организации мероприятия.

При этом вторичная аудитория представляет собой тех людей, которые не присутствуют на мероприятии, но оно их также касается как потенциальных клиентов, партнеров, покупателей.

В процессе разработки концепции тематического мероприятия необходимо учитывать интересы как первой, так и второй категории целевых групп. Это необходимо, так как те, кто не пришел на мероприятие, но входит в понятие вторичной аудитории, в дальнейшем прочитают отзывы в прессе, услышат их от своих коллег. Сработает «сарафанное радио» и, вследствие чего, они оценят эффективность мероприятия, а значит и компанию, его организовавшую.

Во время планирования конкретного мероприятия зачастую всплывает множество деталей, которые определяются индивидуально для каждого случая. Каждый раз необходимо принимать во внимание сложившуюся экосистему конкретной компании.

Однако при этом есть ряд общих моментов, на которые следует обращать внимание:

- специальное тематическое мероприятие должно быть достаточно актуальным (чтобы оправдать потраченное время и средства);
- проект должен соответствовать целям компании;
- необходимо четко выделить целевую аудиторию, на которую рассчитано мероприятие.

Подготовка тематического мероприятия, как правило, начинается за несколько месяцев. При этом разрабатываются следующие планы:

- общий план работ (понеделный или помесечный в зависимости от масштаба мероприятия);
- план заключительного этапа: сценарий самого мероприятия (почасовой или поминутный в зависимости от масштаба мероприятия).

Пиар-продвижение специального тематического мероприятия возможно несколькими способами:

- за счёт спонсоров;
- используя прямую рекламу;
- путем взаимодействия с партнерами [8].

Работа с участниками является одним из самых длительных и трудоемких процессов в организации тематического мероприятия, который, как правило, охватывает три стадии: до события, непосредственно во время него и после мероприятия.

У любой компании, уже какое-то время существующей на рынке, имеется своя, достаточно знакомая ей, аудитория. Однако, как правило, одно специальное мероприятие не в состоянии охватить всю имеющуюся аудиторию. Исключение возможно только в том случае, когда компания занимается одним узким видом услуг, либо производит всего лишь один товар для конкретной узкой группы потребителей [9].

При завершении самого мероприятия, необходимо понимать, что работа над ним не закончена.

Работа после окончания самого мероприятия включает в себя следующее:

- оценка эффективности проведенного мероприятия;
- выполнение исследования в части отношения целевой аудитории к проведенному мероприятию;
- непосредственные коммуникации с участниками, спонсорами, подрядчиками и др.

Нормы оценки эффективности тематического мероприятия должны быть разработаны еще на этапе планирования события. Для каждого ивента, в том числе тематического, они могут быть различными, и зависят, в первую очередь, от целей мероприятия. Если цель считается достигнутой, значит, ее можно измерить.

Результативность проведенного событийного мероприятия можно оценить по следующим параметрам:

- по числу публикаций в СМИ;
- по количеству распространённых листовок;
- по объёму продаж товаров в ходе его проведения.

В то же время оценка возможна по настроению и эмоциям участников события, которые, возможно, не на следующий день, а через неопределённый промежуток времени захотят, приобрести товар, продвигаемый на мероприятии. Это и будет результатом тщательно подготовленного и спланированного событийного мероприятия, конгруэнтного конкретной организации, который даёт положительный эффект именно для данной компании.

Часто волатильность конкретного рынка ограничивает инструменты событийного маркетинга всего лишь фантазией одного маркетолога. Но в то же время в нем не используют стандартные показатели для оценки эффективности, исходя из того, что общий итог от проведения тематического мероприятия посчитать достаточно сложно.

Эффективность проведенного мероприятия можно измерить в процессе мероприятия путем исследования целевой аудитории. Рациональней всего проводить его методом анкетирования, раздав на мероприятии специально подготовленные анкеты. Обработка таких анкет не потребует много времени, но информационная составляющая и, соответственно, результативность метода после проработки полученных сведений будет высока [10].

Осуществить анкетирование возможно также в процессе коммуникации с участниками мероприятия после его завершения. Такие коммуникации могут заключаться в следующем:

- вручение сертификатов участника;
- рассылка благодарственных писем, либо информации о медиа-активности по итогам проведенного тематического мероприятия, адресной рассылке журналов, газет с публикациями по итогам мероприятия и т.д.

Онлайн рассылки сертификатов, писем, информации могут сопровождаться просьбой о заполнении анкеты.

Следует отметить, что одним из самых важных моментов для организатора является итоговый отчет по прибыльности проведенного тематического события, а также планирование дальнейших действий в сфере продолжения выбранного направления тематического ивента, либо выбор нового аутентичного мероприятия.

Заключение.

Таким образом, успешные тематические мероприятия – это не только рационально организованный процесс их подготовки, эффективная работа с участниками, подрядчиками, спонсорами. Необходимо изначально определить возможную результативность мероприятия, подсчитать расходы, спрогнозировать доходы и направить усилия на оптимизацию расходной части события с учетом перспективы продолжения работы в данном направлении.

Библиографический список

1. Дудкина О.В. О выборе восприятия внешней среды для предприятия сервиса // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы II Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2016. С. 175-177.
2. Дудкина О.В. Компетентностный подход в менеджменте человеческих ресурсов в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 57-60.
3. Дудкина О.В. Ориентиры HR-службы в современных условиях // 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» Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 60-63.
4. Дудкина О.В., Палецкий Д.В. О применении опыта брендинга российских городов для Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 165-171.
5. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.
6. 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.

7. Палецкий Д.В., Дудкина О.В. Проблематика современного территориального брендинга на примере города Ростова-на-Дону // Форум молодых ученых. 2017. № 3 (7). С. 354-358.

8. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.

9. Дудкина О.В. Апперцепция и индивидуальность в проведении мероприятий по брендингу территории города Ростова-на-Дону // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 155-160.

10. Дудкина О.В. Релевантность событийных мероприятий в развитии туристской привлекательности территории // В сборнике: Туризм и индустрия гостеприимства: современное состояние и тенденции развития. Материалы III Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской Государственный Технический Университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 16-20.

Экономическая безопасность

УДК 33

Батурина И.Н., Артамонова И.А. Безработица - одна из проблем экономической безопасности Курганской области

Unemployment is one of the problems of economic security of the Kurgan region

Батурина И.Н.,

к.э.н., доцент кафедры «Финансы и экономическая безопасность»

Артамонова И.А.

к.э.н., доцент кафедры «Учет и внешнеэкономическая деятельность»

ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет», г. Курган

I. N. Baturina,

Ph. D., associate Professor of "Finance and economic security"

I. A. Artamonova

Ph. D., associate Professor of "Accounting and foreign economic activity"

Of the "Kurgan state University", city of Kurgan

***Аннотация.** Уровень конкурентоспособности и динамика социально-экономического развития региона зависит от способности обеспечения экономической безопасности отдельно взятого субъекта хозяйствования в условиях неопределенности рыночной среды и способности противостояния факторам внутренних и внешних угроз. В данной статье рассмотрено, что понимается под региональной экономической безопасностью и изучены вопросы безработицы в Курганской области.*

***Ключевые слова:** региональная экономическая безопасность, экономически активное население, безработица.*

***Abstract.** the Level of competitiveness and the dynamics of socio-economic development of the region depends on the ability to ensure economic security of a single entity in the face of uncertainty of the market environment and the ability to confront the factors of internal and external threats. This article discusses what is meant by regional economic security and studied the issues of unemployment in the Kurgan region.*

***Keywords:** regional economic security, economically active population, unemployment.*

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

В быстроменяющихся условиях современной экономики необходимо уделять особое внимание вопросам региональной экономической безопасности. Последняя представляет собой такое состояние социально-экономических отношений региональной экономической системы, при котором она способна эффективно противостоять всем угрозам критического характера: как внешним, так и внутренним. К основным видам региональной экономической безопасности можно отнести: финансовую, промышленную, информационную, инвестиционную и инновационную, экологическую и социально-экономическая безопасность (рисунок 1).



Рисунок 1. Виды региональной экономической безопасности [1, 2]

На наш взгляд, особое место в региональной экономической безопасности занимает социально-экономическая безопасность, которая затрагивает такие вопросы: снижение (или недостаточный рост) доходов населения, расслоение общества на узкий круг богатых и преобладающую массу малообеспеченных граждан, достижение высокой доли во всем населении людей, живущих за чертой бедности, роста безработицы, сужение сферы бесплатности услуг отраслей социальной сферы и недоступности для многих качественных платных услуг, низкой рождаемости и высокой смертности.

Таким образом, важнейший национальный интерес России в социальной сфере – обеспечение нормальной демографической ситуации, роста численности населения страны.

Одним из основных показателей эффективности функционирования человеческой составляющей экономического потенциала общества – это состояние рынка труда, который изучается при рассмотрении проблем экономической безопасности страны и её отдельных регионов. Мы считаем, что одним из ключевых индикаторов рынка труда является безработица. В зависимости от её уровня, структуры и динамики можно судить не только об экономической ситуации в стране и о состоянии социального здоровья того или иного общества, но и о стабильности национальной экономики в мировом пространстве.

Следовательно, необходимо каждому конкретному региону уделять особое внимание инвестированию средств в политику защиты от безработицы, которая в будущем обеспечит экономическую отдачу.

В таблице 1 представлена динамика численности безработных в целом по Российской Федерации, а также Уральском федеральном округе (УрФО) и Курганской области.

Таблица 1

Численность безработных, тыс. чел. [3]

Регион	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение 2017 г. от 2013 г., (+;-)	2017 г. в % к 2013 г.
Российская Федерация	4137	3889	4264	4243	3967	-170	95,9
УрФО	373	375	406	393	355	-188	95,2
Курганская обл.	33	30	32	34	37	4	112,1

За анализируемый период в целом по стране и по УрФО численность безработных сокращается и в 2017 году составила 3967 и 355 тыс. человек соответственно, что ниже на 170 и 188 тыс. человек. Наибольший спад наблюдается по Российской Федерации. Однако в Курганской области численность безработных находится практически на одном и том же уровне и за анализируемый период увеличилась на 4 тыс. человек и в 2017 году оставила 37 тыс. человек. Это обусловлено низким уровнем заработной платы, непривлекательностью отдельных сфер экономической деятельности из-за тяжелых условий труда и другими факторами [4].

При оценке рынка труда особое внимание уделяют изучению численности экономически активного населения. К ним относятся лица определенного возраста, которые в рассматриваемый период считаются занятыми или безработными. К безработным по методологии Международной организации труда (МОТ) относятся лица в возрасте, которые не имеют работы, но активно ее ищут, хотя и не зарегистрированы в службе занятости.

Таблица 2

Численность экономически активного населения, тыс. чел. [3]

Регион	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение 2017 г. от 2013 г., (+;-)	2017 г. в % к 2013 г.
Российская Федерация	75529	75428	76588	76636	76109	580	100,8
УрФО	6545	6508	6509	6448	6385	-160	97,6
Курганская обл.	441	426	425	411	402	-39	91,2

Исходя из данных таблицы 2 следует, что за анализируемый период численность экономически активного населения в целом по стране увеличилась на 580 тыс. человек и в 2017 году составила 76109 тыс. человек. Однако по сравнению с предыдущим годом имеет тенденцию снижения. Причем на протяжении анализируемого периода не наблюдается стабильного роста. За период 2013-2017 гг. численность экономически активного населения в Курганской области снизилась на 39 тыс. человек или 8,8 % и в 2017

году составила 402 тыс. человек, что отрицательно сказывается на обеспеченности необходимыми трудовыми ресурсами и свидетельствует о том, что сферы трудовой деятельности являются не привлекательными [3].

Одним из существенных негативных факторов безработицы является то, что безработица в России является достаточно «молодой» - более 34 % безработные в возрасте 20-29 лет, средний возраст безработных составляет 36,3 года (таблица 3).

Таблица 3

Состав безработных по возрастным группам в 2017 г., % [3]

Регион	в возрасте, лет						средний возраст, лет
	до 20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-72	
Российская Федерация	3,8	34,4	23,8	17,8	16,8	3,4	36,3
УрФО	3,8	33,6	23,9	17,0	18,5	3,2	36,6
Курганская обл.	4,2	31,8	18,1	19,4	24,1	2,4	37,7

По данным Курганской области складывается аналогичная ситуация: 31,8 % безработных – это лица в возрасте 20-29 лет. На втором месте в составе безработных – лица в предпенсионном возрасте 50-59 лет. Эта ситуация повлекла за собой то, что средний возраст в области составил 37,7 лет, что выше среднероссийского значения на 1,4 года и выше значения Уральского Федерального округа на 1,1 года.

Рассматривая половую структуру безработных, следует отметить преобладание мужчин (таблица 4).

Таблица 4

Состав безработных по полу в 2017 г., % [3]

Регион	в том числе	
	мужчины	женщины
Российская Федерация	53,0	47,0
УрФО	53,9	46,1
Курганская обл.	62,6	37,4

Состав безработных по уровню образования, представленный в таблице 5, свидетельствует о том, что наибольший удельный вес безработных приходится на лиц, имеющих среднее (полное) общее образование и на лиц, имеющих начальное профессиональное образование. Кроме того, в Курганской области имеется наибольший удельный вес безработных приходится на лиц, имеющих основное общее образование. На их долю приходится 18 %, что значительно выше, чем в целом по стране, так и по УрФО. Удельный вес безработных, имеющих основное общее образование в Российской Федерации составляет 9,1 %, в УрФО чуть выше среднероссийского значения – 9,8 %.

Таблица 5

Состав безработных по уровню образования по данным 2017 г., % [3]

Показатель	Российская Федерация	УрФО	Курганская обл.
Безработные, всего	100,0	100,0	100,0
в т.ч.: имеют образование:			
высшее	20,6	19,0	13,9
специалисты среднего звена	20,0	21,8	15,4
квалифицированных рабочих (служащих) (включая начальное образование)	20,1	23,9	25,2
среднее общее	29,1	24,2	24,3
основное общее	9,1	9,8	18,0
не имеют основного общего	1,1	1,3	3,2

Показателем, характеризующим ситуацию в сфере безработицы, является уровень безработицы, показывающий процентное отношение числа безработных к общей численности трудоспособного населения. Динамика данного показателя по регионам страны представлена на рисунке 2.

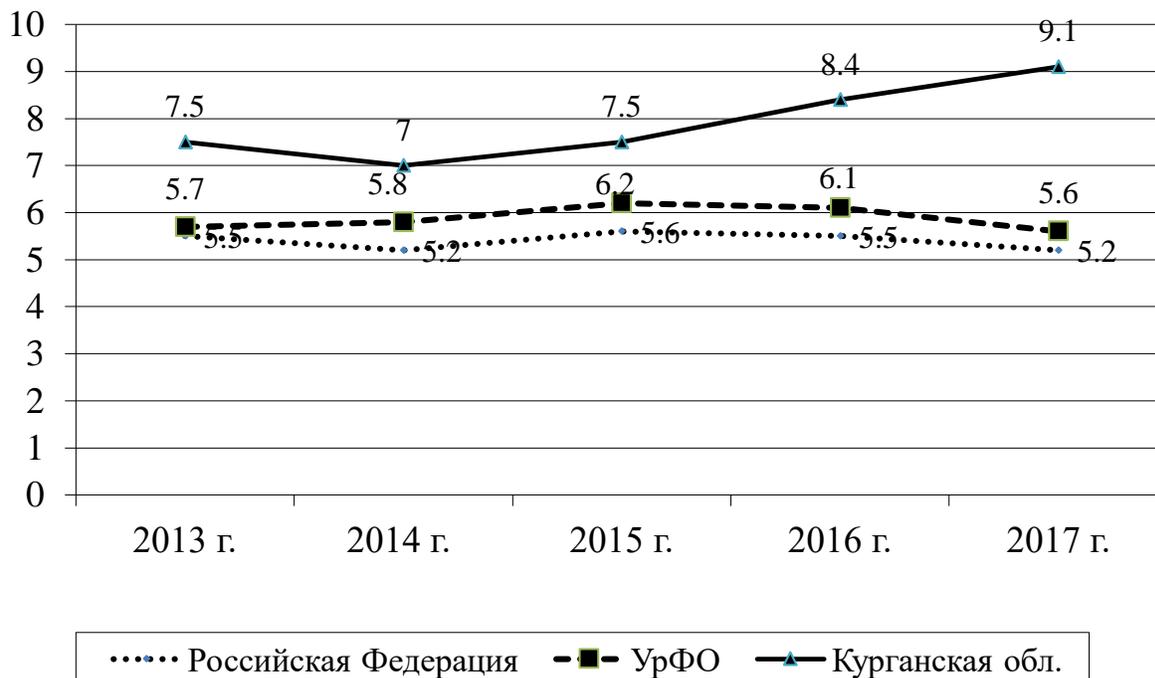


Рисунок 2. Уровень безработицы, % [3]

Наименьший уровень безработицы наблюдается в целом по стране и в 2016-2017 годах отмечается снижение данного показателя. Уровень по Уральскому федеральному округу чуть выше среднероссийскому значению и также наблюдается в последние годы его снижение. Однако по Курганской области уровень

безработицы значительно выше среднероссийского значения и в то же время начиная с 2015 года имеет устойчивую тенденцию роста, что свидетельствует об опасности увеличения и в последующие периоды. Что является существенной угрозой, стоящей перед данным регионом. Поэтому необходимо создать все условия для роста экономики и создания привлекательности всех сфер экономической деятельности, что в последующем обеспечит рост уровня заработной платы и обеспечение высокого уровня жизни граждан, проживающих на территории Курганской области.

Таким образом, без развития и поддержания на достойном уровне человеческих ресурсов невозможно обеспечивать дальнейший экономический рост и конкурентоспособность экономики.

Библиографический список

1. Артамонова И.А., Медведева Т.Н., Батурина И.Н. Устойчивость региональной экономики: понятия и необходимость её определения //Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: сборник статей по материалы III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (14 марта 2019 года) / под общ. ред. д. с.-х. н., проф. Сухановой С.Ф. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2019 – 465 с. <http://www.ksaa.zaural.ru/files/attachments/article/578/> (дата обращения 15.04.2019 г.)
2. Кудреватых Н.В. Экономическая безопасность региона: учебное пособие. - СПб.: ИЦ "Интермедия", 2016. – 168 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018.: Статистический сборник. – М.Росстат, 2018. – 1162 с. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/region/reg-pok18.pdf (дата обращения 10.04.2019 г.)
4. Шевелева И.Н., Шевелев В.И., Ревякина О.Е. Проблема занятости и безработицы Курганской области //Современные проблемы финансового регулирования и учета в агропромышленном комплексе: сборник статей по материалы III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (14 марта 2019 года) / под общ. ред. д. с.-х. н., проф. Сухановой С.Ф. – Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2019 – 465 с. <http://www.ksaa.zaural.ru/files/attachments/article/578/> (дата обращения 11.04.2019 г.)

УДК 330.3

Лизункова Е.А. Критерии эффективности и противодействие коррупции в контрактной системе государственных (муниципальных) закупок Performance criteria and anti-corruption in contractual system of public (municipal) procurement

Лизункова Е.А.,

студент 3 курса Калужского филиала РАНХиГС
при Президенте Российской Федерации

Научный руководитель **Новосельцева М.М.,**
к. э. н., доцент кафедры экономической безопасности
Калужского филиала РАНХиГС
при Президенте Российской Федерации

Lizunkova E.A.,
3rd year student of the Kaluga branch of the RANEPА
under the President of the Russian Federation
Supervisor Novoseltseva M.M.,
cond. Mr., Associate Professor, Department of Economic Security
Kaluga branch of RANEPА
under the President of the Russian Federation

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены критерии эффективности в сфере государственных и муниципальных закупок товаров, работ и услуг, а также проведен анализ ряда показателей их эффективности. Автором были выявлены и описаны основные коррупционные схемы в сфере контрактной системы государственных (муниципальных) закупок и предложены пути противодействия коррупции в рассматриваемой сфере в целом.*

***Ключевые слова:** закупки, государственные нужды, контракт, контрактная система, эффективность, коррупция, противодействие коррупции*

***Abstract.** This article describes performance criteria in the sphere of public (municipal) procurement of goods and services and also analyzes certain indicators of its effectiveness. The author has identified and described the main corruption schemes in the sphere of contractual system of public (municipal) procurement and proposed the ways of anti-corruption in the sphere in general.*

***Keywords:** purchase, government needs, contract, contractual system, effectiveness, corruption, anti-corruption*

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

Государственные закупки являются существенной частью общей экономической деятельности государства, поскольку последнее выступает крупнейшим игроком на рынке и нуждается в товарах, услугах и работах, как и любой другой представитель рыночной экономики.

Государственные закупки представляют собой систему размещения заказов и осуществления закупок товаров, работ и услуг, направленных на удовлетворение государственных потребностей по условиям, заранее указанным в документации.

Одним из способов осуществления государственных закупок является контрактная система, под которой понимается совокупность организаций и органов, так или иначе участвующих в закупках для обеспечения государственных нужд. Первым основным элементом контрактной системы выступают заказчики, которые публично размещают информацию о своих потребностях и объявляют закупки, а вторым – поставщики, которые принимают участие в закупках, соревнуясь между собой. В обстановке здоровой конкуренции создается возможность для получения наилучших условий контракта.

Основным нормативно-правовым актом, регламентирующим процедуры контрактных государственных закупок в Российской Федерации, является Федеральный закон №44-ФЗ от 5 апреля 2013 года «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [1].

Эффективность выстроенной в стране системы государственных закупок в целом влияет на то, насколько эффективно будут расходоваться бюджетные средства, какая конкурентная среда будет сформирована, а также каковы перспективы дальнейшего развития экономики в области инноваций.

Оценка эффективности системы государственных закупок подразумевает определение критериев эффективности, посредством которых формируется оценка качества экономического объекта, процесса. Критерии определяются на основании действующих законодательных и иных нормативно-правовых документов, регулирующих сферу деятельности, в которой анализируется эффективность, а также на основе общепринятых научных норм, которыми руководствуется субъект исследования.

Следует выделить следующие три критерия эффективности государственных закупок:

1. Экономичность – это критерий, подразумевающий использование наименьшего объёма денежных средств с сохранением необходимой степени качества поставляемых товаров или выполняемых работ и услуг;
2. Качественность – это критерий, характеризующийся как степень удовлетворённости заказчика поставляемыми товарами или выполняемыми работами и услугами;
3. Смешанный эффект – это взаимосвязь двух первых критериев, при которой достигнута средняя степень экономии, а качество поставляемых товаров или выполняемых работ и услуг находится на достаточном уровне.

В связи с этим рассмотрим и охарактеризуем такие показатели, как объём государственных закупок, количество заключённых контрактов и относительный объём экономии по государственным закупкам в соответствии с 44-ФЗ (таблица 1) [2, 3, 4, 5].

Таблица 1

Динамика показателей эффективности государственных (муниципальных) закупок в 2016-18 гг.

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Изменение в 2018 г., ±	
				2016 г.	2017 г.
Объем государственных закупок, трлн. руб.	5,2	6,3	6,8	+ 1,6	+ 0,5
Количество контрактов, млн. шт.	3,4	3,5	3,5	+ 0,1	+ 0,1
Объем относительной экономии, млрд. руб.	512	422	332	- 180	- 90

Источники: данные Интерфакс, СКБ Контур, Кредитно-Страховое Агентство «Аркада плюс финансы», расчеты автора

В период с 2016-2018 гг. наблюдается увеличение объема государственных закупок. В 2018 году его величина составила 6,8 трлн. руб., что на 1,6 трлн. руб. или на 23,5% больше значения 2016 года.

Количество заключенных контрактов увеличилось на 0,1 млн. штук или на 2,9% по сравнению с 2016 годом и в 2017 году составило 3,5 млн. заключенных контрактов. В 2018 году данный показатель остался неизменным.

В то же время наблюдается значительное снижение величины относительного объема экономии по государственным закупкам в период 2016-2018 гг. По сравнению с 2016 годом его величина уменьшилась на 180 млрд. руб. или на 35,2% и в 2018 году составила 332 млрд. руб.



Рисунок 1. Динамика объема относительной экономии в 2016-18 гг., млрд. руб.

Снижение объема относительной экономии может свидетельствовать о неэффективном расходовании бюджетных средств при осуществлении государственных (муниципальных) закупок. В связи с этим,

необходимо осуществлять более тщательный контроль над процессом закупок и расходованием бюджетных средств.

Проблема коррупции в контрактной системе государственных закупок является актуальной. Рассматриваемая сфера особенно уязвима для коррупции в связи с большим объемом обращающихся в ней денежных средств, специфической структуры расходов. Поэтому на следующем этапе представилось необходимым выявить наиболее распространенные коррупционные схемы в сфере контрактной системы.

К распространенным коррупционным схемам относятся [6]:

1. Направление потенциальным поставщиком заявки на сумму заведомо ниже, чем у прочих участников госзакупок;
2. Установление со стороны заказчика чрезвычайно коротких сроков для реализации заказа или выполнения работ, при которых исполнение заказа возможно только заранее подготовленным поставщиком, являющимся участником мошеннической схемы;
3. Установление заведомо неконкурентной цены за исполнение госзаказа в обозначенном объеме, что будет неинтересно другим потенциальным поставщикам;
4. Установление непривлекательной схемы оплаты исполнения госзаказа (например, с большой отсрочкой);
5. Некорректное внесение данных в ЕИС (например, смешение кириллицы и латиницы при написании наименования заявки) и т.д.

Борьба с коррупцией является особенно сложной проблемой, требующей тщательного контроля как со стороны непосредственных участников закупочного процесса, так и государства. Также требуется контроль со стороны финансовых структур, поскольку все денежные средства проходят по банковским счетам. «Клиентское подразделение осуществляет первичное знакомство» [7, с. 525] с клиентом. «Решающим здесь является четкое разграничение функций и полномочий подразделений и их взаимодействие» [8, с. 16]. Необходимо внедрение «организационной структуры, обеспечивающей двойной контроль» [9, с. 127]. При этом «государство должно располагать эффективными методами контроля за участниками рынка, в частности, коммерческими банками» [10, с. 10]. Именно поэтому противодействие коррупции в рассматриваемой сфере закупок должно стать приоритетом по многим направлениям, поскольку честное, добросовестное поведение сторон, открытость и ясность процесса сделает возможным приобретение товаров, работ и услуг по лучшей цене и лучшего качества, а также обеспечит здоровую конкуренцию.

Во-первых, необходимо снизить возможность сговора между участниками процедуры закупки и лицами, которые обеспечивают ее проведение. Следует распределить обязанности между разными специалистами, при этом непосредственно процедурами закупок должны заниматься уполномоченные специалисты по закупкам.

Во-вторых, можно ввести правило о документальном оформлении принятых решений. Наличие документов, фиксирующих действия участников процесса и принимаемые ими решения при проведении процедур закупок, дает возможность выявить виновных в правонарушении.

В-третьих, руководителям необходимо своевременно реагировать на возникающие жалобы, поступающие от участников закупок или иных заинтересованных лиц.

Подводя итог, отметим, что рассмотренные критерии эффективности позволяют судить о том, что в сфере государственных (муниципальных) закупок имеет место низкий уровень экономии, который с каждым годом снижается.

Таким образом, противодействие коррупции требует дальнейшего совершенствования по рассмотренным направлениям.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 №44-ФЗ (последняя редакция) (дата обращения: 19.04.2019).
2. Объем госзакупок в РФ в 2018 г. вырос на 7% – до 6,8 трлн. рублей / Интерфакс. – Режим доступа: <http://prozakupki.interfax.ru/articles/1197> (дата обращения: 19.04.2019).
3. Мониторинг закупок за 2017 год: основные цифры и данные / СБК Контур. – Режим доступа: <https://zakupki.kontur.ru/site/articles/1195-monitoring-2017> (дата обращения: 19.04.2019).
4. Объем экономии по госзакупкам в 2017 г. составил 398 млрд рублей / Интерфакс. – Режим доступа: <http://prozakupki.interfax.ru/articles/903> (дата обращения: 20.04.2019).
5. Итоги закупок в 2018 году / Кредитно-Страховое Агентство «Аркада плюс финансы». – Режим доступа: <https://kb52.ru/finance-news/317-2018> (дата обращения: 20.04.2019).
6. «Методическое пособие по выявлению конфликта интересов при осуществлении закупок товаров, работ, услуг для обеспечения нужд ГФС России». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_287625/bff7a87c29d629569458ae0bb880baf584764b0c (дата обращения: 23.04.2019).
7. Новосельцева М.М. Реализация кредитной политики коммерческими банками // Финансовая экономика. 2019 №2. С. 522-525.
8. Новосельцева М.М. Вопросы кредитной политики коммерческих банков в современных условиях // Банковские услуги. – 2010 – № 2
9. Терновская Е.П. Новосельцева М. М. Формирование кредитной политики коммерческого банка // Финансовый журнал. – 2010 – № 2.
10. Терновская Е.П. Тенденции и перспективы развития инвестиционного банковского кредитования в российской экономике // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017 Т. 6 № 10 С. 48-56.

УДК 338.1

Любарская М.А., Гаченко М.С. Проблема отмыwania денежных средств, полученных преступным путем в российской экономике
The problem of money laundering obtained by criminal means in the Russian economy

Любарская Мария Александровна
Гаченко Мария Сергеевна

1. Доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и территориального управления
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

2. Студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Lyubarskaya Mariia Alexandrovna
Gachenko Mariia Sergeevna

1. Doctor of Economics Sciences, Professor of the Department of state and territorial administration,
Saint Petersburg state university of economics

2. Master student
Saint Petersburg state university of economics

***Аннотация.** В статье рассмотрена проблема отмыwania денежных средств, полученных преступным путем в российской экономике. Выделены основные секторы экономики России, формировавшие спрос на теневые финансовые ресурсы, определена тенденция развития теневого сектора экономики в России. Рассмотрены основные результаты деятельности правоохранительных органов в области ПОД/ФТ.*

***Ключевые слова:** экономическая безопасность, экономические преступления, отмыwanie преступных денежных средств, теневая экономика в России, теневые группы.*

***Abstract.** The article deals with the problem of money laundering in the Russian economy. The main sectors of the Russian economy that have shaped the demand for shadow financial resources are identified, the development trend of the shadow sector of the economy in Russia is determined. The main results of law enforcement in the field of counteraction of money facilities and terrorism financing.*

***Keywords:** economic security, economic crimes, criminal money laundering, shadow economy in Russia, shadow groups.*

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

Отмыwanie денежных средств, полученных преступным путем, представляет собой процесс перехода криминальных денежных средств из теневого сектора экономики в легальные финансовые потоки путем сокрытия их происхождения. Проблема легализации преступных денежных средств создает дополнительные угрозы экономической безопасности и развития экономики государства в целом за счет вовлечения в схемы отмыwania денежных средств различных секторов экономики, а также финансирования терроризма. Развитие преступлений в данной области ведет к нарушению стабильности всех сфер общественной жизни.

Согласно статье 174 УК РФ, отмывание денежных средств определяется как совершение финансовых операций и других сделок с денежными средствами или иным имуществом, заведомо приобретенными другими лицами преступным путем, в целях придания правомерного вида владению, пользованию и распоряжению указанными денежными средствами или иным имуществом [8].

По оценкам ООН ежегодно отмываемые доходы составляют от двух до пяти процентов мирового ВВП или от 1,6 до четырех триллионов долларов [10]. В соответствии с данными, представленными в Российском обзоре экономических преступлений за 2018 год, легализация доходов, полученных преступным путем, составляет 15% от всех экономических преступлений в России и 9% на мировом уровне [6]. При этом объем теневой экономики в России оценивается в 20,7 трлн руб. или 20% ВВП в 2018 г., 18,9 трлн руб. или 20,5% ВВП в 2017 г. и 24,3 трлн руб. или 28,3% ВВП в 2016 г. [9].

Для выявления проблемы отмывания дохода в России, перейдем к непосредственному анализу данных об экономических преступлениях, совершенных в России и преступлениях в области легализации доходов (Рисунок 1).

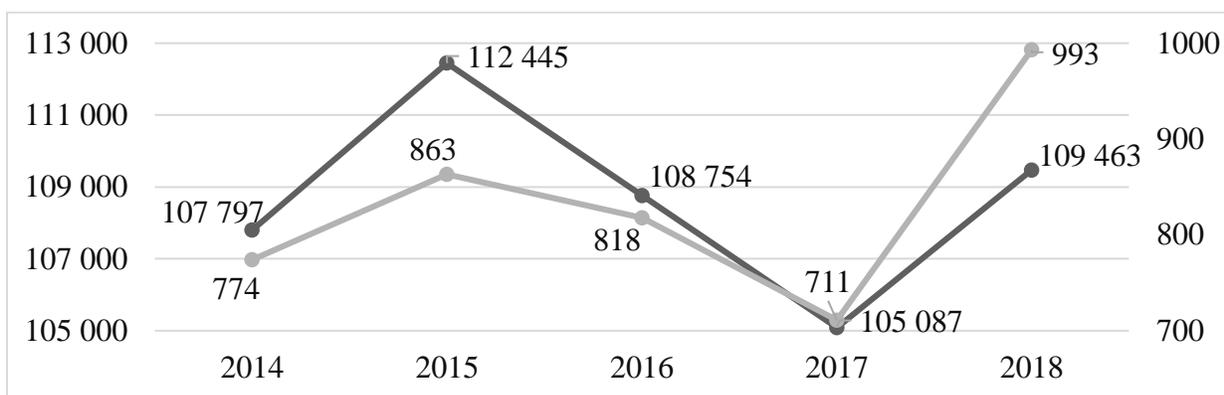


Рисунок 1. Количество экономических преступлений в РФ за 2014-2018 гг. (ед.) всего – левая ось; в области легализации денежных средств, полученных преступным путем – правая [2]

Как видно из данных графика, общее количество экономических преступлений в России с 2014 г. увеличилось на 1 666 ед. или 1,5% до 109 463 ед. в 2018 г., при этом наибольшее количество преступлений за рассматриваемый период зарегистрировано в 2015 г. (112 445), а наименьшее в 2017 г. (105 087). Незаконное присвоение активов остается самым распространенным видом преступной деятельности в сфере экономических преступлений как в России, так и во всем мире. Количество преступлений в области легализации денежных средств, полученных преступным путем, также увеличилось с 2014 г. на 219 ед. или 22,1% 993 ед. в 2018 г. Кроме этого, проанализируем и сопоставим с имеющимися данными информацию о размерах материального ущерба от экономических преступлений в РФ (Рисунок 2).

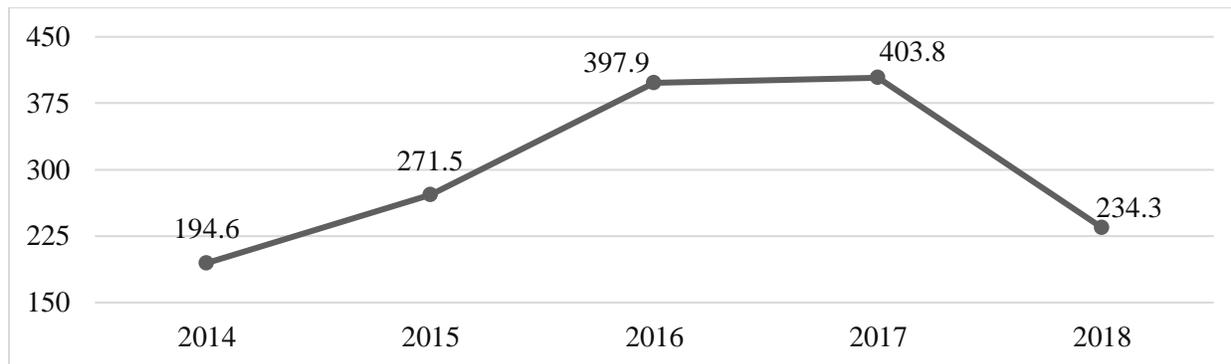


Рисунок 2. Материальный ущерб от экономических преступлений в РФ (по оконченным и приостановленным уголовным делам) в млрд руб. за 2014-2018 гг. [3]

Проанализировав данные, представленные на графике, можно отметить, что размер суммы материального ущерба от экономических преступлений в РФ демонстрировал положительную динамику с 2014 г. до 2017 г. Так, объем материального ущерба увеличился на 209,2 млрд руб. или 207% до 403,8 млрд руб., при этом, вне зависимости от тенденции к сокращению с 2017 г., в 2018 г. по отношению к уровню 2014 г., также наблюдалось увеличение объема на 39,7 млрд руб. или 16,9% до 234,3 млрд руб.

Сравнив данные о количестве экономических преступлений и суммы материального ущерба можем отметить, что с увеличением количества преступлений снижается сумма материального ущерба. Данная тенденция может означать изменение характера преступлений, таким образом, частота совершения преступлений увеличилась, при уменьшении среднего размера ущерба от одного совершенного преступления.

В связи с развитием киберпреступности и увеличением преступлений, совершенных при помощи банковского сектора, рассмотрим данные о количестве сомнительных операций в банковском секторе (Рисунок 3).

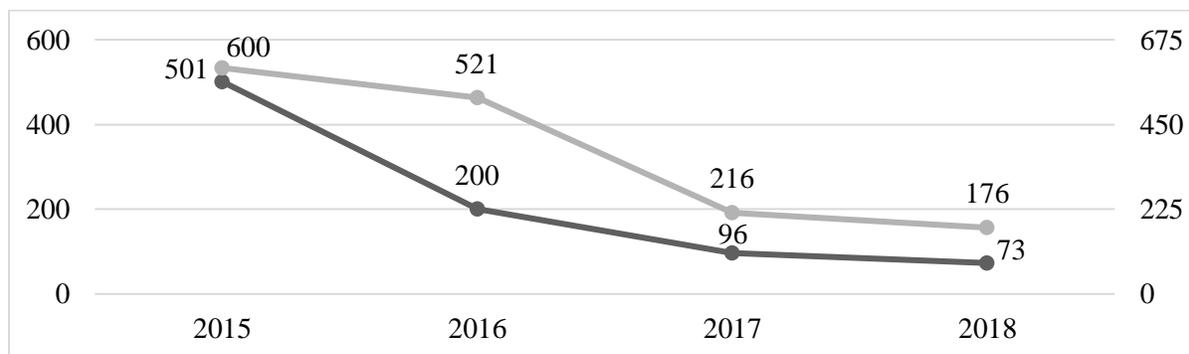


Рисунок 3. Количество сомнительных операций в банковском секторе РФ 2015-2018 гг. (млрд руб.) левая ось – вывод денежных средств за рубеж; правая ось – обналичивание денежных средств [4]

Рассматривая данные о количестве сомнительных операций в банковском секторе, представленные на рисунке 3, можно отметить отрицательную динамику количества сомнительных операций с 2015 г. по настоящее время. Таким образом, объем вывода денежных средств за рубеж уменьшился на 424 млрд руб. или 341% до 176 млрд руб., при этом также наблюдалось снижение объемов обналичивания денежных средств в структуре сомнительных операций на 428 млрд руб. или 686% до 73 млрд руб. Рассмотрим основные секторы российской экономики, в большей степени формировавшие спрос на теневые финансовые услуги в 2018 г. (Рисунок 4).

Как видно из круговой диаграммы, строительный сектор (29%) и услуги (22%) имели большой спрос на теневые финансовые услуги. На основе проведенной Росфинмониторингом оценке вовлечения субъектов в «теневые группы», использующие типологии ОД/ФТ (отмывания доходов и финансирования терроризма), можно отметить, что:

- угроза вовлечения лизингового сектора (с использованием его инфраструктуры) в схемы легализации преступных доходов на умеренном уровне при относительно низком уровне уязвимости, который обуславливает потенциальный риск вовлечения сектора в противоправные схемы;
- сектор операторов по приему платежей характеризуется крайне низкой криминализированностью и умеренным уровнем угрозы, при умеренном уровне риска использования сектора для целей ОД и низком уровне риска ФТ;
- повышенным уровнем угрозы вовлечения в схемы легализации преступных доходов характеризуется сектор риэлторов, однако в силу сохранения высокого уровня корпоративного контроля в дополнении с государственным контролем, в секторе наблюдается умеренный уровень риска использования сектора в схемах ОД/ФТ;
- угроза вовлечения факторинговых организаций в схемы ОД/ФТ минимальна, при умеренном уровне уязвимости и низком уровне риска, за счет эффективного контроля со стороны государства, «материнских» банков и кредитных организаций, обслуживающих сектор [7].

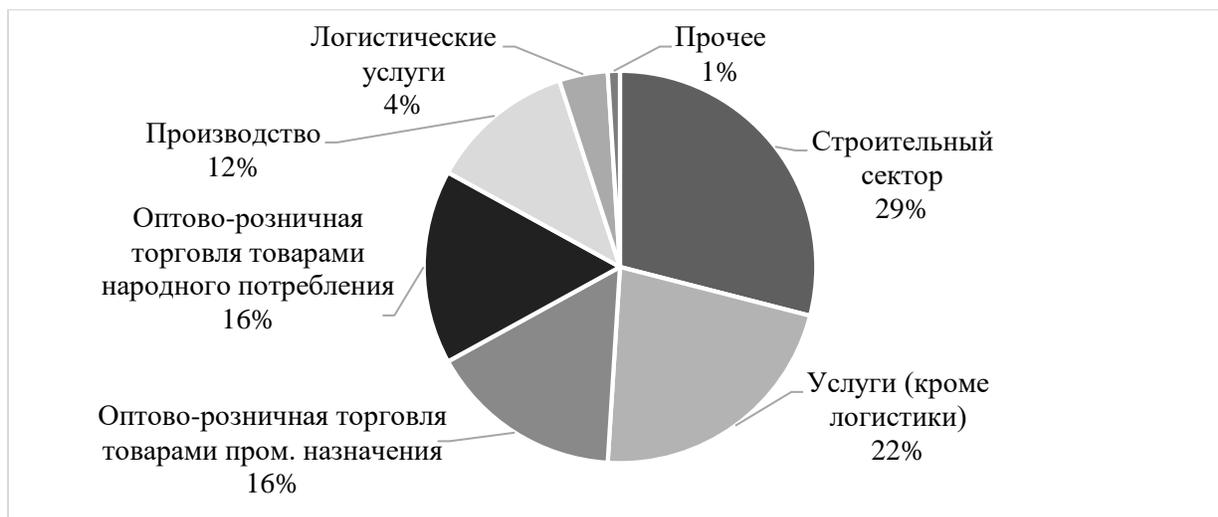


Рисунок 4. Секторы экономики России, формировавшие спрос на теньевые финансовые услуги в 2018 г. [1]

Росфинмониторинг также отчитался о результатах принятых и принимаемых мерах по снижению рисков использования субъектов различных «теневых групп» в отмыывании денежных средств:

- в 2017 году банками принято 620 тыс. решений об отказе в совершении операций по переводу средств, что позволило пресечь вывод в теневой сектор более 181 млрд руб.;
- в результате проверки достоверности ЕГРЮЛ, количество «фирм-однодневок» сократилось и составило 7,3% от общего числа юридических лиц в 2018 г.;
- при реализации правоохранительными органами материалов Росфинмониторинга в области выведенных за рубеж преступных активов, в 2017 г. удалось арестовать активов на сумму около 10 млрд руб.;
- в следствие введенной обязанности уполномоченных банков отказывать в проведении валютных операций, если таковые противоречат требованиям валютного законодательства, за последние годы объемы финансовых операций с признаками незаконного вывода средств за рубеж сокращены более чем в 20 раз – с 1,7 трлн рублей до 77 млрд рублей в 2017 г.;
- при ужесточении уголовной ответственности за коррупционные преступления с 2015 г. осуждено свыше 4000 правоохранителей, более 400 депутатов, около 3000 должностных лиц;
- в результате выявленных нарушений и соответствующего отзыва лицензии у 162 страховых организации в 2016-2017 гг. объем подозрительных операций сократился на 40% [5].

Проанализировав данные о проблеме легализации денежных средств, полученных преступным путем выявлено, что для российской экономики характерен рост объема отмываемых доходов и увеличение количества экономических преступлений в данной области. Определено, что в секторальной структуре экономики спрос на теньевые финансовые ресурсы в большей степени формируют строительный сектор и услуги. Установлено снижение объема теневой экономики в структуре экономики России, при незначительном

увеличении данного показателя в 2018 г. Отмечены результаты принятых и принимаемых мер государственными правоохранительными органами в области легализации денежных средств, полученных преступным путем.

Библиографический список

1. Банк России. Информационные материалы по сомнительным операциям. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/16773/sectors_2018.pdf
2. Ежегодный отчет МВД РФ, ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» за 2014-2018 гг. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/Deljatelnost/statistics> (состояние преступности (архивные данные) – краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь – декабрь – преступления экономической направленности) – Дата обращения 24.03.2019
3. Ежегодный отчет МВД РФ, ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» за 2014-2018 гг. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/Deljatelnost/statistics> (состояние преступности (архивные данные) – краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь – декабрь – сведения о потерпевших от преступных посягательств и материальном ущербе от преступлений) – Дата обращения 24.03.2019
4. Информация Департамента финансового мониторинга и валютного контроля. Структура сомнительных операций в банковском секторе. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.cbr.ru/today/resist/resist_sub/ – Дата обращения 07.04.2019
5. Национальная оценка рисков легализации (отмывания) преступных доходов. Публичный отчет Росфинмониторинга. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://media.mvd.ru/files/embed/1380346> – Дата обращения 02.05.2019
6. Российский обзор экономических преступлений. – 2018. – С.8. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/forensic-services/assets/PwC-recs-2018-rus.pdf> – Дата обращения 24.03.2019
7. Секторальная оценка рисков. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.fedsfm.ru/COR> – Дата обращения 24.03.2019
8. УК РФ Статья 174. Легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных другими лицами преступным путем. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4dfcfc8807c829f92212ce92efe818c4a707a3ca/ – Дата обращения 07.04.2019
9. Финансовая разведка оценила в 20 трлн руб. объем теневой экономики в России. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6c16d99a79477be70257ee> – Дата обращения 19.04.2019
10. IMF, Anti Money Laundering and Economic Stability – IMF Finance & Development Magazine. – №4(55). – December 2018. – P.44-45.

УДК 338

Чемоданова Ю.В., Макушева Ю.А., Сорокина К.В. Проблемы киберугроз в свете риска менеджмента и безопасности организации
Cyber threats in the light of management risk and organization security

Чемоданова Юлия Владимировна,

кандидат экономических наук и доцент ННГУ им. Н.И. Лобачевского,
 Российская Федерация, Нижний Новгород;

Макушева Юлия Андреевна,

кандидат экономических наук и доцент ННГУ им. Н.И. Лобачевского,
 Российская Федерация, Нижний Новгород;

Сорокина Ксения Вилорьевна,

студент ННГУ им. Н.И. Лобачевского, Российская Федерация, Дзержинск.

Chemodanova Julia Vladimirovna,

Candidate of Economic Sciences and Associate Professor of UNN named after N.I. Lobachevsky, Russian Federation,
 Nizhny Novgorod;

Makusheva Julia Andreevna,

Candidate of Economic Sciences and Associate Professor of UNN named after N.I. Lobachevsky, Russian Federation,
 Nizhny Novgorod;

Sorokina Ksenia Vilorevna,

Student UNN them. Lobachevsky, Russian Federation, Dzerzhinsk.

Аннотация. В данной статье рассматривается одна из наиболее насущных проблем современной экономической безопасности - это проблемы киберугроз в свете риска менеджмента и безопасности организации. Актуальность выбранной темы обусловлена мировой угрозой киберпреступлений, затрагивающих экономику многих стран, мирных жителей, а также ставящих под угрозу безопасность организаций и их работников. К разработке закона и мировому сотрудничеству необходимо подходить осознано, так как данная проблема является одной из основ обеспечения процветающей экономики и без преступности в сфере интернет ресурсов.

Произведена классификация стран с наиболее ярко выраженными показателями киберпреступности по всему миру. Был выявлен ущерб нанесенный мировому бизнесу от нападений киберпреступников. Проведен анализ методов, применяемых кибермошенниками в локальной сети, также предоставлен сравнительный анализ борьбы закона с киберпреступниками, приведены данные всемирного рейтинга по индексу кибербезопасности.

Были выявлены проблемы нехватки кадров, и необходимости стран в разработке мер по их привлечению к работе на правительство. Необходима выработка более благоприятных условий для работы, потому как показывает практика, частные компании могут предложить специалистам наиболее лучшие условия, чем любое правительство.

Ключевые слова: киберпреступность, киберугроза, дигитализация, закон, мировой бизнес, мировая экономика, кибербезопасность стран, социальная инженерия, фишинг.

Abstract. This article discusses one of the most pressing problems of modern economic security - these are problems of cyber threats in the light of management risk and organization security. The relevance of the chosen topic is due to the world threat of cybercrimes affecting the economies of many countries, civilians, as well as endangering the security of

organizations and their workers. It is necessary to approach the development of law and world cooperation consciously, since this problem is one of the bases for ensuring a prosperous economy and without crime in the sphere of Internet resources.

The classification of countries with the most pronounced cybercrime indicators worldwide has been made. The damage caused to the world business from attacks by cybercriminals was revealed. The analysis of the methods used by cyber fraudsters in the local network was carried out, a comparative analysis of the law's fight against cybercriminals was also provided, and the data of the world rating on the cybersecurity index were given.

Problems of shortage of personnel were identified, and the need of countries to develop measures to involve them in working for the government. It is necessary to develop more favorable conditions for work, because as practice shows, private companies can offer specialists the best conditions than any government.

Keywords: *cybercrime, cyber threat, digitalization, law, world business, world economy, cyber security of countries, social engineering, phishing.*

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

Об актуальности киберугроз мы слышим от многих политиков, инвесторов, аналитиков и руководителей компаний. Всеми известный политический деятель Набиуллина Э.С. не раз говорила об уровне защиты российской системы, ссылаясь на киберугрозы. В мире глобализации информационных технологий мы часто сталкиваемся с новыми видами преступлений. Современные разработки в сфере интернет ресурсов дают неограниченный доступ к данным и одновременно являются негативным последствием развития. Преступность, в которой компьютер является объектом, способом и средством противозаконных действий.

В эпоху информационного общества проблема киберпреступности наиболее актуальна. Кибермошенники незаметно устанавливают на наши компьютеры и смартфоны вредоносные программы, получают за нас карты по поддельным документам, заманивают на фальшивые сайты известных компаний, где крадут наши данные, устанавливают в банкоматах устройства похищающие пин-коды. Но чаще всего они обманывают нас через социальные сети и по телефону. Выманивают сведения по снятию денег с наших карт, это называется социальная инженерия. Пора честно признать, с этим сталкивался почти каждый [1].

Также это проблема глобального масштаба, экономика большинства стран является жертвой киберпреступников. Киберпреступность приносит больше денег (триллионы долларов), чем торговля оружием и наркотиками (миллиарды). Существует множество киберпреступных группировок, нацеленных на разные рода преступления. Согласно мировой статистике, было выделено 10 стран наиболее ярко подверженных кибератакам [2], (рис.1).



Рисунок 1. 10 самых опасных стран мира.

Уровень киберугрозы по всему миру растет шокирующими темпами. Ни одна другая преступная деятельность на Земле не показывает таких цифр. Число преступлений увеличивается на 3-4% ежемесячно, только в прошлом в году было насчитано 40 млн киберпреступников. Они совершают почти 600млн (556млн) преступлений. Хакеры нападают не только на банки, но и на больницы, фабрики, аэропорты, СМИ, оборонные объекты, даже на кинокомпании. Нет такой сферы, которая не входила бы в интересы злоумышленника[3].

На просторах глобальной сети все чаще можно встретить сайты, предлагающие скачать контент или программное обеспечение за деньги. Чаще всего ничего не подозревающему пользователю предлагается отправить SMS сообщение, стоимость которого оказывается запредельно высокой. Пользователей может даже не получить контент, но заразить свой компьютер вирусами, так как преступник использует вредоносное программное обеспечение.

Еще одним способ получения персональных данных и мошенничества в сети является фишинг. Пользователю приходит электронное письмо, написанное в принудительной форме с целью перехода по ссылке от имени организации (это может быть налоговая служба, банк и т.д.). В большинстве случаев основной целью данного метода является получение доступа к банковским счетам клиента.

Также в кибермошенничестве имеет место быть хакинг. Хакеры взламывают компьютерные системы организаций, с целью финансового вымогательства или шантажа. На основе статистических данных за 2018 год[4] было выявлено, что в методах кибератаки доминирует фишинг и вредоносные программные обеспечения, которые используются организациями, (рис.2).

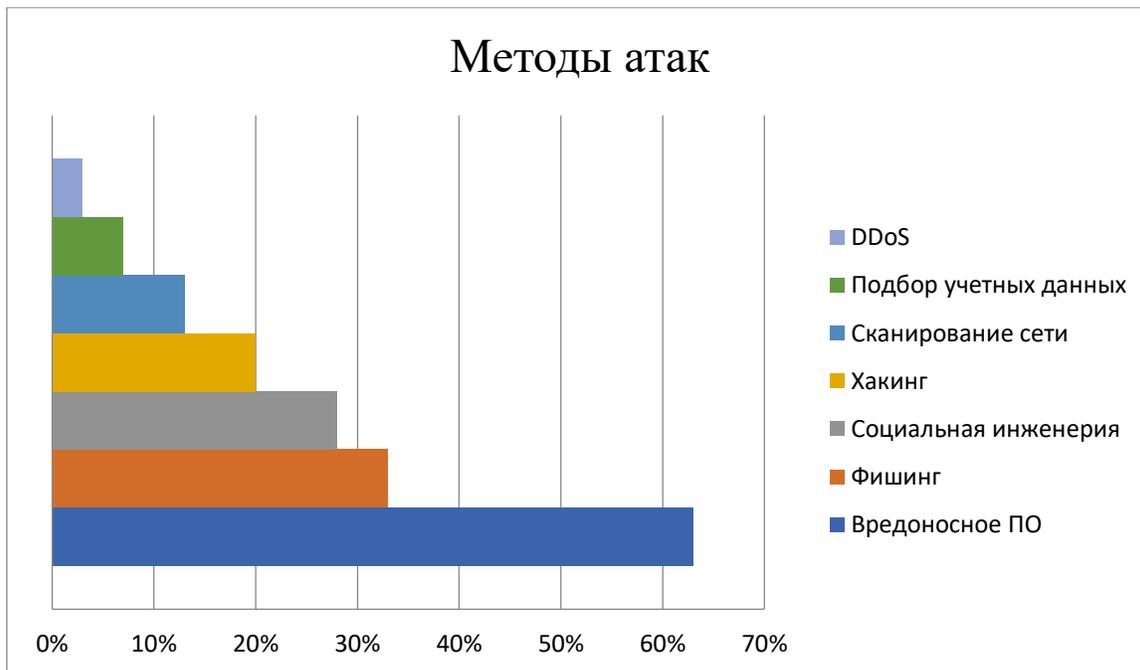


Рисунок 2. Методы киберперступлений

В России происходит бум дигитализации: финансы, государственные услуги, здоровье, любая информация переводится в электронную форму. Как следствие, Россия в числе главных целей киберпреступности. В руках у граждан почти 250 млн банковских карт(245млн), около 70% компаний малого и среднего бизнеса используют интернет банки, за прошлый год совершенно 40 трлн безналичных платежей, это гигантское поле для незаконного обогащения хакеров.

В 2016 году действия киберпреступников нанесли ущерб мировому бизнесу в размере 400 млрд долларов, это сопоставимо с ВВП развитой Европейской страны, вроде Норвегии (398,9 млрд долларов).

Одним из наиболее популярных способов получения данных через интернет сети является спам. Он выражается в массовой рассылке сообщений на электронную почту, по мессенджерам и другим каналам коммуникаций. Спам-это любая рассылка без согласия пользователя. Доля спама в почтовом трафике растет с невероятной скоростью. По одним показателям за 2018 год можно сделать вывод о том, что количество спама в России, по сравнению с мировым трафиком намного больше[5], (рис.3).

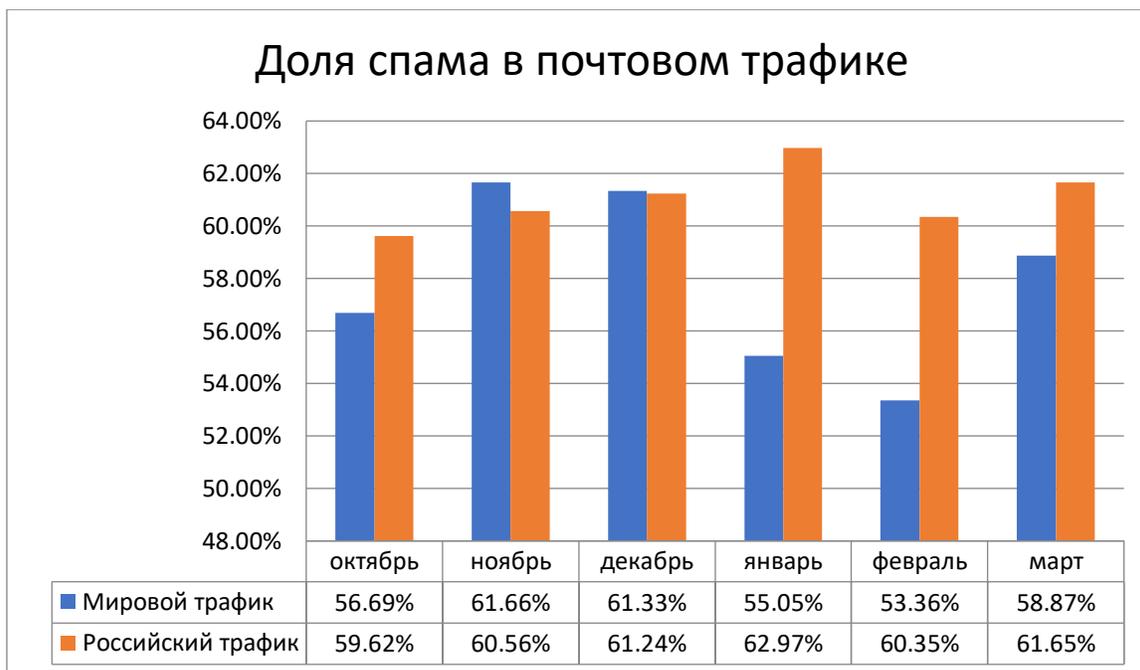


Рисунок 3. Статистический анализ доли спама в почтовом трафике

Чтобы защититься многие страны радикально увеличивают затраты на кибербезопасность. На данный момент Америка выделяет 60 млрд долларов в год на борьбу с хакерами, а к 2020 году эта цифра вырастет в два раза до 128 млрд долларов. Создаются новые структуры по противодействию кибератакам, максимально ужесточаются законы. В США за кражу данных можно сесть в тюрьму на 20 лет.

А что в России, за год совершено 40 тыс. преступлений, из-за киберпреступников наш бизнес потерял в прошлом году 600 млрд рублей, это больше чем все государственные расходы на здравоохранение[6]. А объем несанкционированных операций в интернет банках вырос до 3 млрд рублей, при этом в России нет ответственности за «фишинг» и «спам», не выделен состав преступления, таких как «кража с банковского счета», а максимальное наказание - 7 лет лишения свободы и штраф в размере 500 тыс. рублей.

Если бездействовать в этой ситуации, то уже через два года потери от киберугроз увеличатся в 4 раза, а также превысят 1,5 трлн рублей. Это деньги на новые дома, развитие бизнеса, улучшение показателей жизни населения и если сложить руки, то лучшая жизнь наступит для киберпреступников, а не для честных граждан России, (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ защиты стран в сфере киберпреступности в США и РФ

Сравнительный критерий	США	РФ
Закон	18 КодексСША, §1030 «Мошенничество и связанная с этим деятельность, связанная с компьютерами»[7]	Глава 28 УК РФ «Преступления в сфере компьютерной информации»[8]
Вредоносное ПО	Лишение свободы до 5 лет	УК РФ ст.273 Ограничение свободы до 4 лет, либо принудительные работы до 4 лет, штраф в размере до 200 тыс. рублей
Фишинг		Ответственность за данный вид преступления не предусмотрена законом
Спам	Штраф до 500 долларов, увеличение суммы штрафа в 3 раза при умышленном и сознательном нарушении закона	Штраф от 2000 до 2500 тыс. рублей (граждане); Штраф от 4000 до 20000 тыс. рублей (должностные лица); Штраф от 100000 до 500000 тыс. рублей (юридические лица).
Кража персональных данных	Штраф до 5000 долларов США, лишение свободы от 5 до 20 лет, в зависимости от тяжести преступления	УК РФ ст. 137, 138 Штраф в размере от 100 до 300 тыс. рублей, а также лишение свободы от 2 до 4 лет, в зависимости от тяжести преступления

По данным всемирного рейтинга по индексу кибербезопасности за 2017 [9]год Россия заняла 10 место (индекс 0,788)в списке и опередила технологическиразвитые страны, такие как Япония и Норвегия (11 место, индекс 0,786).Также согласно исследованию Международного союза электросвязи (МСЭ) РФ смогла опередить множество других стран лидеров:Великобритания(12 место,индекс 0,783), Южная Корея (13 место, индекс 0,78), Финляндия(16 место, индекс 0,741), Германия (24 место, индекс 0,679) и т.д.

Как известно, Правительством РФ была принята программа №1632-р от 28 июля 2017 года «Цифровая экономика Российской Федерации», в которой были определены основные цели и задачи цифровой экономики нашей страны на период до 2024 года. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации призывает все государства к сотрудничеству в области цифровой безопасности, защиты интернационального коммунистического течения-инфраструктуры.

Таким образом, киберперступность существует на протяжении 20 лет и все киберпреступления можно предугадать, но этому не уделяют должного внимания. Есть множество логарифмов, которые могут предопределить преступление и предотвратить его. Люди нашего поколения обычно начинают верить в киберприступность только после того как сами с ней столкнутся.

В каждой стране есть структуры подобные подразделению ФБР по борьбе с киберпреступностью. Но перед властями стоит серьезная проблема кадров. Чтобы эффективно противостоять хакерам на государственном уровне, нужны талантливые специалисты, которые готовы работать на правительство и соответствовать всем правилам: работать в офисе, соблюдать дресс-код и считаться с определенными ограничениями. Например, если в России кто-то захочет работать в полиции или специальных службах, он может лишиться права ездить за рубеж.

Зачем молодому и талантливому специалисту выбирать работу на государство? Власти прикладывают немало усилий для борьбы с киберпреступностью, но основная проблема заключается в том, что им сложно привлекать талантливые кадры. Частные компании могут предложить специалистам лучшие условия, чем любое правительство. Конечно, правительство обладает властью, на ее стороне закон, оно способно лавировать свои интересы и делать многое другое. Но без хороших специалистов это ничего не даст, эффект будет нулевой.

Библиографический список

1. Современные финансовые аферы в сети интернет Кукушника А.А., Чемоданова Ю.В. // Сборник статей по материалам XII международной научно-практической конференции в 3-х частях 2018 с 93-96 [Электронный ресурс] – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35569867> (дата обращения: 12.03.2019).
2. Вести Экономика (vestifinance) // Киберпреступления: топ-10 самых опасных стран мира (15.05.2017) [Электронный ресурс] – URL: <https://www.vestifinance.ru/> (дата обращения 24.03.2019).
3. Экономический ущерб от компьютерного пиратства Чемоданова Ю.В., Федоткин А.М., Пантелеева К.О. // Сборник Вестник исследований 2017 №11-1(14) с.435-437 [Электронный ресурс] – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32277076> (дата обращения: 01.04.2019).
4. PositiveTechnologies [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2018-q1/>
5. Лаборатория Касперского // Спам и фишинг во втором квартале (14.08.2018) [Электронный ресурс] – URL: <https://securelist.ru/spam-and-phishing-in-q2-2018/91014/>
6. Газета «Коммерсантъ» // Число киберпреступлений в России (24.08.2017) [Электронный ресурс] – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3391770>
7. Legal information Institute [Электронный ресурс] – URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/18/1030>
8. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4398865e2a04f4d3cd99e389c6c5d62e684676f1/
9. Глобальный индекс кибербезопасности от ИТУ [Электронный ресурс] – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/cybersecurity-index>

Экономическая теория

УДК 33

Хорольская Т.Е. Вектор фундаментальной этноэкономики Vector of fundamental ethnoeconomy

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 вектор фундаментальной этноэкономики, который наиболее рельефно вырисовывается в регионах Юга России. Для исследования автором были отобраны определенные традиционные хозяйственные практики, сложившиеся на территории Краснодарского края и республики Адыгея. Выявлено, что в данных регионах: 1) наблюдается совпадение этнических хозяйственных практик, однако, существующие различия между практиками данных регионов свидетельствуют о разной структуре их этноэкономики; 2) в основе сложившихся этноэкономических различий заложены культурно-исторические особенности регионов. Автором выявлено слабое проникновение трансформационных процессов в вектор традиционной этноэкономики, что не приводит к изменению ее базовых институтов. Отмечено, что новые технологии – цифровые, организационные – приводят не к изменению этноэкономики, а выделению из ее состава нового вектора этноэкономики.

Ключевые слова: этнос, традиционный уклад хозяйствования, фундаментальная этноэкономика, этническое предпринимательство, цифровые технологии

Abstract. In article the vector of fundamental ethnoeconomy most of which boldly appears in regions of the South of Russia is considered. For a research the author selected the certain traditional economic practitioners who developed in the territory of Krasnodar Krai and the Republic of Adygea. It is revealed that in these regions: 1) coincidence ethnic economic the practician is observed, however, the existing differences between practitioners of these regions demonstrate different structure of their ethnoeconomy; 2) at the heart of the developed ethnoeconomic distinctions cultural and historical features of regions are put. The author revealed weak penetration of transformational processes into a vector of traditional ethnoeconomy that does not lead to change of its basic institutes. It is noted that new technologies – digital, organizational – lead not to change of ethnoeconomy, and allocation from its structure of a new vector of ethnoeconomy.

Keywords: ethnos, traditional way of managing, fundamental ethnoeconomy, ethnic business, digital technologies

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

Многочисленные публикации свидетельствуют о активном развитии рассматриваемого нами вектора фундаментальной этноэкономики [1, 2, 3, 4, 5]. Однако необходимо отметить, что при исследовании фундаментального вектора этноэкономики происходит некоторое абстрагирование от

современных трансформационных процессов. на наш взгляд такая позиция приводит к существенному обеднению результатов проводимых исследований.

Из всей совокупности трансформационных социально-экономических процессов выделим проникновение цифровых технологий во все сферы общественной жизни и возникновение на их базе новых институтов и организационных механизмов. О значимости данного направления свидетельствует и разработанная в 2017 году Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (рис. 1).



Рисунок 1. Основные задачи Программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Исследование вектора фундаментальной этноэкономики сталкивается с трудностями получения необходимых статистических данных о состоянии и развитии традиционных хозяйственных практик в регионах России. Следовательно, можно говорить о «ненаблюдаемости» рассматриваемого нами вектора

этноэкономики. Некоторые исследователи отмечают, что большая часть человеческого фактора регионов Юга нашей страны вовлечена в традиционные хозяйственные практики (рис. 2).

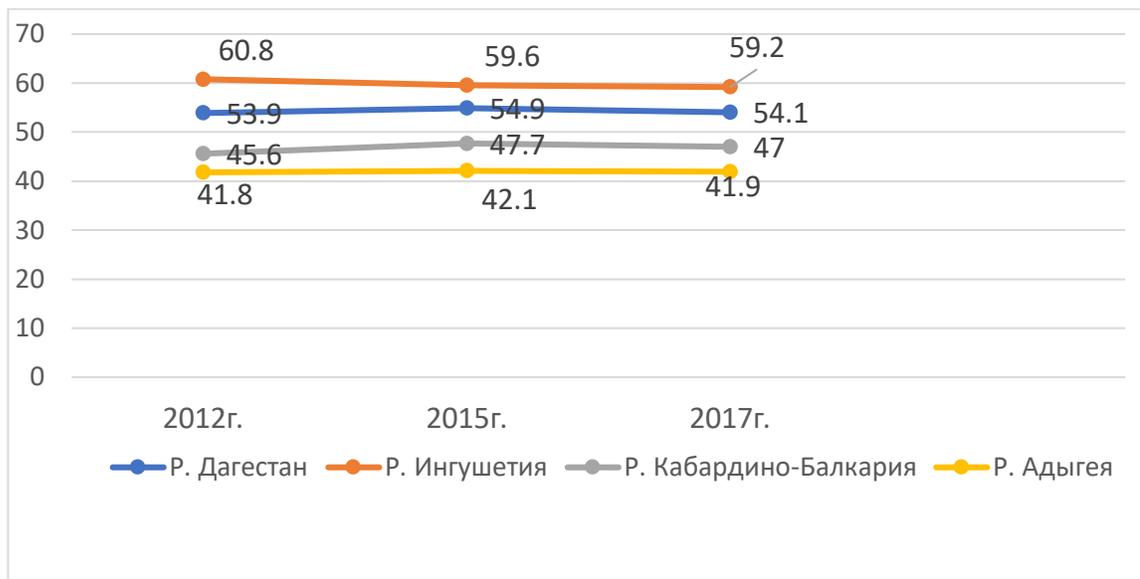


Рисунок 2. Человеческий фактор, задействованный в традиционных хозяйственных практиках некоторых регионов Юга России, % [6]

Рассматривая данные рисунка 2 отметим, что наметившийся в экономике страны кризисный тренд сказался и на увеличении участия человеческого фактора в традиционных хозяйственных практиках. Особенно это видно по данным 2017 года. Необходимо помнить, что данные рисунка 2 лишь приблизительно позволяют оценить состояние этноэкономики Юга России. Чтобы устранить данную проблему предлагаем воспользоваться имеющимися возможностями экспертного сообщества, которые будут использованы нами с помощью опроса. В качестве экспертов могут выступить этнические предприниматели, персонал организаций, задействованных в секторе этноэкономики, исследователи, анализирующие вопросы развития этноэкономики в своих публикациях.

Объектом исследования предлагаем взять такие регионы РФ, в которых развивается вектор фундаментальной этноэкономики и которые можно рассматривать с помощью сопоставительного анализа – Краснодарский край и Республику Адыгея. Данные регионы выбраны по следующим причинам:

- между этими регионами существуют тесные социально-экономические связи;
- в регионах проживают одинаковые этнические группы;

- республика Адыгея географически располагается внутри Краснодарского края, что создает дополнительные возможности для взаимного сотрудничества и взаимодействия в сфере этноэкономики.

Для исследования нами были отобраны определенные традиционные хозяйственные практики, представленные на рисунке 3.

Анализируя данные рисунка 3 сделаем следующие выводы:

- наблюдается совпадение этнических хозяйственных практик в исследуемых регионах, однако, существующие различия между практиками данных регионов свидетельствуют о разной структуре их этноэкономики;

- в основе сложившихся этноэкономических различий заложены культурно-исторические особенности Краснодарского края и республики Адыгея;

- более широкое представительство изготовления этнических сувениров и предоставление услуг этнической кухни на территории Краснодарского края по сравнению с республикой Адыгеей обусловлено активным развитием туристско-рекреационной сферы деятельности и более высоким уровнем жизни населения края.

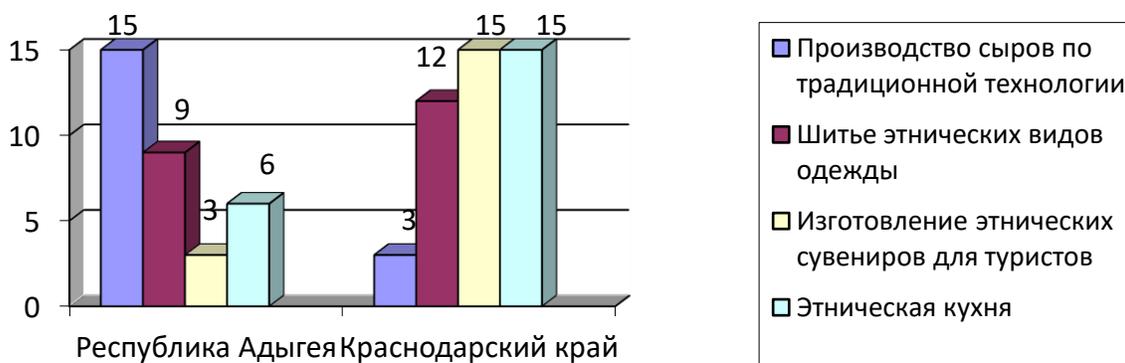


Рисунок 3. Экспертная оценка традиционных хозяйственных практик в этно- экономике Краснодарского края и Республики Адыгея, % (составлено автором по результатам опроса)

Далее рассмотрим экспертную оценку воздействия новых цифровых технологий на сложившиеся в исследуемых регионах традиционные хозяйственные практики:

- цифровые технологии ограниченно используются в сложившихся традиционных практиках, что обусловлено разрывом в технологических базах традиционных и цифровых технологий;

- в основном цифровые технологии используются в бухгалтерской деятельности, что обусловлено необходимостью ведения этнической предпринимательской деятельности в современных условиях; на

втором месте по применению цифровых технологий находятся коммуникационные связи между представителями этнических групп.

Таким образом, проведенное исследование показало низкий уровень проникновения цифровых технологий в традиционный вектор этноэкономики. На рисунке 4 представлены выделенные нами в результате исследования факторы организации вектора фундаментальной этноэкономики.

Резюмируя данные проведенного исследования, отметим слабое проникновение трансформационных процессов в вектор традиционной этноэкономики, что не приводит к изменению ее базовых институтов. Можно сделать вывод, что новые технологии – цифровые, организационные – приводят не к изменению этноэкономики, а выделению из ее состава нового вектора этноэкономики, который будет рассмотрен нами в следующих исследованиях.

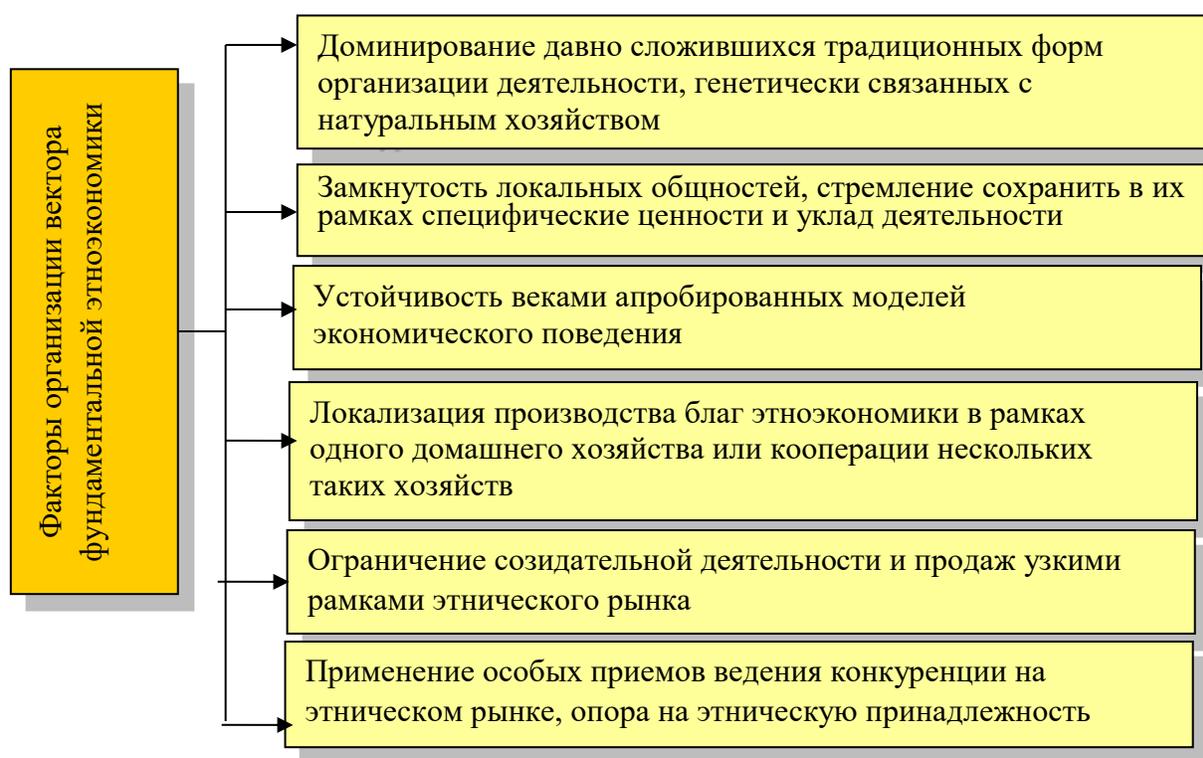


Рисунок 4. Факторы организации вектора фундаментальной этноэкономики (разработано автором)

Библиографический список

1. Этноэкономика в модернизационной парадигме развития народного хозяйства / Ответственные редакторы Ю.С. Колесников, В.Н. Овчинников. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2004. – 245 с.
2. Канцеров Р.А. Этноэкономический сектор КЧР // Этноэкономика в модернизационной парадигме развития национального хозяйства. - Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2004. – 189 с.
3. Клочко Е.Н., Кобозева Е.М. Этноэкономика региона: потенциал, функции, барьеры развития // Бизнес. Образование. Право. - 2017. - № 4 (41). - С. 38-42.
4. Садовой А.Н. Этническая экономика. К анализу традиционных социальных институтов меньшинств // Информационный бюллетень ассоциации История и компьютер. - 2017. - № 46. - С. 113-117.
5. Клочко Е.Н., Резниченко С.М. Характеристика воспроизводственного потенциала этноэкономики Краснодарского края и республики Адыгея // Бизнес. Образование. Право. - 2018. - № 3 (44). - С. 67-73.
6. Клочко Е. Н., Прохорова В. В. Этнопредпринимательство как новация при переходе экономики на инновационный путь развития // Современная научная мысль. - 2017. - № 3. - С. 127-134.
7. Колесников Ю.С. Укорененная экономика Российской периферии: воспроизводственная функция и перспективы развития // Вестник экспертного совета. - 2017. - № 1 (8). - С. 47-52.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 5/2019

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. 9,6. 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