

Экономические исследования и разработки

Выпуск 1, ЯНВАРЬ 2020 ГОД

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 1/2020

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2020

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №1 – 2020. – 161 с.

ISSN 2542-0208

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

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

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

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

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

УДК 33

ББК 65

Редакционная коллегия:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

© НОО Профессиональная наука, 2015-2019

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ	7
Каращенко В.В., Мирославская М.Д., Плотникова Н.В. Анализ и раскрытие изменений ПБУ в соответствии с МСФО	7
Шичалина В.А. Об уточнении определения производных финансовых инструментов в аспекте бухгалтерского учета	11
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ	16
Ахмалетдинов А. Ответственность главы муниципального образования перед представительным органом	16
Галин А. Взаимоотношения органов государственной власти субъектов федерации и муниципальных образований	21
ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО	26
Абрамова М.А. К вопросу об изъятии земельных участков для государственных и муниципальных нужд	26
МАРКЕТИНГ	30
Маяк А.В. Актуализация сильного оффера в повышении успешности бизнеса	30
Протопопов В.С. Формирование экосистемы в условиях кризиса рекламных моделей в интернет пространстве	35
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ ...	40
Колодяжная А.А. Индекс эффективности логистики как показатель экономического развития России	40
МЕНЕДЖМЕНТ	46
Кочетов А. А., Литвина М.И. Сравнительный анализ систем мотивации в России и за рубежом	46
Староконь С.В. Релевантное видение кадровой реальности в условиях нестабильного рынка	55
Чивилева Е.А., Николаева Г.Н. Особенности модели эффективной системы управления персоналом в банковском учреждении	61
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	70
Благова И.И., Базилевич А.Р. Ипотечное кредитование в финансировании инвестиционных проектов	70
Киселев Д.Н., Ферару Г.С. О необходимости внедрения кластерно-сетевой модели организации социально-экономического пространства на региональном уровне	76
РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ	88
Козенко И. Особенности приема китайских туристов в гостиницах	88
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	93
Калюжная Е.А., Почакаева О. В. К вопросу управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия	93

Соколова Е.Н., Логачева О.В. Трансформации структуры международного валютного рынка.....98

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА..... 105

Карлыев С.Д., Комарова О.М. Особенности роста конкурентоспособности современного бизнеса в условиях цифровизации экономики и общества 105

ЭКОНОМИКА ТРУДА..... 110

Перескок И.В., Фирсов О.Л. Проблемы лабильности российского рынка труда 110

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ..... 117

Баттайван Б., Ганчимэг Ж. Оценка показателя охраны труда и профессиональной санитарии горнодобывающей компании методом HSG65 (На примере горнодобывающего Предприятия с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт”) 117

Батьковский А.М., Мингалиев К.Н., Фомина А.В. Финансовое обеспечение деятельности инновационно-активного предприятия оборонно-промышленного комплекса в условиях его диверсификации 125

Дудкина О.В. Антикризисные действия сервисных компаний в интернальном и экстернальном аспекте..... 132

Исаков П.М., Арбенина Т.И. К вопросу о соотношении понятий «стратегия развития организации» и «бизнес-модель» 137

Резоев С.М. Экстернальность в оценке бизнеса собственниками компаний..... 145

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 151

Глуценко В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Проблемы обеспечения экономической безопасности Московского мегаполиса..... 151

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ..... 156

Омаров А.И., Фарманова Г.А. Проблема формирования новых институтов в переходных экономиках 156

Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 657

Карашченко В.В., Мирославская М.Д., Плотникова Н.В. Анализ и раскрытие изменений ПБУ в соответствии с МСФО

Analysis and disclosure of changes in RAS in accordance with IFRS

Карашченко В.В.

доцент, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и управление»

Мирославская М.Д.

студент 4 курса кафедры «Экономика и управление»

направление подготовки 38.03.01 Экономика

ФГБОУ ВО Шахтинский автодорожный институт (филиал)

ЮРГПУ (НПИ) им. М.И. Платова

г. Шахты, Россия

Плотникова Н.В.

студент 2 курса кафедры «Лингвистика и иностранные языки»

направление подготовки 45.03.02 Лингвистика

ФГБОУ ВО Донской государственный технический университет

г. Ростов-на-Дону, Россия

Karashchenko V.V.

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

Miroslavskaya M.D.

4th year student of the department "Economics and Management"

area of study 38.03.01 Economics

FSBEI of HE Shakhty Automobile and Road Institute (branch)

SRSPU (NPI) named after M.I. Platova

Shakhty, Russia

Plotnikova N.V.

2nd year student of the department "Linguistics and Foreign Languages"

area of study 45.03.02 Linguistics

FSBEI HE Don State Technical University

Rostov-on-Don, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются исторические аспекты изменений в ПБУ в соответствии с МСФО, проводится анализ изменений и оценка их актуальности в российских реалиях. Целью исследования является раскрытие изменений в ПБУ, вступающих в силу с отчетности 2020 года. При написании статьи были использованы методы теоретического исследования, такие как: сравнительный анализ и синтез, изучение и обобщение. По мнению авторов, результатами данного исследования стали выводы по оценке значимости введенных изменений, а также раскрытие их значимости для российского бухгалтерского учета.

Ключевые слова: сравнительный анализ, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, ПБУ, МСФО, ФСБУ.

Abstract. The article discusses the historical aspects of changes in RAS in accordance with IFRS, analyzes the changes and assesses their relevance in Russian realities. The purpose of the study is the disclosure of changes in the PBU

that will come into force with the 2020 reporting. When writing the article, theoretical research methods were used, such as: comparative analysis and synthesis, study and generalization. According to the authors, the results of this study were conclusions on the assessment of the significance of the changes introduced, as well as the disclosure of their significance for Russian accounting.

Keywords: *comparative analysis, accounting, financial reporting, RAS, IFRS, FAS.*

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

В России в 1992 году перестройка социально-экономических отношений привела к необходимости адаптации и гармонизации бухгалтерского учета и отчетности в стране. В период с 1992 по 1998 года осуществлялась разработка Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности [1]. Результатом выполнения данной Программы явилось принятие ПБУ приближенных к структуре МСФО. Изменения в ПБУ происходят с 1998 года и по настоящее время.

К переводу Стандартов МСФО на русский язык необходимо привлекать финансовых специалистов для перевода профессиональной, достаточно специфической финансово-бухгалтерской лексики.

Начиная с 2020 года, в силу вступает целый ряд изменений в Положениях по бухгалтерскому учету, приведение их в соответствие со стандартами МСФО.

Перечислим ПБУ и соответствующий стандарт МСФО:

1. ПБУ 18/02 по соответствию с МСФО (IAS) 12 [2, 3]
2. ПБУ 13/2000 по соответствию с МСФО (IAS) 20 [4, 5]
3. ПБУ 16/02 по соответствию с МСФО (IFRS) 5 [6, 7]

Для наглядности, существенные изменения в ПБУ 18/02, которые вступают в силу с отчетности 2020 года, в соответствии с МСФО представим в таблице 1.

Таблица 1

Анализ существенных изменений терминологии в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций»

ПБУ	Терминология до существенных изменений	Терминология после существенных изменений
ПБУ 18/02	Постоянный налоговый актив (ПНА)	Постоянный налоговый доход (ПНД)
	Постоянное налоговое обязательство (ПНО)	Постоянный налоговый расход (ПНР)
	Временные разницы (ВР)	Временные разницы (ВР) В определение добавились результаты операций.
	Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	Расходы (доходы) по налогу на прибыль

Расчет налогов на прибыль производится по правилам налогообложения и налогового учета той страны, в которой зарегистрирована конкретная компания, а Стандарт МСФО (IAS) 12 устанавливает правила его раскрытия в бухгалтерской отчетности.

Перейдем к особенностям раскрытия информации об учете налога на прибыль в бухгалтерском балансе, пояснения к нему и отчету о финансовых результатах. Участники консолидированной группы рассчитывают разницу между текущими налогами на прибыль и суммой денежных средств, причитающейся участникам по условию договора о консолидации, отдельно в Отчете о финансовых результатах. Данная разница в сумме отражается в Отчете как показатель «перераспределение налога на прибыль внутри консолидированной группы».

Помимо этого, налог на прибыль, не включаемый в бухгалтерскую прибыль (убыток), указывается отдельной статьей в Отчете о финансовых результатах и входит в расчёт чистой прибыли (убытка).

Изменения в ПБУ 13/2000 касаются момента признания государственной помощи к бухгалтерскому учету, процесса списания и учета капитальных затрат, а также порядка раскрытия бюджетных и целевых средств в бухгалтерской отчетности. Важным стандартом по учету государственных субсидий является МСФО (IAS) 20 «Учет государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи».

В интерпретации к стандарту приводится конкретизация целей определения грантов:

- поощрение;
- долгосрочная поддержка деловой активности;
- развитие определённых районов и промышленных секторов.

Правила раскрытия бюджетных и целевых средств по ПБУ 13/2000 дополнились списком бюджетных средств, которые с отчетности 2020 года должны раскрываться отдельно:

- остаток средств целевого финансирования в части предоставленных бюджетных средств;
- дебиторская задолженность по получению бюджетных и целевых средств;
- кредиторская задолженность по возврату бюджетных и целевых средств;
- доходы будущих периодов, на финансирование текущих доходов [4].

Изменения в ПБУ 16/02 напрямую связаны с содержанием МСФО (IFRS) 5.

МСФО (IFRS) 5 оперирует понятием «долгосрочный актив (или выбывающая группа)», который классифицируется как предназначенный для распределения в пользу собственников в том случае, когда предприятие намеревается распределить долгосрочный актив (или выбывающую группу) в пользу собственников [6].

С изменением 2019 года в ПБУ 16/02 было введено понятие «долгосрочный актив для продажи», в основу которого и заложено понятие «долгосрочный актив» МСФО (IFRS) 5. Долгосрочный актив для продажи представляет собой актив, использование которого приостанавливают для перепродажи. Если решение принято, актив переводится в состав оборотных и оценивается по правилам оценки материально-производственных запасов.

Изменения внесены и в порядок раскрытия информации. При учете долгосрочных активов к продаже в пояснении к Бухгалтерскому балансу будут раскрываться активы, обстоятельства продажи и намерения. Помимо этого, к пояснениям к Отчету о финансовых результатах будут раскрываться финансовый результат от продаж, статьи отражения результата операций прибыли (убытка) и др.

В заключении отметим, что в ближайшее время все ПБУ будут переработаны и переименованы в Федеральный стандарт бухгалтерского учета (ФСБУ). Первый ФСБУ будет введен в 2022 году.

Введение изменений в Положения о бухгалтерском учете на основе Международных стандартов финансовой отчетности является актуальным для современной российской экономики. Расширение сфер деятельности предприятий, их выход на международный рынок, сотрудничество с иностранными компаниями требуют от предприятий составления финансовой отчетности не только по национальным стандартам, но и используя международные стандарты и формы отчетности. Таким образом, изменение ПБУ в соответствии с МСФО облегчает бухгалтерский учет для таких предприятий.

Однако, значимость введенных изменений в полной мере можно будет оценить после отчетности 2020 года на основании сравнения заполненных форм российской бухгалтерской отчетности и международной финансовой отчетности.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 N 283 «Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности» // СПС «КонсультантПлюс»
2. Приказ Минфина России от 19.11.2002 N 114н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18/02 // СПС «КонсультантПлюс»
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 12 «Налоги на прибыль» // СПС «КонсультантПлюс»
4. Приказ Минфина России от 16.10.2000 N 92н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет государственной помощи» ПБУ 13/2000 // СПС «КонсультантПлюс»
5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 20 «Учет государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи» // СПС «КонсультантПлюс»
6. Приказ Минфина России от 02.07.2002 N 66н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Информация по прекращаемой деятельности» ПБУ 16/02 // СПС «КонсультантПлюс»
7. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 5 «Внеоборотные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность» // СПС «КонсультантПлюс»

УДК 33

Шичалина В.А. Об уточнении определения производных финансовых инструментов в аспекте бухгалтерского учета

On clarifying the definition of derivative financial instruments in the aspect of accounting

Шичалина В.А.

Научный руководитель – **Житлухина О.Г.**

1. Аспирант, Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента, Владивосток, Россия

2. к.э.н., профессор, Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента, Владивосток, Россия
Shichalina V.A.

Scientific adviser - Zhitlukhina O.G.

1. Post-graduate student, Far Eastern Federal University, School of Economics and Management, Vladivostok, Russia

2. Ph.D., professor, Far Eastern Federal University, School of Economics and Management, Vladivostok, Russia

Аннотация. Производные финансовые инструменты все больше вызывают интерес у экономического сообщества, не только в связи с ростом операций с ПФИ, но и с их популяризацией в целях минимизации предпринимательских рисков. Однако, в отечественной практике бухгалтерского учета возникает множество вопросов, касающихся определения ПФИ в аспекте бухгалтерского учета, их признание и прочее. В данной статье рассмотрены определения ПФИ, предлагаемые отечественными авторами. Также предлагается рассмотрение ПФИ в аспекте бухгалтерского учета с точки зрения совершения сделки с ними.

Ключевые слова: производные финансовые инструменты, финансовый контакт, деривативы, внебиржевые ПФИ, опцион, фьючерс, предпринимательский риск.

Abstract. Derivative financial instruments are increasingly causing interest in the economic community, not only in connection with the growth of transactions with derivatives, but also with their popularization in order to minimize entrepreneurial risks. However, in the domestic practice of accounting, many questions arise regarding the definition of derivatives in the aspect of accounting, their recognition and so on. This article discusses the definitions of DFI proposed by domestic authors. It is also proposed consideration of the derivatives in the aspect of accounting from the point of view of the transaction with them.

Keywords: derivative financial instruments, financial contact, OTC derivatives, option, futures, entrepreneurial risk.

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

Новый виток экономической теории 21 века характеризуется экономической цифровизацией и виртуализацией. Новшества наблюдаются во многих областях человеческой деятельности, таких как производстве, медицине, юриспруденции, экономике и прочих.

Появление финансовых инструментов не относится к новому столетию, они появились намного раньше. Но век цифровой интеллектуальности позволил финансовые инструменты поднять на новый уровень, что раньше при всех технологических возможностях сделать было невозможно.

Также наблюдается противоречие, а именно: в условиях экономической нестабильности, предприятия и участники экономической деятельности в целях минимизирования финансовых рисков используют в целях хеджирования активов организации производные финансовые инструменты, приобретая таким образом самый рискованный актив. Ведь производные финансовые инструменты сами по себе признаются наиболее рискованными инструментами.

И не смотря на это противоречие количество операций с ПФИ растет и продолжает расти каждый год, что подтверждают данные Международной Московской Валютной Биржи (ММВБ), которые представлены в таблице 1 за период с 2013 по 2018 год. [1]

Таблица 1

Динамика объемов торгов Московской Биржи (ММВБ) с 2013 по 2018гг.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Фьючерсы, млрд.руб	44587	55566	90231	109489	77624	82397
Опционы, млрд. Руб	4017	5749	3482	5782	6873	6866
Срочный рынок (итого)	48604	61315	93713	115271	84497	89263

Из таблицы 1 видно, что можно сделать вывод, что за период с 2013 по 2018 год, количество фьючерсных операций увеличилось на 37 810 млрд.руб, а опционных операций на 2 849 млрд.руб. Также, согласно данным, наблюдается ежегодное увеличение фьючерсных операций в среднем на 30%, а опционных на 38,1% соответственно.

Таким образом, на основании вышепредставленной информации и мнения экспертов можно предположить сохранение роста операций с производными финансовыми инструментами в будущие годы.

Общепринятое определение производного финансового инструмента – это это финансовый контракт между двумя или более сторонами, который основывается на будущей стоимости базового актива. Эти инструменты называются производными, поскольку их цена зависит от стоимости или значения базисной переменной элемента (переменной), лежащей в основе контракта. Однако, в аспекте бухгалтерского учета, определения ПФИ отсутствует.

Представим существующие определения ПФИ в аспекте бухгалтерского учета на основании изучения экономической литературы, работ и статей российских и зар в Таблице 2.

Таблица 2

Определения производных финансовых инструментов в аспекте бухгалтерского учета в работах российских авторов

№ П/п	Наименование	Определение
Определения отечественных авторов		
1	Гюнтер Райнер	Деривативы - это двусторонне обязывающие договоры об уплате денежных сумм, цена которых всецело зависит от случая (алеаторные), будущие платежи по которым по крайней мере для одной из сторон являются стохастически (случайно) обусловленными. Примечание: Если бы размер стоимости базисного актива в момент исполнения устанавливался заранее, такие договоры вообще не заключались бы, так как для одной

№ П/п	Наименование	Определение
Определения отечественных авторов		
		из сторон они были бы предсказуемо убыточными. Таким образом, он считал, что деривативами могут быть только расчетные договоры (в которых вся сделка сводится к тому, что одна из сторон уплачивает разницу (вариационную маржу) по результатам колебаний стоимости базисного актива на рынке), а поставочные деривативы (предусматривающие исполнение в натуре) относятся к так называемым деривативоподобным договорам. [2]
2	Греков М.Н.	Деривативный договор представляет собой непоименованный предпринимательский договор <i>sui generis</i> (в пер. с лат. «уникальность правовой конструкции»), заключаемый с целью получения прибыли или хеджирования предпринимательских рисков, цена которого зависит от размера цены базового актива на реальном рынке. В отличие от меновых договоров, деривативный договор не обеспечивает право сторон договора на гарантированное получение встречного предоставления или его эквивалентно-возмездный характер. Неопределенность получения встречного предоставления позволяет классифицировать деривативный договор в качестве особой разновидности алеаторных договоров, отличных от игр и пари.[3]
3	Житлухина О.Г.	Производные финансовые инструменты для целей бухгалтерского (финансового) учета можно определить как права и обязанности участников срочной сделки в отношении базисного финансового инструмента, содержащего в своей основе финансовые риски. [4]
4	Середюк Е.А.	Производный финансовый инструмент – это хозяйственная операция, которая приводит к возникновению активов (обязательств) или прибылей (убытков), за исключением приобретения контрольных долей участия в других организациях. [5]
5	Удотов А.О.	Производный финансовый инструмент представляет собой договор, по которому одна сторона (стороны) обязуется: 1) периодически или одновременно осуществлять выплату денежных средств в пользу контрагента, размер которых зависит от изменения стоимости базисного актива, определенного сторонами, либо от наступления определенного события; 2) при предъявлении требования другой стороны купить или продать базисный актив по цене, определенной при заключении договора; 3) не ранее 3-го дня после заключения договора передать в собственность другой стороне базисный актив, а другая сторона обязуется принять и оплатить базисный актив. При намерении заключить договор, являющийся производным финансовым инструментом, стороны должны прямо указать на это в договоре. [6]

Таким образом, на основании информации в Таблице 2 можно сделать следующий вывод: большинство авторов определяют производные финансовые инструменты в основном в качестве категории «договора», который в большей степени является юридической категорией нежели финансовой. Это также подтверждают мнения экспертов, которые ставят под вопрос определение ПФИ в качестве юридической категории. Как отмечает Житлухина О.Г., данное явление связано с тем, что: «Понятие «договор» недостаточно точно характеризует финансовые инструменты и является юридической категорией, представляющее собой соглашение двух или более лиц об установлении изменений или прекращении прав и обязанностей сторон». [7]

В связи с этим, определение ПФИ в качестве договора не отражает их сущность в аспекте финансового учета. Согласно ст.5 ФЗ №402 «О бухгалтерском учете» к объектам бухгалтерского учета относятся: факты хозяйственной жизни, активы, обязательства, источники финансирования деятельности, доходы, расходы и иные объекты [8]. Следовательно определение упомянутой рискованной категории должно отвечать требованиям

Федерального закона во избежания нарушения основных качественных характеристик принципов бухгалтерского учета таких как: надежность, понятность, существенность.

Предполагается, что определение ПФИ в аспекте бухгалтерского учета должно отражать основную сущность совершаемой операции, соответствовать характеристикам биржевых и внебиржевых ПФИ и подпадать под критерии объектов БУ, описанных выше.

В целях написания данной статьи и развития методик бухгалтерского учета ПФИ большой интерес вызывают внебиржевые производные финансовые инструменты, так как они осуществляются в корпоративном секторе, без третьей стороны – биржи, где как раз совершение сделок с ПФИ стандартизировано и не требует большого внимания с нашей стороны.

Известно, что сделки с внебиржевыми ПФИ осуществляются в корпоративных интересах организаций, в том числе в качестве контроля управления компании, ее имущества и избежания негативных последствий. Примерами таких ПФИ могут быть: опцион на покупку доли бизнеса, имущественный опцион, форвардный контракт на будущую поставку и другие. Следовательно, на основании типовых корпоративных ПФИ можем выделить основные свойства этих сделок:

- 1) совершение сделки в будущем (или не совершение);
- 2) отсутствие третьей стороны в виде биржи;
- 3) возникновение у одной стороны актива, а у другой обязательства;
- 4) получение (или не получение) выгоды для компании в будущем;

При выделении свойств внебиржевых ПФИ или, как их еще можно называть «корпоративные ПФИ», можно сделать предположение, что свойства описанных видов сделки тождественны характеристике объекта бухгалтерского учета, а именно «факт хозяйственной жизни» куда входят «Сделка, событие, операция, которые оказывают или способны оказать влияние на финансовое положение экономического субъекта,...» Я.В. Соколов указывал, что цель бухгалтерского учета "не в том, что случилось, а в том, что могло, и прежде всего в том, что должно было случиться". [9]

Согласно ГК РФ ст.153 Понятие сделки: «сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей».

Таким образом, выносим на обсуждение следующее определение внебиржевого ПФИ в аспекте бухгалтерского учета: это сделка с обоснованными свойствами (принадлежностями), возникающие в следствии определения или изменения прав и/или обязанностей ее участников.

Следовательно, данное определение удовлетворяет существующей необходимости уточнения в аспекте бухгалтерского учета. Данное определение не отождествляет производные инструменты с «договором», как это представлено другими авторами. Это отличие объясняется тем фактом, что заключение сделки по ПФИ, конечно, с юридической точки зрения отображается заключением договора или контракта, или даже дополнительным соглашением (в отдельных случаях, как например, «опцион на долю в бизнесе»), но с финансовой точки зрения, эти атрибуты присущи целому процессу совершения сделки, иначе, события. Таким образом, предполагается,

что совершение операции с ПФИ соответствует категории - «сделка».

Библиографический список

1. Статистика объема торгов Московской Биржи. Интерактивный анализ данных. [Электронный ресурс]. URL: <http://moex.com/ru/ir/interactive-analysis.aspx>
2. Райнер Г. Внебиржевые срочные сделки при банкротстве: Сравнительно-правовое исследование актуальных инициатив по реформированию российского законодательства // СПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru>
3. Греков М.Н. Правовая природа неттинга в деривативных договорах // Актуальные проблемы российского права. 2015. № 2. С. 84 - 91.
4. Житлухина О.Г. О месте и особенностях производных финансовых инструментов в системе финансовых инструментов в аспекте международных стандартов финансовой отчетности / О.Г. Житлухина. – Международный научный журнал «Инновационная наука», 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>
5. Середюк Е.А. Учетно-оценочный механизм функционирования производных финансовых инструментов в промышленности / Е.А. Середюк. – М. Финансовый университет при Правительстве РФ, 2016. - [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fa.ru>
6. Удотов А.О. К вопросу о понятии «производный финансовый инструмент» // Налоги. 2016. № 4. С. 39 - 44.
7. Житлухина О.Г. Об идентификации финансовых инструментов как совокупности финансовых фактов хозяйственной жизни в аспекте объекта бухгалтерского учета / Отрасли права – аналитический портал [Электронный ресурс]. URL: <http://отрасли-права.рф/article/13878>
8. Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», утвержденный 06 декабря 2011. // СПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru>
9. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет как сумма фактов хозяйственной жизни. — М. : Магистр: ИНФРА-М, 2010. — 224 с.

Государственное управление

УДК 342.591

Ахмалетдинов А. Ответственность главы муниципального образования перед представительным органом

Responsibility of the head of the municipality to the representative body

Ахмалетдинов Арнест

бакалавр

Башкирского государственного университета

Научный руководитель – И. Р. Аминов, доцент, кандидат юридических наук

г. Уфа, Россия

Akhmaletdinov Arnest

bachelor

Bashkir State University

Scientific adviser - I. R. Aminov, associate professor, candidate of legal sciences

Ufa, Russia

Аннотация. В данной научной статье рассматриваются проблемы ответственности главы муниципального образования, на примере института удаления в отставку, выявление общих черт с институтом отрешения от должности и их различия.

Ключевые слова: глава муниципального образования, представительный орган, ответственность органов местного самоуправления, удаление в отставку.

Abstract. This scientific article discusses the problems associated of responsibility of the head of a municipality, using the example of the institution of dismissal, detecting differences and common features with the institution of renunciation.

Keywords: head of the municipality, representative body, responsibility of local authorities, dismissal.

Рецензент: Ахрамеева Ольга Владимировна, кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры гражданского права и процесса, кафедра гражданского права и процесса юридического института ФГАОУ ВО Северо-Кавказский федеральный университет

Институт удаления главы муниципального образования в отставку (далее удаление главы) был введен Федеральным законом от 07.05.2009 № 90-ФЗ. Статья 74.1 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее ФЗ № 131) устанавливает ответственность главы муниципального образования перед представительным органом, причем наделяется правом удалить главу как по инициативе депутатов представительного, так и по инициативе главы субъекта Российской Федерации. В сравнении с институтом отрешения главы от должности, в первом институте более широкий спектр оснований, но это не означает что они не могут пересекаться: «В буквальном смысле закона основания удаления в отставку и отрешения от должности различны, они не совпадают. Однако

многие фактические решения, действия или бездействие глав муниципалитетов могут быть квалифицированы и как основания для отрешения от должности, и как обстоятельства, достаточные для их удаления в отставку»[8].

Существуют пять оснований для удаления главы в отставку:

1. Принятие решения, допущение действий или бездействий главой муниципального образования, которые влекут наступление последствий, предусмотренных пунктами 2 и 3 части 1 статьи 75 ФЗ № 131, а именно возникает просроченная задолженность по исполнению долговых или бюджетных обязательств существенного размера (более 30 и 40 процентов соответственно), нецелевое использование бюджетных средств при осуществлении отдельных государственных полномочий

2. Неисполнение обязанностей в течение более трех месяцев.

3. Неудовлетворительная оценка деятельности главы представительным органом муниципального образования по результатам его ежегодного отчета, данная два раза подряд

4. Несоблюдение ограничений, установленными Федеральными законами, закрепленных в 4 п., ч. 2, ст. 74.1 ФЗ № 131 («О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам», «О запрете отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами»), отсюда следует вывод что перечень законов закрытый, и не может быть нарушение ограничений из других законов являться основаниями.

5. «Допущение главой муниципального образования массового нарушения государственных гарантий равенства прав и свобод человека и гражданина в зависимости от расы, национальности, языка, отношения к религии и других обстоятельств, ограничения прав и дискриминации по признакам расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности, если это повлекло нарушение межнационального и межконфессионального согласия и способствовало возникновению межнациональных и межконфессиональных конфликтов».

Наиболее неоднозначным является удаление главы в отставку в случае дачи представительным органом неудовлетворительной оценки двух раз подряд. Из-за отсутствия урегулирования формы, содержания, и структуры отчета главы в Федеральном законе, нет единого подхода к предъявляемым требованиям, к ним. Что допускает возможность злоупотреблением со стороны представительного органа.

В Определении Конституционного Суда РФ от 25.01.2012 № 114-О-О сказано, что: «Оценочный характер выносимого представительным органом решения предполагает при его принятии использование демократических процедур и учет различных факторов и мнений, тем самым оценка деятельности органов местного самоуправления при осуществлении контрольных полномочий представительного органа может быть различной и связана с дискрецией этого органа.

Глава муниципального образования как лицо, обладающее особым публично-правовым статусом, добровольно приобретая этот статус, принимает на себя не только полномочия по решению вопросов местного значения, но и обязанность отчитываться перед населением и представительным органом муниципального образования о результатах своей деятельности, а также признает возможность наступления ответственности вплоть до удаления в отставку в случае признания его деятельности неудовлетворительной»[2]. Для предотвращения возможных злоупотреблений необходимо издавать муниципальные акты, которые будут регулировать форму, содержание, процесс ежегодного отчета.

Анализируя два института ответственности главы муниципального образования (отрешение и удаление в отставку), можно выявить различия в основаниях ответственности, стадиях процесса и роли главы субъекта РФ.

Главным отличием условий для отрешения главы муниципального образования от удаления в отставку является то что ответственность наступает не за определенные действия или бездействия, за которыми следует неблагоприятные последствия, а непринятие мер для исполнения решения суда, который установил данный юридический факт. То есть формально глава, который исполнит решение суда, установившего в актах нарушение прав и свобод гражданина, может повторно издать такие-же акты.

Исходя из этого следует следующее отличие: отсутствие в принятии решения об удалении главы судебной оценки предоставляемым претензиям представительного органа к нему. Что делает процесс принятия отрешения главы более состязательным. Но это не означает, что в случае удаления у главы отсутствуют права и демократические способы защита себя. Его обязаны уведомить об инициативе не позднее чем за день до внесения обращения, ему представляется возможность объяснения своих действий и обстоятельств депутатам, которые выдвинуты как основания для ответственности, без этих двух условий невозможна процедура рассмотрения решения об удалении. Также если глава местного самоуправления не согласен решением, то вместе с ним публикуется его особое мнение. Общим является процедура обжалования главой акта об отрешении и решения об удалении. Он «вправе обратиться с заявлением об обжаловании в суд в течение 10 дней со дня официального опубликования. Суд должен рассмотреть заявление и принять решение не позднее чем через 10 дней со дня подачи заявления» [3].

В обоих институтах, устанавливающих ответственность главы муниципального образования, есть общий участник – высшее должностное лицо субъекта РФ, однако в каждом институте он имеет различные полномочия. Если в первом случае он издает акт об отрешении главы муниципального образования, что является его прямой компетенцией, то принятия решения об удалении главы в отставку и последующим опубликованием относится к полномочиям представительного органа. Во-первых главе принадлежит право выдвижение инициативы в представительный орган об удалении главы, в случае когда инициативу выдвигают депутаты представительного органа, рассматривать будут с учетом её мнения, а если предусматривается рассмотрение вопросов связанных с исполнением органами местного самоуправления государственных полномочий, которые влекут за собой последствия указанные в п. 2 3 части, 1 ст. 75 ФЗ № 131, то решение об

удалении может быть принято только при согласии высшего должностного лица субъекта РФ. Однако конечный результат зависит от представительного органа.

При анализе некоторых оснований для удаления в отставку и отрешения от должности, можно отметить их общие начала. Например, в двух институтах имеется такие основания как нецелевое использование средств. Однако если для отрешения необходимо нецелевое использование главой муниципального образования межбюджетных трансфертов, то нецелевое расходование бюджетных средств будет являться основанием для удаления в отставку только при осуществлении переданных государственных полномочий.

Также при формальном толковании есть два отдельных обстоятельства таких как «Допущение главой муниципального образования массового нарушения государственных гарантий равенства прав и свобод человека и гражданина в зависимости от расы, национальности, языка, отношения к религии и других обстоятельств, ограничения прав и дискриминации по признакам расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности, если это повлекло нарушение межнационального и межконфессионального согласия и способствовало возникновению межнациональных и межконфессиональных конфликтов» и совершение действия им влекущих угрозу единству и территориальной целостности Российской Федерации, национальной безопасности Российской Федерации, приводит к разным последствиям для главы муниципального образования. Первый случай будет являться основанием для удаления в отставку, а второй влечет отрешение от должности, однако «можно ли считать, что «допущение массового нарушения равенства прав и свобод человека и гражданина по признакам расы, национальности, языка или религии, если это повлекло за собой межнациональные или межконфессиональные конфликты», не угрожает национальной безопасности? В случае отрицательного ответа (он очевиден) получается, что это является одновременно и основанием для отрешения главы муниципального образования от должности, и удаления его в отставку»[3].

Еще одним достоинством механизма удаления в отставку является короткие по сравнению с отрешением от должности сроки, в последнем случае для издания акта об отрешении главы от должности высшему должностному лицу необходимо ждать два месяца. после решения суда

Наконец, если при отрешении глава несет ответственность только перед государством, то при удалении в отставку происходит сочетание двух видов ответственностей как перед государством в лице высшего должностного лица субъекта РФ, так и перед представительным органом, что свидетельствует, об подотчетности и подконтрольности главы муниципального образования перед ним.

Таким образом институт удаления главы муниципального образования в отставку устанавливает смешанную ответственность как перед представительным органом, так и перед государством. Глава, вступая на должность признает, что он несет обязанность подотчетности перед представительным органом. С учетом некоторых оснований Представительному органу дается дискреция для удаления главы, и возможны случаи злоупотребления. Также отсутствие оценки предъявляемых претензий со стороны суда «делает возможным неоправданные конфликты между главами муниципальных образований и представительными органами»[5].

Однако такой контроль со стороны представительного органа способствует повышению активности и эффективности деятельности главы муниципального образования.

Библиографический список

1. Яковлев Владислав Викторович Вопросы ответственности органов и должностных лиц местного самоуправления перед государством // Сибирский юридический вестник. 2005. №3.
2. Определение Конституционного Суда РФ от 25.01.2012 N 114-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Кондратенко Анатолия Ивановича на нарушение его конституционных прав положениями пункта 10 части 10 и части 11.1 статьи 35, пункта 3 части 2 статьи 74.1 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
3. Астафичев Павел Александрович Удаление главы муниципального образования в отставку как институт муниципального права // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2018. №3. С. 35-38.
4. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2003. – № 40. – Ст. 3822.
5. Шугрина, Е. С. Почему механизм удаления глав муниципальных образований в отставку приводит к существенным нарушениям прав на местное самоуправление // Государственная власть и местное самоуправление. – 2011. – № 5. – С. 7–14.
6. Муниципальное право России: Учебник / В. И. Васильев. — 2 изд., перераб. и доп. — М. : Юстицинформ, 2012. — 680 с.

УДК 342.591

Галин А. Взаимоотношения органов государственной власти субъектов федерации и муниципальных образований

The relationship of state authorities of the subjects of the federation and municipalities

Галин Арслан

бакалавр

Башкирского государственного университета

Научный руководитель – И. Р. Аминов, доцент, кандидат юридических наук

г. Уфа, Россия

Galin Arslan

bachelor

Bashkir State University

Scientific adviser - I. R. Aminov, associate professor, candidate of legal sciences

Ufa, Russia

Аннотация. В данной научной статье рассматриваются проблемы взаимоотношений муниципальных образований, органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации по вопросам делегирования полномочий, финансирования деятельности органов местного самоуправления и взаимоотношения органов государственной и муниципальной власти с населением.

Ключевые слова: делегирование, полномочие, местное самоуправление, государство.

Abstract. This scientific article discusses the problems of relations between municipalities, government bodies of the Russian Federation and government bodies of the constituent entities of the Russian Federation on the issues of delegation of authority, financing of local government and the relationship between government and municipal authorities with the population.

Keywords: delegation, authority, local government, state.

Рецензент: Ахrameева Ольга Владимировна, кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры гражданского права и процесса, кафедра гражданского права и процесса юридического института ФГАОУ ВО Северо-Кавказский федеральный университет

Как известно, все уровни публичной власти (органы государственной власти Российской Федерации, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, муниципальные образования) в соответствии с Конституцией РФ имеют свою компетенцию и определенные законодательством свои предметы ведения, в рамках которых, соответствующие органы государственной и муниципальной власти реализуют свои полномочия и публично значимые функции.

Самой Конституцией и функцией государственной деятельности определены сферы деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов власти местного самоуправления. Если же характеризовать данную деятельность органов власти в наиболее общем виде, то она представляет собой государственное руководство процессами, происходящими в обществе (государственное, экономическое, социально-культурное

строительство, внешние отношения, оборона и т.д.). В рамках данной темы, уместно будет указать соотношения органов власти муниципальных образований и органов государственной власти. Муниципальные образования, различные органы местного самоуправления не входят в структуру государственной власти, само предназначение органов местного самоуправления обусловлено необходимостью наиболее эффективного и качественного обеспечения жизнедеятельности местного населения и наиболее эффективного решения проблем на местном уровне.

Что же касается роли субъектов Российской Федерации, то в настоящее время их роль заключается лишь в том, чтобы содействовать работе органов местного самоуправления, то есть субъекты РФ не уполномочены регулировать вопросы об их организации, формировании и деятельности. Другими словами, правила формирования и образования муниципалитетов регулируется федеральным законодательством. Тем не менее, в начале 90-х годов были попытки некоторых субъектов Российской Федерации регулировать организационные вопросы муниципалитетов, в частности это наблюдалось в Башкортостане и Татарстане. В данном случае, когда мы говорим о данных республиках, то стоит учитывать, что уровень их самостоятельности, суверенности был, в сравнении с другими субъектами Российской Федерации, на высоком уровне. Это касалось как и финансирования из федерального центра, в данном случае уместно говорить о более независимом использовании того капитала, который производился в республиках, так и регулирования на законодательном уровне взаимодействий органов государственной власти субъектов РФ с органами местного самоуправления. Данной способ обеспечения власти субъектами РФ является достаточно дискуссионным в настоящее время, так как при ведении такой политики были как и свои минусы, так и свои плюсы. В качестве положительного примера можно привести Республику Башкортостан в период нового государственного становления в 1991 году. Так, по всей стране шла активная тенденция расформирования колхозов и приватизции их частными лицами, однако в Республика запустила данную процедуру в замедленной форме, с целью подготовки дальнейших условий труда для рабочих и во избежание кризиса на местном уровне [1].

Проблема регулирования и взаимодействия органов государственной власти субъектов РФ и муниципалитетов обусловлена и тем, что у муниципальных образований, в некоторых случаях у органов государственной власти субъектов РФ, в какой-то степени не хватает компетенций и полномочий для решения тех или иных проблем [2]. Немаловажным фактором является и то, что у муниципалитетов актуальна проблема недостаточности финансовых средств, это обусловлено, как уже было сказано ранее, нехваткой компетенций и полномочий у органов местного самоуправления, недостаточным развитием уровня предпринимательства на местах и низким уровнем сторонних инвестиций в экономику. Следует сказать, что данная проблема вытекает из самого определения муниципальных образований и их функций. Муниципальное образование — согласно статье 2 Федерального закона от 6 октября 2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» городское или сельское поселение, муниципальный район, городской округ либо внутригородская территория города федерального значения на которой

осуществляется местное самоуправление в России, то есть решаются преимущественно вопросы местного значения. Основной задачей местного самоуправления является, как уже было сказано ранее, наиболее эффективное решение вопросов местного значения и обеспечение жизнедеятельности местного населения. Отсюда можно сделать вывод, что для наиболее эффективного способа решения этих проблем, муниципалитетам необходима определенная самостоятельность в решении проблем. Действительно, муниципальные образования обладают должной мерой самостоятельности, однако федеральное законодательство не решает проблему с финансированием органов местного самоуправления. В следствие чего, некоторые муниципалитеты вынуждены подписывать соглашения с органами государственной власти о разграничении предметов ведения и передаче части своих полномочий. Несмотря на это, органы государственной власти не всегда способны решать проблемы местного уровня столь эффективно, как если бы это дели органы местного самоуправления, т.е. складывается двойственное отношение: с одной стороны полномочия были переданы органам государственной власти, но с другой стороны, государственная власть из-за этих соглашений не всегда действует эффективно так как появляется риск потери самого смысла которое вложено в определение «местное самоуправление», то есть, органы государственной власти субъектов РФ не всегда могут должным образом регулировать те вопросы, которые должны решаться на местном уровне, органами местного самоуправления. В качестве положительного примера можно привести Республику Татарстан, который сумел наиболее эффективно выйти из сложившейся ситуации. В этой республике осталось на высоком уровне степень вмешательства государственной власти в муниципальные образования путем регулирования их деятельности путем законодательного урегулирования в сфере установления порядка осуществления расходов местных бюджетов на осуществление отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления законами Республики Татарстан, в сфере регулирования прав, обязанностей и ответственности органов местного самоуправления и должностных лиц в области местного самоуправления. Таким образом, можно сказать, что роль органов государственной власти субъектов РФ крайне высока. Несмотря на то, что роль субъектов Российской Федерации в области отношений муниципалитетов заключается в содействии работе органов местного самоуправления, от этого зависит эффективность реализации полномочий органов местного самоуправления.

Одним из наиболее важных полномочий, сохраненных за региональным уровнем Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», является установление системы территорий муниципальных образований. Именно субъект Федерации в своем законодательстве устанавливает, какие именно территории будут обладать статусом городского округа, муниципального района, городского или сельского поселения [3]. Данные полномочия не могут осуществляться вне процедур взаимодействия с муниципальными образованиями, однако федеральное законодательство напрямую к этому не обязывает государственные органы субъектов Федерации. Исключение составляют предусмотренные данным законом институты «инициативы населения» и «учета мнения населения»[4]

Явная характерная черта Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» состоит в том, что он централизовал нормативное регулирование ряда вопросов местного самоуправления, переводя его с регионального на федеральный уровень[5]. Согласно прежнему федеральному закону к полномочиям органов государственной власти субъектов РФ относилось принятие и изменение законов субъектов РФ о местном самоуправлении; разграничение предметов ведения между муниципальными образованиями при многоуровневой организации местного самоуправления; определение условий и порядка контроля за осуществлением органами местного самоуправления отдельных государственных полномочий субъекта РФ; установление порядка регистрации уставов муниципальных образований; определение порядка установления территорий муниципальных образований и другое[6]. «...Некоторые субъекты Российской Федерации, хотя и не в полной мере, реализовали эти полномочия. Однако в большинстве регионов органы государственной власти какое-то время вели себя пассивно. В нормативной базе местного самоуправления продолжали существовать серьезные пробелы». Это и стало одной из причин увеличения доли федерального участия в законодательном регулировании корневой системы публичной власти. И хотя субъекты РФ оставили за собой некоторые свои полномочия, их участие в нормативном решении многих задач местного самоуправления теперь не предусмотрено [7]. Таким образом, содержание общих принципов организации местного самоуправления, находящихся согласно Конституции РФ в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов, в новом законе выглядит иначе, чем в прежнем. Их федеральная составляющая в большей степени, чем прежде, перевешивает региональную. Однако это не означает, что новый Закон вносит кардинальные изменения в систему государственной и муниципальной власти, данные положения, вслед за тенденцией построения четкой иерархии и вертикали власти, способствуют централизации органов публичной власти в Российской Федерации[8].

Таким образом, при формировании законодательного регулирования взаимоотношений между органами государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов и муниципальных образований следует учитывать наиболее успешные практики субъектов РФ, к примеру которые были указаны выше, в сфере реализации власти на местах. Сам смысл федеративного устройства государства состоит в делегировании полномочий из федеративного центра в регионы.

Библиографический список

1. Соломка Н.И. Взаимоотношения органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления : дис. ... канд. юрид. наук. — Екатеринбург, 1998.
2. Карташов В.Г. Взаимодействие органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления // Конституционное и муниципальное право. — 2007. — №19.

3. Кудинов В.В. К вопросу о формах взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления по защите Государственной границы Российской Федерации // Государственная власть и местное самоуправление. — 2009. — №8.
4. Ковешников Е.М. Государство и местное самоуправление в России: теоретико-правовые основы взаимодействия. — М., 2002.
5. Бердичевский Ф.Ю. Условия эффективности взаимодействия органов следствия и милиции по уголовному делу. Проблемы повышения эффективности предварительного следствия // Тезисы научно-практической конференции. — Л., 1973.
6. Берг О.В. Некоторые вопросы концепции проекта Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Государственная власть и местное самоуправление. 2003. № 2. С. 17.
7. Безруков А.В. Государственная власть и местное самоуправление: проблемы соотношения и взаимодействия // Конституционное и муниципальное право. — 2009. — №6
8. Основные направления развития механизмов местного самоуправления в Российской Федерации на среднесрочный период // Местное право. 2013. № 6. С. 73.

Землеустройство

УДК 33

Абрамова М.А. К вопросу об изъятии земельных участков для государственных и муниципальных нужд To the report of the state for public and municipal

Абрамова Марина Алексеевна,

доцент кафедры муниципального права и природоохранного законодательства,
Южного федерального университета

Abramova Marina Alekseevna,
Associate Professor, Department of Municipal Law and Environmental Law,
Southern Federal University

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты изъятия земельных участков для государственных и муниципальных нужд. Несмотря на то что, в последнее время законодательство по данному вопросам получило интенсивное развитие, в современном обществе понимание государственной и муниципальной нужды не столь однозначно и требуют продолжение их осмысления как законодателем.

Ключевые слова: изъятие земельных участков, государственная и муниципальная нужда, правообладатели земельных участков, государственные органы власти, муниципальные органы власти

Abstract. The article examines some aspects of land repossession for state and municipal purposes. Despite the fact that recently the legislation on this issue has received intensive development, in modern society the understanding of state and municipal needs is not so clear and require the continuation of their reflection as a legislator.

Keywords: are land seizure, state and municipal need, land rights holders, state authorities, municipal governments.

Рецензент: Ахrameева Ольга Владимировна, кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры гражданского права и процесса, кафедра гражданского права и процесса юридического института ФГАОУ ВО Северо-Кавказский федеральный университет

В последнее время законодательная база, регулирующая институт изъятия земельных участков для государственных и муниципальных нужд получила интенсивное развитие.

В результате чего сформировался массив правовых актов, обеспечивающий должный уровень правового регулирования данного института.

Анализ законодательства, регулирующего данную сферу земельных отношений, указывает на то, что его можно разделить на три группы.

Первая это группа законодательных актов предусматривает саму возможность изъятия земельных участков для публичных нужд.¹

¹См. Федеральный закон от 14 марта 1995 г. N 33-ФЗ "Об особо охраняемых природных территориях"; Водный кодекс Российской Федерации от 3 июня 2006 г. N 74-ФЗ (ст. 60) ;Закон Российской Федерации от 21 февраля 1992 г. N 2395-1 "О недрах" (ст. 25.2);Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 43-ФЗ "Об особенностях регулирования отдельных правоотношений в связи с

Вторая группа это законодательные акты, призванные оперативно решать насущные проблемы, связанные с государственной нуждой по территориальному размещению определенных объектов. К примеру, размещение олимпийских объектов в городе Сочи, развитие города Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе, размещение и строительство объектов к чемпионату мира по футболу FIFA 2018 года.²

Третья группа это законодательные акты, принятые в последнее время. Они направлены на совершенствование законодательства и установление единого стандарта административных процедур по изъятию земельных участков для государственных и муниципальных нужд, в отличие от законодательных актов второй группы, где законы писались под каждый конкретный случай отдельно.

Основой этого стал Федеральный закон "О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации". С этого времени, можно сказать, что закончился период точечного регулирования отдельных государственных нужд. Закон внес изменения в гражданское, земельное, жилищное законодательство³.

В научной литературе выделяли следующие проблемные направления, по которым должно было бы⁴, осуществляться совершенствование регулирования изъятия земельного участка для государственных и муниципальных нужд: "1) проблема разрешения удовлетворения публичных нужд путем использования изъятых земельных участков частными лицами; 2) проблема отсутствия законодательной регламентации информирования заинтересованных лиц, кроме собственника, о предстоящем изъятии участка; 3) проблема правовой регламентации гарантий равноценного и предварительного возмещения за изъятый земельный участок; 4) проблема оснований изъятия земельного участка для государственных и муниципальных нужд; 5)

присоединением к субъекту Российской Федерации - городу федерального значения Москве территорий и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"; Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. N 473-ФЗ "О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации".» //СПС «КонсультантПлюс».

²См. Федеральные законы от 01.12.2007 N 310-ФЗ "Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"; от 08.05.2009 N 93-ФЗ "Об организации проведения встречи глав государств и правительств стран - участников форума "Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество" в 2012 году, о развитии города Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"; от 05.04.2013 N 43-ФЗ "Об особенностях регулирования отдельных правоотношений в связи с присоединением к субъекту Российской Федерации - городу федерального значения Москве территорий и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"; от 07.06.2013 N 108-ФЗ "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".» и другие //СПС «КонсультантПлюс».

³ См. Федеральный закон от 31.12.2014 N 499-ФЗ "О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"; Земельный кодекс; Гражданский Кодекс; Жилищный кодекс; Градостроительный кодекс; Федеральный закон от 14 марта 1995 года N 33-ФЗ "Об особо охраняемых природных территориях"; Федеральный закон от 10 января 1996 года N 4-ФЗ "О мелиорации земель"; Федеральный закон от 7 мая 2001 года N 49-ФЗ "О территориях традиционного природопользования коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации"; Федеральный закон от 24 июля 2002 года N 101-ФЗ "Об обороте земель сельскохозяйственного назначения"; Федеральный закон от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"; Федеральный закон от 21 декабря 2004 года N 172-ФЗ "О переводе земель или земельных участков из одной категории в другую"; Федеральный закон от 22 июля 2005 года N 116-ФЗ "Об особых экономических зонах в Российской Федерации"; Федеральный закон от 21 июля 2007 года N 185-ФЗ "О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства" и другие. » //СПС «КонсультантПлюс».

⁴ См. Оболонкова. Е.В. Изъятие земельных участков для государственных и муниципальных нужд: проблема определения случаев возможного изъятия // Законодательство и экономика. - 2014. - № 8. - С. 40-47. Кичко А.И. Принудительное прекращение права собственности на земельные участки: Автореф. дис. . канд. юрид. наук. Краснодар, 2011.

проблема порядка изъятия земельного участка для государственных и муниципальных нужд; 6) проблема определения выкупной цены земельного участка".

Можно сказать, что с введением в действие нового Земельного кодекса Российской Федерации многие из выше указанных проблем решены. Восполнен пробел в законодательстве, в части конкретизации механизма изъятия земельных участков. Расширены гарантии правообладателей земельных участков и объектов недвижимости на них. К примеру, вместо выкупа изымаемого имущества, законодатель предложил новую формулу - предоставления правообладателю возмещения за изымаемое недвижимое имущество, в том числе и предоставления земельных участков взамен изымаемых.⁵

Анализ правоприменительной практики показывает, что еще не все проблемные вопросы нашли отражение в законодательстве.

Так, например, в соответствии с Земельным кодексом РФ⁶ в органы исполнительной власти или органы местного самоуправления, уполномоченные рассматривать ходатайство об изъятии земельных участков для государственных или муниципальных нужд, могут обратиться организации являющиеся субъектами естественных монополий,

недропользователями, а так же лицами, с которыми заключены договоры о комплексном развитии территории в случаях, оговоренных в ст. 56.4 Земельного кодекса.

Полномочия вышеперечисленных организаций сводятся к следующему: они выступают заказчиком кадастровых работ, работ по оценке изымаемого земельного участка, осуществляют переговоры с правообладателем изымаемого недвижимого имущества, обращаются от имени правообладателя без доверенности в соответствующие органы.

Кроме этого, вышеуказанные лица, в соответствии с их компетенцией, приобретают право собственности на изъятые объекты недвижимости.

Но в таком случае изымаемое недвижимого имущество не переходит в государственную или муниципальную собственность и его статус не становится публично-правовым.⁷ Несмотря на то, что статья 56.11, как и вся глава VII.1 Земельного кодекса, определяет порядок изъятия земельных участков именно для государственных или муниципальных нужд⁸.

В данном случае наблюдается противоречие между названием главы и содержанием, а также не совсем логична взаимосвязь между государственными и муниципальными нуждами и нуждами естественных монополий или недропользователей, когда изъятое имущество переходит в их собственность.

⁵ См. Земельный кодекс РФ Глава VII.1. «Порядок изъятия земельных участков для государственных или муниципальных нужд» // СПС «КонсультантПлюс».

⁶ См. Земельный кодекс РФ Глава VII.1. «Порядок изъятия земельных участков для государственных или муниципальных нужд» // СПС «КонсультантПлюс».

⁷ См. Оболонкова. Е.В. Изъятие земельных участков для государственных и муниципальных нужд: проблема определения случаев возможного изъятия // Законодательство и экономика. - 2014. - № 8. - С. 40-47

⁸ См. Там же. Земельный кодекс РФ. Глава VII.1. «Порядок изъятия земельных участков для государственных или муниципальных нужд» // СПС «КонсультантПлюс».

Ни один нормативный акт, регулирующий данный институт не содержит его дефиниции.

В статьях ряда авторов дается определение данного института.

Государственная или муниципальная нужда применительно к институту изъятия - это не нужда чиновника или какого-либо органа власти. Главное свойство понятия "государственные или муниципальные нужды" - это достижение общего блага, блага для общества, это "предприятие, общепольное для данного государства или части его".⁹

Общее благо - куда лучший критерий проверки наличия оснований для изъятия собственности, чем любой закрытый перечень случаев. Именно этот критерий позволяет осуществлять не формальную, а содержательную проверку правомерности изъятия.¹⁰

Исходя из этого определения логичней главу VII.1 Земельного кодекса назвать ««Порядок изъятия земельных участков для общественных нужд», а статью 49 «Основания изъятия земельных участков для общественных нужд».

Другой немаловажной проблемой является отсутствие в законодательстве механизма возврата изъятых имущества, в случае если по каким либо причинам реализация проекта стала невозможной, но при этом подписаны соглашения с правообладателями земельных участков, выплачено возмещение за изымаемые объекты, произошел переход права.¹¹

Желание бывших правообладателей повернуть ситуацию вспять не может быть реализовано из-за отсутствия механизма правового регулирования данной проблемы.

Решение обозначенных проблем требует решения со стороны законодателя.

Библиографический список

1. Венецианов М.В. Экспроприация с точки зрения гражданского права. Казань, 1891.
2. Кичко А.И. Принудительное прекращение права собственности на земельные участки: Автореф. дис. канд. юрид. наук. Краснодар, 2011.
3. Оболонкова. Е.В. Изъятие земельных участков для государственных и муниципальных нужд: проблема определения случаев возможного изъятия // Законодательство и экономика. - 2014. - № 8.
4. Поветкина Е.Л. Изъятие имущества для публичных нужд: цивилистические устои и современные тенденции // Закон. 2014. N 2.
5. Воронцова А.А. Интерактивные методы в преподавании земельного права: Левиафан, или Изъятие земельных участков для государственных или муниципальных нужд / А.А. Воронцова, Н.М. Заславская // Экологическое право. 2015. N 5. С. 37 - 38.
6. Нарышева Н.Г. Государственная политика и правовое регулирование земельных отношений / Н.Г. Нарышева // Экологическое право. 2016. N 3. С. 35 - 41.

⁹ Поветкина Е.Л. Изъятие имущества для публичных нужд: цивилистические устои и современные тенденции. Журнал «Закон» № 2 февраль 2014. Венецианов М.В. Экспроприация с точки зрения гражданского права. Казань, 1891. С.4-6.

¹⁰ Указ.соч.

¹¹ См. более подробно ст.56.11 Земельного кодекса <http://www.consultant.ru/>

Маркетинг

УДК 33.338

Маяк А.В. Актуализация сильного оффера в повышении успешности бизнеса

Actualization of a strong offer to increase business success

Маяк Алексей Владимирович

Бакалавр 4 курс
Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г. Ставрополь
Научный руководитель
к.э.н., доцент

Добровольский Игорь Сергеевич

Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г. Ставрополь
Mayuk Alexey Vladimirovich
Bachelor 4 course
Stavropol State Agrarian University
Russia, Stavropol
scientific adviser
Ph.D., Associate Professor
Dobrovolsky Igor Sergeevich
Stavropol State Agrarian University
Russia, Stavropol

Аннотация. Рассматривается проблема восприятия и оценки потребителем товара и услуги в условиях значительного количества внешних раздражителей. Маркетологи сталкиваются с ситуациями, когда рекламная кампания оказывает прямо противоположный эффект и у людей формируется негативная оценка товара или услуги. Показано, что если у продукта сформировалась негативная репутация, существуют возможные варианты как это исправить. Ключевым фактором успешной рекламы по-прежнему остается целевая аудитория.

Ключевые слова: Репутация, маркетинг, визуальный эффект, внешняя среда, восприятие, потребитель.

Abstract. The article considers the problem of perception and evaluation by the consumer of a product and service in a significant number of external stimuli. Marketers are faced with situations when an advertising campaign has the exact opposite effect and people have a negative assessment of a product or service. It is shown that if a product has formed a negative reputation, there are possible options for how to fix it. The key factor for successful advertising is still the target audience.

Keywords: reputation, marketing, visual effect, external environment, perception, consumer.

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.

Достаточно часто мы становимся свидетелями провала многих рекламных кампаний. Возможно, компании и не предполагали, что у предлагаемого продукта сформировалась негативная репутация. Рассмотрим возможные варианты как это можно исправить.

Ежедневно человек испытывает на себе миллионы раздражителей в виде звуков, текста, визуальных эффектов, обонятельных и сенситивных триггеров. Однако только малую часть этой информации мы пускаем в свой мозг. Почему так происходит? Включается тонкий психологический аспект - восприятие - осознание и переработка информации через основные каналы чувств (глаза, уши, нос, тело, рот). На основе первичной переработки данных наш мозг формирует оценку товара и услуги [1].

В современной экономике теории и практики выделяют три ступени восприятия:

- оценка раздражителей и среды, в которой они существуют;
- анализ физических характеристик товара и услуги;
- умонастроение потребителя.

Именно последний фактор и оказывает решающее влияние на покупку того или иного товара. И здесь маркетологи сталкиваются с ситуациями, когда рекламная кампания оказывает прямо противоположный эффект и у людей формируется негативная оценка. Почему это происходит?

Избирательное восприятие. В эру технологий мозгу необходимо фильтровать информацию. Появился такой феномен, как «клиповое зрение», когда человек видит сотню баннеров за минуту, но ни одного может не запомнить. То же касается ленты в социальных сетях: много текста и постов исчезают в памяти в тот же момент, как туда попадают. Рекламы настолько много, что люди воспринимают ее как раздражитель [2]. Формируется ошибочное восприятие товара и услуги. Примером служат сетевые компании, которые вызывают чаще всего отрицательные эмоции у покупателей, так как воспринимаются как агрессивные продавцы [3]. Человеку проще сделать вид, что он не заметил оффера, чем ввязываться в длительный процесс переговоров с продавцом.

Когнитивный диссонанс. В маркетинге случается так, что ожидания человека не соответствуют тому, что он в итоге получает. Например, в начале 2000-х годов люди покупали пылесосы за 100 тыс. рублей после яркой презентации торгового представителя, который расписывал возможности оборудования. Позже оказалось, что пылесос ничем не отличается от среднестатистической модели за 30-50 тыс. рублей. Итогом стала лавина негативных отзывов в социальных сетях и на телевидении. В каждой новой покупке люди стремятся избежать несоответствия между своими желаниями и полученным результатом. Поэтому мировые марки часто предвосхищают подобные возражения. Например, Mc. Donald's ввел в линейку продуктов «полезные» блюда с салатом и курицей и в некоторых ресторанах наливают диетическую колу, тем самым обрабатывая отзывы людей, придерживающихся ЗОЖ.

Высокая цена. Основной фактор отрицательного восприятия товара – его недоступность [4]. Во второй половине 1990-х годов владельцы Mercedes Benz полностью пересмотрели маркетинговую стратегию, так как столкнулись с большим количеством негативных отзывов от людей, которые не смогли себе позволить дорогой

элитный автомобиль. В течение следующих трех лет марка сделала все (от рассрочки до выпуска демократичных моделей), чтобы автомобили Mercedes стали синонимом среднего класса. Это может работать и в обратную сторону: слишком низкая цена вызывает сомнения в качестве товара. НР когда-то пытались создавать аналоги Mac Book по низкой цене. Некоторые модели реально превосходили оригинал. Но продажи Apple продолжали увеличиваться: люди были готовы платить вдвое больше за бренд и дизайн.

Экологические аспекты продукта и услуги. Если хочешь поспорить с человеком, заговори с ним о религии, политике или экологии. В эру глобального потепления и массовой истерии по поводу спасения Земли любые товары, которые задевают интересы «зеленых», могут как взлететь в цене, так и попасть в немилость. Многие известные модные дома отказались от использования животного меха в своих коллекциях, тем самым поддержав движение за гуманное отношение к природе [5]. Если раньше экошубы воспринимались потребителями как дешевый аналог натуральным изделиям, то сегодня это отдельная индустрия, предлагающая большой выбор качественных и оригинальных шуб, во многом превосходящих животные аналоги.

Психография. Раньше за основу маркетинговых исследований брали в основном демографические параметры, теперь этот список значительно расширен. Современные производители изучают своего потребителя намного глубже: что он любит есть, какую музыку слушать, что читает и смотрит, с кем дружит и так далее. Если товар или услуга идет вразрез с психографией потребителей, то происходит сильнейший выброс отрицательных эмоций [6]. Например, если реклама мяса вдруг появится в обществе йогов или свадебный салон будет продвигать себя на мероприятии с феминистическим уклоном. Зачастую провал рекламных кампаний связан именно с недостаточным изучением своей аудитории.

Но что делать, если продукт относится к тем, что зачастую воспринимаются отрицательно? Например, финансовые инструменты с необходимостью вложения средств («опять обманут», «это афера») или долевое строительство недвижимости («стройка будет длиться веками», «нет достаточной законодательной базы»). Таких примеров масса, и зачастую предприниматель может даже не догадываться о том, что его товар попадает в подобную категорию. Как сформировать вкус и спрос на продукт с отрицательным восприятием?

Считаем, что для этого необходимо подробно изучить покупателя. Часто бизнесмены предпочитают сначала завести трафик на страницу, а потом уже разбираться с тем, кто к нему пришел. В итоге, разочарование и пустая трата времени и денег на рекламу. Если потратить их на предварительное изучение конкурентов и целевой аудитории, то в будущем будет намного легче сформировать такой оффер, который вмиг развеет отрицательные ассоциации о товаре компании. Для начала следует ответить на три главных вопроса:

Кому компания продает товар или услугу? (целесообразно составить детальный социологический портрет клиента).

Почему клиент захочет купить продукт или услугу у компании? (основные преимущества и плюсы).

Какой стиль жизни компания пропагандирует? (идеология компании и продукта либо услуги).

Далее следует отправиться в социальные медиа и подробно изучить потенциальную аудиторию: что любит, опасения, негативные истории, авторитеты и так далее [7]. Можно использовать следующие источники: LinkedIn, Twitter, Страница пресс-релизов конкурента, Блоги, Google (клиент и компания), Facebook, В Контакте, Youtube, и др.

После проделанной работы выбирают топ-10 отрицательных ассоциаций, связанных с продуктом или услугой. Потом выбирают три, и далее доходят до главной ассоциации. Реклама компании должна содержать прямое или косвенное опровержение привычного стереотипа [8]. Например, в 1920-х годах Marlboro рекламировали исключительно женщины. Это был образ роковой красавицы с сигаретой в руках. В 1940-е годы начался бум статей о вреде курения. И маркетологи тут же изменили позиционирование: теперь у сигарет появился фильтр, а рекламировать их стал ковбой, который олицетворял собой здорового человека, проживающего на лоне природы. Marlboro стали синонимом свежего воздуха и сильного духа.

Следующим шагом необходимо подключать эмоции. Отрицательное восприятие товара чаще всего базируется на примитивных чувствах: страх, боль, опасность, злость... [8] Необходимо попробовать развернуть их в противоположную сторону. Например, компания Master Card создала слоган «Это бесценно. Для всего остального есть Master Card». Люди боятся брать в долг у банков, ведь это кабала на всю жизнь. Но грамотные маркетологи говорят, что есть вещи гораздо важнее. Например, дом и родные. И вот уже потребитель готов оформить кредитную карту, ведь отпуск всей семьей – это бесценно, а для затрат есть карточка.

Далее - становитесь первопроходцами. Привычка влияет на продажи как в положительную, так и в отрицательную сторону. Если человек привык к тому, что мясо есть вредно, то понадобится много времени убедить его в обратном. Компания Coca-Cola провела интересную политику в племенах на Бали. Там они убедили шаманов в том, что напиток является безопасным и вкусным, а уже те передали своим прихожанам мысль, что Cola не иначе как божественный нектар. Сегодня везде по стране можно встретить обряды местных жителей, когда они льют любимый напиток на землю, тем самым задабривая духов перед важным событием. Не стоит говорить о том, как выросли продажи компании в этом регионе.

Наверняка многие бизнесмены знают что такое «взрывной маркетинг». Есть примеры того, как на отрицательном восприятии аудитории компаниям удавалось поднять продажи и вызвать ажиотаж вокруг продукта [9]. Вспомните, как в Средние века самым посещаемым местом были казни. Там собирались все: бедные, богатые, верующие и атеисты. Людей объединял страх. В современном мире ярким примером служат взрывные кампании «Евросети», когда, например, людям предлагали раздеться и получить смартфон бесплатно. Это вызвало лавину осуждающих постов и комментариев в интернете, но продажи компании тогда выросли в несколько раз. Стоит вспомнить недавнюю блокировку Telegram, когда в один день количество скачиваний приложения и VPN-клиентов выросло в десятки раз.

Резюмируя аналитические рассуждения, напомним, что современный маркетинг и интернет дают производителям безграничные возможности для рекламы. Продать можно что угодно, главное, подать этот

продукт в нужном месте и в нужное время. Ключевым фактором успешной рекламы по-прежнему остается целевая аудитория [10]. Если детально изучить ее предпочтения, отрицательные и положительные характеристики, правильно сформировать сильный оффер, то можно выгодно подать даже тот продукт, который изначально пользуется недоброй репутацией. Возможно для этого понадобится чуть больше времени и креатива, но эффект от подобной рекламы будет долгосрочным и сработает очень эффективно.

Библиографический список

1. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.
2. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.
3. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.
4. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах. - М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
5. Дудкина О.В., Бородай В.А. Альтернативы традиционным бизнес-решениям в выставочных форумах // Экономические исследования и разработки. 2018. № 4. С. 111-115.
6. Бородай В.А. Социально-экономическое развитие туристских территорий – институциональные аспекты // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 2012. С. 11-15.
7. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.
8. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
9. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // 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. 202-209.
10. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

УДК 33.338

Протопопов В.С. Формирование экосистемы в условиях кризиса рекламных моделей в интернет пространстве

The formation of the ecosystem in a crisis of advertising models in the Internet space

Протопопов Владимир Сергеевич

Ст. преподаватель
Ульяновский Государственный Университет.
Институт Экономики и Бизнеса.
Россия, г. Ульяновск
Protopopov Vladimir Sergeevich
Art. teacher
Ulyanovsk State University.
Institute of Economics and Business.
Russia, Ulyanovsk

Аннотация. Рассматривается проблема развития рекламных моделей в интернет пространстве. В статье представлено, что сегодня сфера цифровой рекламы – это многоуровневые слои сложных услуг, перенасытивших интернет. Эта система становится все более запутанной и чреватой мошенничеством. Новая идеология рекламы должна давать всем то, что они хотят. Пользователи должны получить более быстрый, безопасный, приватный интернет, создатели контента должны получить больший доход, а рекламодатели получить больше пользователей.

Ключевые слова: Рекламодатели, цифровая модель, маркетинг, браузер, парадигма, эффективность, интернет.

Abstract. The problem of the development of advertising models in the Internet space is considered. The article presents that today the field of digital advertising is multilevel layers of complex services that oversaturated the Internet. This system is becoming increasingly confused and fraught with fraud. The new ideology of advertising should give everyone what they want. Users should get faster, more secure, private Internet, content creators should get more revenue, and advertisers should get more users.

Keywords: advertisers, digital model, marketing, browser, paradigm, efficiency, Internet.

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.

Кризис рекламных моделей в интернете приведет к появлению браузеров нового поколения. Это то, чем мы расплачиваемся за получение информации в интернете. Гонка вооружений между рекламодателями и создателями программного обеспечения, блокирующего рекламу, достигла критической отметки. Именно ваше внимание в будущем будет валютой, которая наладит взаимоотношения между рекламодателями, создателями сайтов и пользователями.

В последнее время мы часто слышим, что реклама разрушает интернет. Реклама стала самым распространенным способом монетизации бесплатного контента в интернете [1]. И она разрушает его. Система разрушается: раньше она была простой, в ней были рекламодатели, пользователи и создатели веб-страниц. Сегодня индустрия цифровой рекламы – это многоуровневые слои сложных услуг, перенасытивших интернет. Сэм Картер, гуру маркетинга и науки о данных из компании Fospha, занимающейся маркетинговой аналитикой для привлечения клиентов, объясняет, что цифровая реклама стала настолько сложной, что попытка изучить коэффициент окупаемости инвестиций (ROI) или влияние на другие бизнес-результаты выглядит такой же сложной, как наука о ракетах.

На эти изменения пользователи ответили установкой программного обеспечения, блокирующего рекламу. В Соединенных Штатах более 600 млн. устройств теперь блокируют рекламу. Эти цифры растут с каждым годом. Использование мобильных приложений, блокирующих рекламу, буквально взорвало рынок в Азии, и теперь волна распространяется на Северную Америку и Европу [2].

Несомненно, что создатели контента недовольны. Блокировка рекламы решает проблемы пользователей, делает их недоступными для рекламодателей, но это активно вредит создателям контента, ведь они полагаются на рекламу. Война между рекламодателями и блокировщиками рекламы превратилась в бесконечную гонку вооружений.

Доходы обычных рекламодателей неуклонно снижались в течение длительного времени, но это снижение выручки было лишь вершиной айсберга проблемы уходило гораздо глубже [3]. На Google и Facebook приходится 99% всего роста доходов от рекламы, это серьезно усложняет работу других рекламных агентов.

Сэм Картер, генеральный директор Fospha, комментирует это, говоря, что компании все чаще полагаются на Facebook и Google, чтобы найти клиентов, но стоимость использования этих платформ растет. Потребители и рекламодатели имеют очень малую долю контроля над процессом, опираясь на данные, предоставленные им этими компаниями.

Следует отметить, что и рекламодатели недовольны. Несмотря на предполагаемую точность современных рекламных технологий, отслеживание и таргетинг по-прежнему примитивны [4]. Любой, кто покупал что-либо на Amazon, может подтвердить это, наблюдая, как купленный им однажды товар, затем следует за ним по всему интернету. Пост от Джастина Шэйнеса в Twitter, собравший 30 тыс. лайков и 10 тыс. комментариев, иллюстрирует это, отмечая, что Amazon думает, что моя недавняя покупка увлажнителя воздуха была всего лишь первым шагом в моем новом хобби по сбору увлажнителей воздуха. Теперь перед маркетологами стоит постоянная задача: понять смысл больших сложных данных, которые предоставляют рекламные платформы. Кроме того, мошенничество в области digital-рекламы постоянно растет.

Проблемы для рекламодателей усугубляются шокирующим количеством рекламного мошенничества в интернете. То же самое, что сделало цифровую рекламу такой мощной, сделало ее же легким объектом для манипуляций мошенников. Один из каждых \$5, потраченных на цифровую рекламу, тратится на мошеннические клики и показы. Согласно одному из отчетов независимых исследователей, ситуация с

рекламным мошенничеством намного хуже, чем вы можете подумать. Подавляющее большинство из них остаются незамеченными.

Доходы от цифровой рекламы – финансовая основа, на которой построен сегодняшний интернет [5]. Эта система становится все более запутанной, чреватой мошенничеством и враждебной по отношению к людям, читающим статьи, просматривающим видео и играющим в онлайн-игры. Систему необходимо перестроить с нуля. На этой основе появляются браузеры, представляющие собой переосмысление структуры интернета, например, Brave.

Первым шагом перехода на новую систему является прекращение поддержки старой. Поскольку индустрия Ad-tech оказалась неспособной к самоконтролю, теперь, управление должно перейти в руки пользователей, проще всего сделать это через интернет-портал: ваш браузер.

Браузеры нового поколения будут блокировать все объявления и отслеживание по умолчанию. Нам уже сложно представить, каким быстрым может быть интернет без всякого мусора. Браузер распознает рекламные атаки на основе машинного обучения, поэтому его сложно обмануть. Он так же сохраняет черный список поставщиков навязчивой и неуместной рекламы, это, возможно, положит конец так называемой гонке рекламных вооружений [6]. Новые браузеры работают до двух раз быстрее на компьютерах и до восьми раз быстрее на мобильных устройствах. Для сравнения: сайт CNN.com Google Chrome откроет за 6,8; Firefox за 7.83; а Brave за 2,55 секунды.

Следующий шаг – новая парадигма рекламы, которая дает всем то, что они хотят. Пользователи получают более быстрый, безопасный, приватный интернет, создатели контента получают больший доход, а рекламодатели получают больше пользователей [7]. Это тройной выигрыш.

Рекламодатели и браузер никогда не будут получать доступ к вашим личным данным, номерам телефонов, аккаунтам в соцсетях и адресу электронной почты. Вы можете выбирать: увидеть рекламу или нет, в зависимости от вашего желания ее можно будет отключать и наслаждаться интернетом без рекламы.

Новые браузеры предоставляют два вида объявлений:

Объявления пользователей, которые будут отображаться как уведомление, которое можно открыть в новой вкладке, если вы в нем заинтересованы.

Рекламные объявления от создателей контента, которые будут отображаться вместе с веб-страницей, как традиционные объявления.

Таким образом, объявления должны стать еще более «умными», точными и эффективными. А рекламодатели получат более точную аналитику об эффективности своих объявлений [8].

Пользователи смогут получить 15% от выручки, при просмотре объявлений. При использовании «умным» браузером, фильтрующем рекламу, вы зарабатываете так называемые токены, которые автоматически распределяются между сайтами-создателями контента, который вам нравится. Например, браузер Brave создал свою криптовалюту, которую они называли BAT (Basic Attention Token) – «токен внимания», он используется как средство обмена между пользователями, рекламодателями и создателями сайтов.

Браузер Brave – это в конечном счете только стартовая панель для «токена внимания» BAT. В будущем предполагается интеграция BAT во все области: от мобильных приложений, игр и мессенджеров до подкастов и потоковых видеороликов.

Для примера представим себе, что мы покупаем автомобиль и пытаемся выбрать между BMW и Mercedes. У нас открыты вкладки обеих компаний. Мы решаем провести тест драйв BMW в обед в субботу, при этом Mercedes может предложить нам около \$70 в BAT-эквиваленте за то, что бы мы пришли к ним на тест-драйв на два часа раньше. В этом случае, у нас на счету с учетом комиссии браузера будет около \$49 в BAT, которые мы сможем отправить на подписку на контент или использовать для поддержки наших любимых веб-сайтов.

Этот очевидно, лишь приблизительный сценарий, взятый из описания браузера Brave, и вы не можете рассчитывать на то, чтобы зарабатывать от просмотра рекламы весь день, но это помогает проиллюстрировать силу этой системы. Вместо того, чтобы платить Facebook и Google, рекламодатели будут платить браузеру и вам.

Все это звучит очень амбициозно. Лицом, возглавляющим проект разработки браузера, основанного на токенах внимания, является создатель JavaScript и соучредитель Mozilla и Firefox, Брендан Эйч. Команда разработчиков постоянно растет. Интернет реформирует группа его же пионеров.

В те времена, когда Microsoft выиграл первую браузерную войну, проект с открытым исходным кодом под названием Firefox был тихой угрозой для Internet Explorer. Firefox показал миру, что Internet Explorer имеет много недостатков, а впоследствии компания Google проложила путь к популярному ныне браузеру Chrome. Сегодня Google Chrome занимает около 60% мирового рынка и является браузером более чем миллиарда пользователей Интернета. Нелегко будет сбить короля, с его законного трона, но Брендан Эйч уже однажды сделал это.

Подведем итоги. У Brave-браузера значительное количество активных пользователей в месяц, а ПО даже еще не достигло версии 1.0. Создателям контентов будет выгодно присоединяться к новой экосистеме, чтобы зарабатывать больше денег и закончить свою игру в кошки-мышки с блокировками рекламы. Рекламодатели же всегда ищут способ максимизировать отдачу от инвестиций – новая система даст им более мощную аналитику и доступ к ранее недостижимым демографическим данным [9].

Экспоненциальный рост экономики внимания вызван сетевым эффектом. Brave будет новым браузером, который работает супербыстро и еще платит вам. Вскоре мы обнаружим, что уже установили его на все гаджеты от своего рабочего компьютера до iPad нашей бабушки. Токен внимания BAT претендует стать новым стандартом для приложений, ориентированных на выбор пользователей, который сделает интернет справедливее.

Библиографический список

1. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.
2. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.
3. Дудкина О.В., Бородай В.А. Информационный индивидуализм сервисных услуг на основе эластичности медийного пространства // 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. 198-202.
4. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
5. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.
6. Бородай В.А. Торговля как социально-инновационный процесс и фактор социальной трансформации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 4. С. 181-184.
7. Дудкина О.В., Бородай В.А. Альтернативы традиционным бизнес-решениям в выставочных форумах // Экономические исследования и разработки. 2018. № 4. С. 111-115.
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. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

Математические и инструментальные методы в экономике

УДК 519.233.5

Колодяжная А.А. Индекс эффективности логистики как показатель экономического развития России

Logistics efficiency index as an indicator of russian economic development

Колодяжная Анастасия Александровна

магистрант

1 курс, направление «Математические методы в экономике»

Научный руководитель: **Евстратчик Светлана Васильевна**

кандидат экономических наук, доцент

доцент кафедры «Экономической кибернетики»

Санкт-Петербургский государственный университет

Россия, г. Санкт-Петербург

Kolodyazhnaya Anastasia Aleksandrovna

master candidate

1 year, specialty "Mathematical methods in economics"

Scientific adviser: Evstratchik Svetlana Vasilievna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Associate Professor, Department of Economic Cybernetics

Saint Petersburg State University

Russia, St. Petersburg

Аннотация. В статье рассматривается состояние логистической сети России и ее рейтинговое место в мировой логистической системе по данным Всемирного банка. Обосновывается зависимость индекса эффективности логистики от состояния экономического развития России. В целях анализа данной зависимости применялись эконометрические методы и использовался инструментарий пакета MS Excel. В ходе проведения исследования построена модель множественной регрессии, в результате анализа которой выявлены показатели экономического развития России, оказывающие значительное влияние на российский индекс эффективности логистики.

Ключевые слова: индекс эффективности логистики, показатели экономического развития России, модель множественной регрессии, регрессионный анализ.

Abstract. The article is considered the state of the Russian logistics network and its ranking in the global logistics system according to the World Bank. The dependence of the logistics efficiency index on the state of Russia's economic development is substantiated. In order to analyze this dependence, econometric methods were used and the MS Excel package tools were used. In the course of the study, a multiple regression model was built, the analysis of which revealed indicators of Russia's economic development that have a significant impact on the Russian logistics efficiency index.

Keywords: logistics performance index, indicators of economic development of Russia, multiple regression model, regression analysis.

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.

Стремительно развивающаяся конкуренция внешней и внутренней торговой среды, а также резкое изменение экономических интересов и ожиданий клиентов является причиной усложнения цепи поставок в условиях ограниченных инфраструктурных ресурсов. Соответственно формирование и развитие логистической системы предприятий является первостепенной задачей повышения их конкурентоспособности в нестабильной макроэкономической среде [2, 3, 5].

Всемирным банком в 2007 году был разработан специальный аналитический инструментарий, позволяющий оценить эффективность функционирования логистической системы различных стран мира – индекс эффективности логистики LPI (Logistics Performance Index). Данный индекс имеет комплексную структуру, отражающую важнейшие стороны торгового процесса. Для расчета LPI экспертами используются определенные показатели, характеризующие:

- эффективность таможенного оформления;
- качество торговой и транспортной инфраструктуры;
- простота организации поставок по конкурентоспособной цене;
- качество логистических услуг и компетентность;
- возможность отслеживания и сопровождения грузов;
- соблюдение сроков доставки.

Взаимосвязь данных показателей с развитием рыночного потенциала страны очевидна, чем выше их значения, тем эффективнее развиваются внутренние и внешние рыночные отношения участников торговых сделок, что вносит определенный вклад в формирование ВВП.

Результаты анализа российского агрегированного индекса эффективности логистики по данным [6] представлены на рисунках 1 и 2.



Рисунок 1. Рейтинг российского LPI за анализируемый период



Рисунок 2. Показатели эффективности российской логистической системы

В период с 2007 по 2016 годы наблюдаются незначительные колебания позиции России в рейтинге LPI. В 2007 году Россия занимала 99 место в рейтинге со значением показателя LPI 2,37, находясь в числе стран с низким уровнем эффективности логистики. При этом слабая эффективность таможенного оформления отодвигала российский рейтинг LPI на 135 место из 167 стран.

В период с 2016 по 2018 годы Россия улучшила все показатели и поднялась в рейтинге LPI с 99 до 75 места. Так, например, значительно увеличились показатели «Качество торговой и транспортной инфраструктуры» на 0,35 пункта и «Эффективность таможенного оформления» на 0,41 пункт. Увеличение данных показателей, по мнению экономистов [4], стало следствием проводимых реформ в сфере транспорта и таможни.

Таким образом, результаты анализа российского LPI показали некоторую отдаленность отечественной логистической системы от логистики стран с развитой экономикой. В связи с этим возникает необходимость определить наличие взаимосвязи между LPI и показателями экономического развития России. С целью выявления взаимосвязи между индексом эффективности логистики и показателями экономического развития России предлагается построить модель множественной регрессии. В качестве значимых показателей экономического развития России были выделены [7]:

ВВП;

индекс потребительских цен;

индекс промышленного производства;
индекс производства продукции сельского хозяйства;
инвестиции в основной капитал;
объем работ по виду деятельности «строительство»;
реальные располагаемые денежные доходы населения;
оборот розничной торговли;
объем платных услуг населению;
экспорт товаров;
импорт товаров.

При построении модели множественной регрессии первоочередным шагом является проведение корреляционного анализа, позволяющего исключить проблему мультиколлинеарности факторов. Для этого формируется корреляционная матрица с последующим анализом значений коэффициентов линейной корреляции для каждой пары независимых переменных.

В качестве инструмента формирования матрицы парных коэффициентов корреляции, представленной в таблице 1, был применен пакет MS Excel [1].

Таблица 1

Матрица парных коэффициентов корреляции

	ВВП	индекс промышленного производства	индекс производства продукции сельского хозяйства	инвестиции в основной капитал	реальные располагаемые денежные доходы населения	оборот розничной торговли	объем платных услуг населению	экспорт товаров	импорт товаров	IPI	
ВВП	1										
Индекс прои	-0,0273	1									
Индекс прои	0,764749	0,151784	1								
Индекс прои	-0,97653	-0,08923	-0,87542	1							
Инвестиции	0,936166	-0,34249	0,571803	-0,85459	1						
Объём рабс	0,769968	-0,57918	0,504519	-0,67567	0,880109	1					
Реальные р	0,936131	0,248563	0,630553	-0,90601	0,817674	0,579657	1				
Оборот роз	0,844449	0,337363	0,505696	-0,79851	0,712271	0,511854	0,970886	1			
Объём плат	0,66699	0,10309	0,137562	-0,5365	0,659169	0,548162	0,812711	0,897407	1		
Экспорт тов	0,776932	-0,0387	0,735724	-0,76913	0,671038	0,792731	0,703366	0,705376	0,586093	1	
Импорт тов	0,826592	-0,02878	0,979944	-0,90618	0,69627	0,642077	0,650427	0,506097	0,183649	0,756486	1
IPI	0,563373	0,295068	0,672453	-0,60511	0,351297	0,483017	0,584682	0,647204	0,483287	0,913917	0,613806

Анализ коэффициентов линейной корреляции для каждой пары независимых переменных основывался на ограничении значения коэффициента корреляции по модулю. Если коэффициент корреляции по модулю превышает 0,7, то одну из переменных необходимо исключить из числа значимых факторов и не использовать для построения модели множественной регрессии. Также в анализе используется допущение об исключении из рассмотрения фактора, имеющего наименьшую степень связи с зависимой переменной.

В ходе проведенного анализа были исключены взаимозависимые факторы и в качестве объясняющих переменных для построения регрессионной модели взяты следующие показатели:

объем работ по виду деятельности «строительство»;

объем платных услуг населению;

импорт товаров.

С применением инструментария пакета MS Excel построено регрессионное уравнение вида:

$$Y = 0,27x_1 + 1,63x_2 + 0,26x_3 - 16,3,$$

где x_1 – объем работ по виду деятельности «строительство»;

x_2 – объем платных услуг населению;

x_3 – импорт товаров.

Для оценивания модели множественной регрессии на адекватность проведен ее качественный анализ, результаты которого содержат следующие положения:

$R = 0,73$, следовательно, наблюдается тесная связь между функцией отклика и исследуемыми факторами;

$R^2 = 0,56$, то есть 56 % вариации индекса эффективности логистики объясняется вариацией вышеперечисленных факторов;

$F_{\text{крит}}(3,06) > F_{\text{расч}}(0,06)$, то есть на уровне значимости 5 % можно утверждать, что рассматриваемая зависимость является статистически значимой, так как значение F-критерия табличного больше его расчетного значения;

показатель p-value, имеющий значение близкое к нулю, также показывает, что обнаруживается устойчивая зависимость рассматриваемой функции Y от воздействующих факторов;

значимы все коэффициенты приведенного уравнения. Анализируемый коэффициент считается значимым, если его t-критерий по абсолютной величине превышает 1,96, что соответствует уровню значимости 0,05. В нашем примере имеем для коэффициентов a_0 , a_1 , a_2 и a_3 следующие показатели критерия Стьюдента: $ta_0 = 2,09$; $ta_1 = 2,59$, $ta_2 = 2,57$, $ta_3 = 2,23$. Очевидно, что значения каждого из критериев больше 2.

Таким образом, уравнение множественной регрессии значимо, следовательно, выявлена взаимосвязь между показателями экономического развития России и индексом эффективности логистики.

Вследствие того, что представленная модель значима, целесообразно привести интерпретацию коэффициентов регрессии:

коэффициент a_1 показывает, что с ростом показателя «объем работ по виду деятельности строительство» на 1 ед. LPI увеличится в среднем на 0,27 пункта;

коэффициент a_2 показывает, что с увеличением показателя «объем платных услуг населению» на 1 ед. LPI увеличится в среднем на 1,63 пункта;

коэффициент a_3 показывает, что с увеличением показателя «импорт товаров» на 1 ед. LPI увеличится

в среднем на 0,26 пункта.

Проведенные расчеты позволили заключить, что эффективное функционирование логистической системы оказывает существенное влияние на развитие экономики России. Практическая значимость разработанной математической модели зависимости состояния логистической системы от экономического развития России состоит в аналитическом выявлении показателей, способных оказать влияние на рост российского индекса логистической эффективности.

Библиографический список

1. Бараз В.Р. Корреляционно-регрессионный анализ связи показателей коммерческой деятельности с использованием программы Excel : учебное пособие / В.Р. Бараз. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «УГТУ–УПИ», 2005. – 102 с.
2. Гайдаенко А.А. Логистика / А.А. Гайдаенко. – М. : КноРус, 2014. – 267 с.
3. Канке А.А. Логистика: учебник / А. А. Канке, И. П. Кошечкина – 2-е изд. – М. : Форум, – 2016. – 384 с.
4. Григорьев М.Н., Уваров С.А. Развитие логистической инфраструктуры России в Арктическом регионе как фактор глобальной конкуренции // Логистика и управление цепями поставок. – 2018. – № 6. – С. 46-52.
5. M. Christopher: Logistics & Supply Chain Management: creating value- adding networks, Prentice Hall 2010. – 269 p.
6. Доклад Всемирного банка о логистическом развитии стран мира. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lpi.worldbank.org/report> (дата обращения: 11.12.2019).
7. Рейтинг социально-экономического положения субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://vid1.rian.ru/ig/ratings/rating_regions_2019.pdf (дата обращения: 14.12.2019).

Менеджмент

УДК 33

Кочетов А. А., Литвина М.И. Сравнительный анализ систем мотивации в России и за рубежом

Comparative analysis of motivation systems in Russia and abroad

**Кочетов Александр Анатольевич,
Литвина Мария Иосифовна**

1. магистрант кафедры социологии и управления ФГБОУ ВО Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ),

2. к.э.н., доцент кафедры социологии и управления ФГБОУ ВО Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)

Kochetov Alexander Anatolyevich,
Litvina Maria Iosifovna

1. Master student of the Department of Sociology and Management, Federal State Budgetary Educational Establishment of Higher Education, Moscow Automobile and Highway State Technical University (MADI),

2. Ph.D., associate professor of the Department of Sociology and Management, FSBEI HE Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI)

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ особенностей мотивации работников организаций в России и за рубежом и выявляются факторы и особенности, влияющие на степень мотивации работников.

Для достижения данной цели было проведено исследование посредством анкетирования, по результатам которого было проведено сравнение между ценностями и интересами, которыми руководствуются граждане России и других государств.

Ключевые слова: мотивация, труд, персонал, управление, опрос

Abstract. The article provides a comparative analysis of the motivational characteristics of employees in Russia and abroad, and identifies factors and features that affect the degree of employees' motivation.

To achieve this goal, a study was conducted through a questionnaire based on the results of which was made a comparative analysis of the values and motivations, which citizens of Russia and other countries are guided by.

Keywords: motivation, labor, personnel, management, survey

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

Основная деятельность человека – это труд, который занимает, как минимум, треть взрослой самостоятельной жизни [11]. Ряд этапов трудовой жизни человека захватывает более ранние и поздние периоды его жизни (выбор профессии, трудовое и профессиональное обучение, передача трудового опыта в семье, использование профессиональной помощи других людей и т.п.) [5]. Становится очевидным, что труд, а, следовательно, и все вопросы, с ним связанные, имеют большое значение для любого человека и всегда

находятся в поле внимания. Результаты, достигнутые людьми в процессе работы, зависят не только от знаний, навыков и способностей этих людей. Эффективная деятельность возможна лишь при наличии у работников соответствующей мотивации, то есть желания работать [10]. Позитивная мотивация активизирует способности человека, освобождает его потенциал, негативная мотивация тормозит проявление способностей, препятствует достижению целей деятельности. Мотивация включает в себя внутреннее состояние человека, называемое потребностью, и нечто вне его, определяемое как стимул или задача. Поведение человека определяется потребностью, которая доминирует в данный момент времени [9]. Вопросы мотивации нашли отражение в многочисленных исследованиях зарубежных и отечественных ученых, среди которых можно выделить А. Маслоу [6], Ф. Герцберга [3], Д. Мак-Грегора [7], Е.В. Белкина [1], В.А. Дятлова [4], Т.И. Мухамбетова [8], В.А. Ядова [12] и других.

Существующее многообразие национальных деловых культур предопределяет необходимость исследования и учета особенностей мотивации персонала в разных странах. Знание систем ценностей, понимание кросскультурных особенностей поведения людей в разных странах существенно повышают эффективность управления [2].

Цель статьи – провести сравнительный анализ особенностей мотивации работников различных организаций в России и за рубежом и выяснить, какие факторы и особенности влияют на степень мотивации работников.

Для достижения данной цели было проведено исследование с применением метода опроса, по результатам которого был проведен сравнительный анализ между ценностями и интересами, которыми руководствуются граждане России и других государств.

Инструментом опроса стала разработанная авторами анкета. В ходе исследования были опрошены респонденты из России, а также ряда других стран. В опросе принимали участие респонденты разного возраста (старше 18 лет), работающие в организациях частной и государственной форм собственности различных сфер деятельности.

На первом этапе исследования были опрошены респонденты, проживающие и работающие в таких странах, как США, Германия, Португалия, Нидерланды, Австралия, Канада, Израиль, Украина и другие.

На основной вопрос анкеты «What can motivate you for better performance?» («Что может Вас мотивировать к лучшим результатам?») ответы респондентов распределились следующим образом:

- «Increase of wages» (повышение заработной платы) – 53,6%;
- «Career opportunities» (возможности карьерного роста) - 58,9%;
- «Additional benefits from the company» (дополнительные льготы в компании) – 37,5%;
- «Increasing your credibility among colleagues» (повышение Вашего авторитета среди коллег) – 33,9%.

На данный вопрос респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов, а также добавить свой вариант (рис.1).

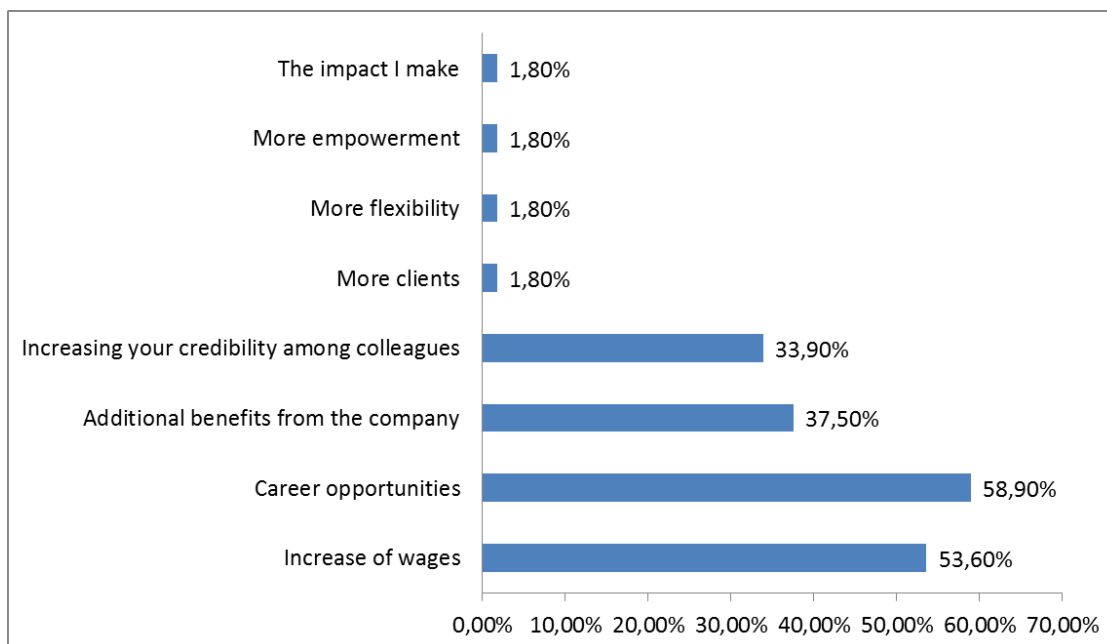


Рисунок 1. Распределение ответов зарубежных респондентов на вопрос «What can motivate you for better performance?»

Как мы видим, большинство респондентов (58,9 %) ответило, что к лучшим результатам их может мотивировать возможность карьерного роста, несколько меньше (53,6%) мотивирует финансовая составляющая, а именно повышение заработной платы. Дополнительные льготы и уважение среди коллег мотивируют опрошенных в меньшей степени – 37,5% и 33,9%, соответственно.

Рассмотрим ответы на другие вопросы анкеты тех респондентов, для которых возможность карьерного роста является приоритетным мотивирующим фактором, и проанализируем влияние различных факторов на причины их мотивации.

Характеристики респондентов, для которых мотивирующим фактором является возможность карьерного роста, следующие:

- 57% работают в крупных городах (более 1 миллиона жителей), что говорит о постоянном их нахождении в социуме и о соответствующем при этом уровне коммуникабельности и кругозора;
- 84% работают в небольших частных компаниях, т.е. это представители малого и среднего бизнеса (рис.2).

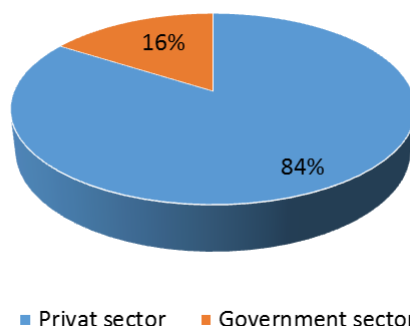


Рисунок 2. Распределение респондентов, работающих в государственном и частном секторе

Примечательно, что 75% респондентов работают в организациях не более трех лет и могут обладать некой «жаждой» производственных побед, что также может послужить причиной, определяющей выбор мотивирующего фактора.

48% занимают должности специалистов без функции управления.

51% довольны своей заработной платой, следовательно, финансовые мотиваторы для них не так эффективны.

66% опрошенных считают, что у них было достаточно (и более чем достаточно) возможностей для профессионального роста (рис.3).

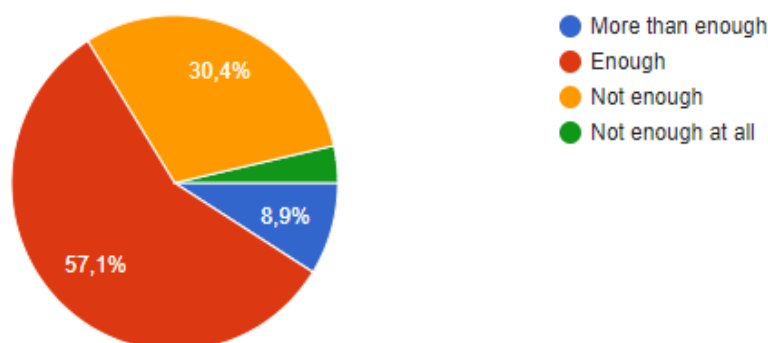


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос «How many opportunities did you have for your own professional development?»

50% уверены, что задачи, поставленные перед ними на работе, помогают им развиваться в профессиональном плане.

72% гордятся брендом компании, в которой они работают, что само по себе является одной из решающих причин добиваться успехов по карьерной лестнице именно в этой организации.

Для 84% респондентов очень важен психологический климат в коллективе (рис.4). Стоит заметить, что существует мнение о том, что чем выше должность, тем более комфортная психоэмоциональная среда создается вокруг. Этот факт можно рассматривать, как одну из причин желания сотрудника двигаться вверх по карьерной лестнице.

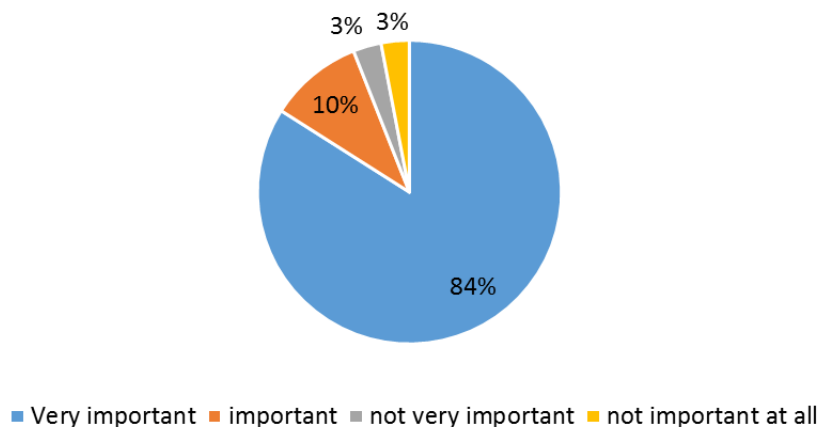


Рисунок 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Is the psychological climate in the working team important to you?»

81% респондентов относятся к возрастной категории от 25 до 44 лет и находятся на пике социальной и трудовой активности.

69% имеют высшее образование, и можно предположить, что основной причиной его получения является именно карьерный рост.

Отметим, что ответы респондентов практически не коррелируют с тем, в какой стране они проживают.

На втором этапе исследования были опрошены респонденты, проживающие и работающие в Российской Федерации, в таких городах как Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Нижневартовск, Ульяновск, Липецк, а также в ряде небольших городов.

Вопросы анкеты для российских и зарубежных респондентов были абсолютно идентичны.

Сравним результаты опроса российских и зарубежных респондентов.

На вопрос «Что может Вас мотивировать к лучшим результатам?» ответы распределились следующим образом (рис.5):

- «Повышение заработной платы» – 67,1%;
- «Возможности карьерного роста» - 27,4%;
- «Дополнительные льготы в компании» – 0%;
- «Повышение Вашего авторитета среди коллег» – 9,6%.

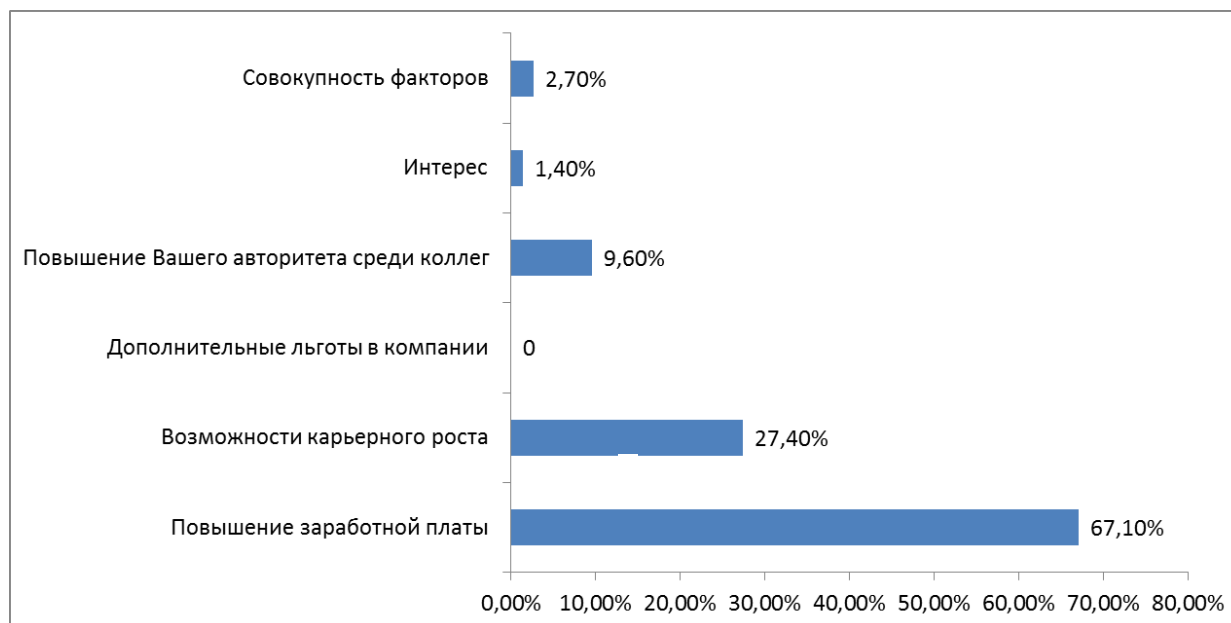


Рисунок 5. Распределение ответов российских респондентов на вопрос «Что может Вас мотивировать к лучшим результатам?».

В отличие от зарубежных коллег, для российских респондентов основным мотивационным фактором является повышение заработной платы (67,1%). Возможность карьерного роста в качестве мотивации рассматривает лишь 27,4 % опрошенных.

Дополнительные льготы в компании не мотивируют никого из опрошенных.

Уважение среди коллег важно для 9,6% респондентов, что существенно меньше, чем для зарубежных респондентов (33,9%).

Охарактеризуем работников российских компаний, для которых повышение заработной платы является основной мотивацией к лучшим результатам.

85% опрошенных живут и работают в крупных городах (свыше 1 миллиона жителей).

63% работают в организациях, относящихся к государственному сектору (рис.6), что говорит о том, что бизнес-сфера в России проигрывает государственным организациям в степени стабильности и доверия со стороны граждан РФ, а уровень оплаты труда в государственной сфере определяет ее повышение как мотивирующий фактор.

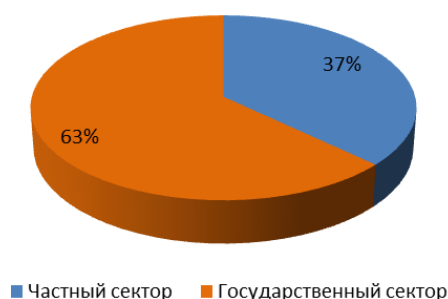


Рисунок 6. Распределение российских респондентов, работающих в государственном и частном секторе

55% опрошенных работают в организациях от трех лет и более, что говорит о низком уровне текучести кадров в государственных компаниях.

В равной степени респонденты занимают руководящие должности и должности специалистов без функций управления, что может являться показателем низкой покупательной способности граждан вне зависимости от занимаемой должности и, как следствие, повышение заработной платы становится решающим фактором мотивации в работе для одних и для других.

Несмотря на то, что 66% опрошенных в целом довольны своей заработной платой (это больше, чем показатель для зарубежных респондентов), но можно предположить, что комплекс таких факторов, как менталитет, нестабильная обстановка в экономической сфере страны и т.п. выдвигает на первое место в качестве мотивации именно повышение заработной платы.

59% ответили, что у них было достаточно и 16% – более чем достаточно возможностей для профессионального развития (рис. 7).

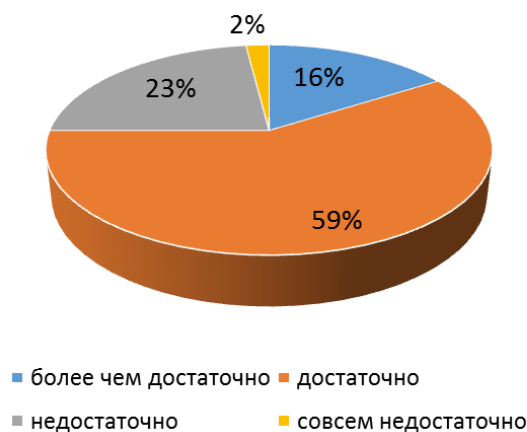


Рисунок 7. Распределение ответов на вопрос «Сколько возможностей было у Вас для собственного профессионального развития?»

50% уверены, что задачи, поставленные перед ними на работе, помогают им развиваться в профессиональном плане.

51% респондентов гордятся брендом компании, в которой они работают.

Для 57% важен (а для 30% очень важен) психологический климат в коллективе (рис.8).

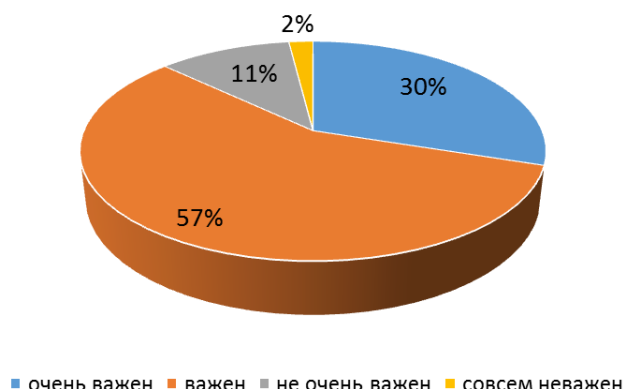


Рисунок 8. Распределение ответов на вопрос «Важен ли для Вас психологический климат в коллективе?»

81% (как и в зарубежных странах) входит в возрастную категорию от 25 до 44 лет.

73% имеют высшее образование, однако в силу особенностей менталитета карьерный рост рассматривается скорее как платформа для увеличения финансовой составляющей.

На основании проведенного исследования можно сделать следующий вывод. В целом респонденты России и зарубежных государств имеют равные возможности для самореализации и схожие потребности в стремлении к лучшей жизни, но политическая и экономическая обстановка как внутри государств, так и на мировой арене определяет для этого разные пути. Для России это повышение уровня финансового благополучия путем работы в государственных компаниях как гарантов стабильного заработка, пусть и не самого высокого. Для респондентов других государств, имеющих более высокий уровень заработной платы, путь к более высокому уровню жизни лежит через карьерный рост, к которому они идут, работая в небольших коммерческих структурах.

Библиографический список

1. Белкин Е.В. Человеческий фактор общественного производства/ М.: Мысль, 1989. – 176 с.
2. Варданян И.С. Национально-страновые аспекты мотивации персонала: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 68 с.

3. Герцберг Ф. Мотивация к работе / Ф. Херцберг, Б. Моснер, Б. Блох Снидерман; пер. с англ. [Д. А. Куликов]. – М.: Вершина, 2007. – 240 с.
4. Дятлов В.А., Травин В.В. Менеджмент персонала предприятия: учеб.-практ. пособие. – 5-е изд. – М.: Дело, 2003. – 272 с.
5. Кулагин В.П. Механизмы формирования мотивации персонала с целью повышения эффективности управления инвестиционными ресурсами компании // Российское предпринимательство, 2018. – Том 19. – №12. – с.4159 – 4174.
6. Маслоу А.Х. Мотивация и личность. – 3-е изд. – СПб: Питер, 2019. – 400 с.
7. Мак-Грегор Д. Человеческая сторона предприятия. – Нью-Йорк, 1960. – 312 с.
8. Мухамбетов Т.И. Модель перспективной мотивации труда в условиях рыночной экономики. – А-А.: КазНИИНКИ, 1992. – 34 с.
9. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации/ Пер. с нем. – Х.: Гуманитарный центр / А.В. Коченгин, 2015. – 176 с.
10. Тихонова А.Д. Мотивация персонала в рамках развития систем управления корпоративными знаниями // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – №5. – с. 659-672.
11. Фатеева С.В., Архипова А.И., Савчишкина Е.П. Мотивация персонала как фактор эффективной стратегии организации // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам междунаро. науч.- практ. конф. – №(22). – М., Изд. «МЦНО», 2018. – с.10-14.
12. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 567 с.

УДК 33.338

Староконь С.В. Релевантное видение кадровой реальности в условиях нестабильного рынка

Relevant vision of personnel reality in an unstable market

Староконь Сергей Владимирович

Кандидат экономических наук
Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г. Ставрополь
Starokon Sergey Vladimirovich
PhD in Economics
Stavropol State Agrarian University
Russia, Stavropol

Аннотация. Рассматриваются взаимоотношение участников рынка труда в условиях неопределенности рыночных факторов. Диагностируется, что на фоне растущей безработицы существуют противоречия, когда компании не могут найти необходимых кандидатов, а квалифицированные специалисты не могут найти работу. В условиях поступательного развития компаний предлагается находить неординарных специалистов, с другим взглядом на развитие существующих бизнесов, отличающееся от взглядов собственников. Именно такие специалисты способны вывести компании на новые перспективные уровни развития.

Ключевые слова: Рынок, рекрутинг, собственник, эффективность, специалисты, агентства, бизнес-климат.

Abstract. The relationship of labor market participants in the face of uncertainty of market factors is considered. It is diagnosed that amid growing unemployment, there are contradictions when companies cannot find the necessary candidates, and qualified specialists cannot find work. In the context of the ongoing development of companies, it is proposed to find extraordinary specialists, with a different view on the development of existing businesses, which differs from the views of the owners. It is such specialists who are able to bring companies to new promising levels of development.

Keywords: Market, recruiting, owner, efficiency, specialists, agencies, business climate.

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

На рынке труда сложилась парадоксальная ситуация. Компании не могут найти нужных кандидатов, а профессионалы не могут найти работу. И все это на фоне растущей в стране безработицы. Рекрутеры жалуются на отсутствие на рынке профессиональных кадров, а соискатели жалуются на рекрутеров и их нежелание заниматься активным поиском и рассматривать их кандидатуры. Собственники нуждаются в улучшении бизнеса, а зачастую и в его спасении, но сделать это без обновления профессиональных кадров невозможно[1]. Получается замкнутый круг.

Так что же мешает всем сторонам достигнуть консенсуса и объединиться в удовлетворении потребностей бизнеса?

По сути, основными участниками рынка выступают несколько сторон. Это рекрутеры и топ-менеджеры наниматели, собственники бизнеса и соискатели. И у каждого свои цели и задачи, свое видение

существования и развития бизнеса, стратегий достижения целей и реалий рынка. Работать по-старому уже невозможно, а работать по-новому большинство не умеет, а зачастую и не хочет. Это касается всех участников бизнес-процесса. Рассмотрим каждый блок и определим, какие улучшения возможно реализовать в рамках поставленных собственниками задач по оптимизации бизнеса. Рассмотрим позиции каждого из участников.

Рекрутеры. HR-специалисты, ни много ни мало, – служба «скорой помощи» компании, отвечающие за кадровое здоровье коллектива. Способны обеспечить грамотный подбор правильных кандидатов, рост компании, способствовать реализации новых направлений в бизнесе, улучшать производственный климат и обеспечить наращивание капитала.

Активно развивающийся технический прогресс, к сожалению, не только не помогает сотрудникам отдела персонала подбирать кандидатов, но и наоборот, делает поиск необходимых трудовых ресурсов практически невозможным [2]. Почему так происходит?

Профессиональные порталы по подбору персонала заботятся о своих клиентах, как коммерческих компаниях, так и компаниях по подбору персонала, предоставляя им посредством программного обеспечения возможность использования многочисленных фильтров, которые должны помочь подобрать нужных кандидатов по критериям отбора в кратчайшие сроки.

Парадокс заключается в том, что если использовать большинство предлагаемых фильтров, то поиск необходимых кандидатов становится практически невозможным. Это связано в первую очередь с отсутствием общих стандартов заполнения резюме соискателями, что вполне понятно, ведь все люди разные и мир видят по-разному [3]. Во-вторых, не все используют в своих резюме ключевые слова, по которым ищут кандидатов рекрутеры.

Получается, что соискатели должны составлять и направлять на каждую вакансию специально написанное для такой вакансии резюме, посредством переработки имеющегося. Хорошо это или плохо? Скорее, плохо – упрощая свое резюме, «подгоняя» его в желании угодить рекрутеру, из резюме убирают уникальные знания и опыт, который может сыграть в дальнейшем ключевую роль в улучшении бизнес-климата компании.

Если рекрутер настроен на отличный результат, необходимо просматривать всех кандидатов, используя минимальный набор фильтров. Конечно, придется «перекопать» много «грунта» в поисках «алмаза», но в данном случае работа «руками» поможет найти тех уникальных специалистов, которые требуются компании.

Еще одна проблема, мешающая рекрутерам подбирать необходимый персонал, это непонимание того, кого они собственно ищут. Одно дело, когда в вакансии присутствует профессиональное описание требований к работе и к опыту кандидата, и совсем другое, когда в вакансии указаны одни требования, а имелись в виду совсем другие [4].

Вот пример: было написано, что компания ищет соискателя на вакансию директора по логистике, а на собеседовании задавали вопросы, относящиеся к компетенциям руководителя среднего звена. Многие из вас скажут, что любой топ-руководитель должен знать работу своих подчиненных из среднего звена, чтобы

была возможность их контролировать и управлять. Это конечно так, однако, на наш взгляд, директор по логистике в первую очередь должен обладать компетенциями по управлению и развитию бизнес-направления, комплексного понимания сегмента рынка, взаимосвязей бизнес-единиц, знаниями логистических технологий, навыками стратегического мышления. Все эти компетенции более важные, чем знание работы узкопрофильных специалистов.

Происходит все это вследствие отсутствия качественной обратной связи от заказчика, которым выступает топ-менеджер или собственник бизнеса, а это один из важнейших факторов, влияющих на удовлетворение потребностей в персонале [5]. Рекрутеру необходимо понимать, кого он ищет и какими компетенциями должен обладать кандидат. Только в этом случае можно рассчитывать на успех. Однозначно нельзя искать кандидатов, руководствуясь подходом, что нужно найти «кого-нибудь похожего на описание заказчика».

Рекрутеры не всегда знакомы с деталями того или иного направления бизнеса, что вполне понятно, и как следствие, не могут самостоятельно составить нужный портрет необходимого кандидата, поэтому самый правильный подход в поиске кандидатов – изначально получить максимально соответствующее запросу описание требований к кандидату из рук заказчика [6]. В этом случае шансы на успех значительно возрастают и дают возможность находить «того, кого нужно» и «тогда, когда нужно». Подобрать персонал – это полдела. Не менее важно этот персонал уметь адаптировать и удерживать в компании, но это отдельная тема для разговора.

Топ-менеджеры. Одна из ключевых задач руководителя – соблюдение пропорции персонала по отношению к бизнес-процессам. От правильного баланса зависит поддержание и развитие бизнеса. Кого же ищут топ-менеджеры для закрытия потребностей в персонале? А ищут они, по сути, таких же людей, как они сами, и в этом кроется основная ошибка.

С очевидной закономерностью наблюдается одна и та же картина. Рекрутеры предоставляют топ-менеджеру анкеты кандидатов, но никто не устраивает. А не устраивает потому, что руководитель не всегда четко понимает, кого он собственно ищет и какими компетенциями и опытом должен обладать тот или иной кандидат на имеющуюся вакансию. Поэтому топ-менеджеру чрезвычайно важно для начала определить, кто нужен и для каких целей [7].

Не следует искать кандидатов, похожих на самих себя, это утопия. Каждый обладает индивидуальностью и неповторимостью. Необходимо искать кандидатов, опыт которых максимально соответствует требованиям к реализации задач и целей по вакансии. В последнюю очередь, на наш взгляд, следует обращать внимание на пол кандидата, его жизненную позицию, хобби и прочее.

Необходимо руководствоваться своим профессиональным чутьем на собеседованиях с кандидатами, а также совпадением взглядов по основным позициям. Это ключ к успеху. Не отмахивайтесь от возрастных кандидатов. Как говорила одна из героинь известного фильма: «В 40 лет жизнь только начинается». Высока вероятность, что вы подберете отличного специалиста, соответствующего всем вашим требованиям.

И наконец, от того, насколько быстро будет закрыта вакансия, зависит скорость реализации стратегии или задачи, а следовательно и прибыль, поэтому целесообразно давать шанс кандидатам, которые не совсем подходят для вакансии, но обладают большинством требующихся компетенций и навыков. Вполне возможно, что кандидат справится с поставленными задачами и сможет развить нужные компетенции [8].

В любом бизнесе важна скорость принятия решения, поэтому возможность оперативного закрытия вакансий является приоритетной для любого топ-менеджера.

Собственники. Настало время собственникам «засучить рукава». Никто так не заинтересован в успешном бизнесе, как сами собственники, тем более, в нынешних экономических реалиях. Большинство топ-менеджеров воспринимают чужой бизнес как временный, и при переходе в другую компанию лишь «меняют вывеску». Когда ситуация с подбором кандидатов заходит в тупик и вакансии месяцами не закрываются, нужно смело браться за дело [9].

Следует участвовать в каждом собеседовании при подборе руководителей среднего звена, а также при подборе топ-менеджеров в подчинение генеральному директору и его заместителям. Такой подход, несмотря на свою муторность, поможет внести ясность, каких кандидатов подбирают на те, или иные позиции, в том числе ключевые. Появится возможность посмотреть на кандидатов под другим углом, оценить их компетентность и потенциал, а также обратить внимание топ-менеджеров на те стороны кандидатов, которые, возможно, они сами не увидели.

Обратной стороной такого подхода является возможность для собственников оценить уже работающих на него топ-руководителей. Удостовериться в их компетентности, желании развиваться самим и развивать бизнес. Вследствие чего у собственников «откроются глаза» на происходящее и сложится «картина» собственного бизнеса и перспективы его развития.

Соискатели. Нужно признать, что чем профессиональнее становится соискатель, тем сложнее ему найти работу [10]. Парадокс, но это сложившаяся реальность.

Во-первых, у профессионального работника больше требований к компенсации, месту работы и социальным условиям. Во-вторых, большинство топ-менеджеров стараются брать в подчинение «середнячков», чтобы усердно работали, делали «что им скажут» и меньше проявляли инициативу, мешающую действующему руководителю верхнего звена выглядеть солидно в глазах собственников. В-третьих, никто не хочет видеть потенциальных конкурентов, которые завтра могут занять их место.

Подобные подходы к подбору персонала мешают получать в команду «свежую кровь», способную улучшать внутренний климат и это приводит к «выгоранию» как действующего коллектива, так и к «выгоранию» самой компании.

Соискатель загнан большинством работодателей в жесткие рамки. Приходится приводить резюме к требованиям вакансии, исключить все лучшие, но не требующиеся для конкретной вакансии навыки и знания, упростить подачу себя, исходя из предлагаемой рабочей среды [11]. А чтобы адаптироваться в новом

коллективе, кандидату необходимо уже на собеседовании «занижать» свои навыки и знания, говорить то, что от него хотят услышать, и чтобы это соответствовало установленным критериям поиска.

Такая реальность подталкивает соискателей не к обсуждению профессиональной деятельности, а к формированию навыков психологической «игры» с HR-специалистами и потенциальным работодателем для возможности прохождения собеседования и устройства на работу. В сухом остатке – кто кого переиграет, такой будет и результат трудоустройства. Хотя компаниям требуются на работу профессиональные менеджеры, способные «двигать» бизнес вперед, а не заезжий театр.

На собеседовании соискателю целесообразно в большей степени ориентироваться на новые горизонты развития бизнеса, предлагать улучшения, которые он видит и которые при должном подходе и реализации принесут компании финансовые дивиденды [12]. Особенно, если на собеседовании присутствуют собственники или генеральный директор. Важно заинтересовать потенциального работодателя, ведь одним из навыков профессионального руководителя является умение себя «продать».

Подводя итоги, выделим и определим, на наш взгляд, главные подходы к решению кадровой проблемы:

HR-специалистам меньше полагаться на фильтры поисковых систем кадровых порталов и больше «работать руками», опираясь на свой опыт и чутье, получать максимально релевантное описание требований к кандидату из рук заказчика, рассматривать возрастных кандидатов [13].

Топ-менеджерам перестать искать «себе подобных», оценивать соответствие имеющихся у соискателя компетенций требованиям к предполагаемой должности, «закрывать глаза» на некоторые незначительные несоответствия, которые можно будет устранить, развивая нужные компетенции в процессе работы, передавать HR-специалистам полную и исчерпывающую информацию по требованиям к предполагаемой должности.

Собственникам «засучить рукава» и тоже отсматривать соискателей на ключевые должности, принимать активное участие в обсуждении кандидатов, особенно обращать внимание на резюме кандидатов, которые были отвергнуты, и при необходимости проводить повторные собеседования с понравившимися кандидатами совместно с HR и топ-менеджерами.

Соискателям узнавать о компании до собеседования, вырабатывать предложения по улучшению бизнес-процессов, ориентироваться на новые горизонты развития бизнеса, предлагать нестандартные решения и подходы [14].

В заключение отметим, что приоритетом большинства компаний является поступательное развитие и рост, а значит, требуются неординарные специалисты, с другим взглядом на развитие существующих бизнесов, отличающееся от взглядов собственников. Именно такие специалисты могут расширить «видение» на улучшение имеющегося бизнеса и способны использовать для его дальнейшего развития нестандартные методы, предлагать подходы и решения, которые при правильной реализации в ближайшей пятилетке выведут компании на новые перспективные уровни развития и позволят закрепиться на прогнозируемых рубежах нестабильного российского рынка.

Библиографический список

1. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.
2. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.
3. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.
4. Бородай В.А. Стратегические ловушки роста // Инновации социальные и экономические: вызовы и решения. – Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет. 2014. С. 103-105.
5. Минасян Л.А., Бородай В.А. Социально-психологическая доминанта в управлении изменениями сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 6 (100). С. 12.
6. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // 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. 202-209.
7. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
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. Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Дивергентное мышление в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 9 (103). С. 31.
10. Бородай В.А., Дудкина О.В. Альтернативы гомогенизации системы мотивирования персонала сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 30.
11. Минасян Л.А., Бородай В.А. Паллиативные проблемы синхронизации целей сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 5 (99). С. 3.
12. Бородай В.А. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // В сборнике: **ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ** Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 224-228.
13. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Социальные коммуникации в сфере рыночного обмена // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. № 2. С. 156-158.
14. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.

УДК 378.091:008

Чивилева Е.А., Николаева Г.Н. Особенности модели эффективной
системы управления персоналом в банковском учреждении
Features of the model of an effective personnel management system in a banking institution

Чивилева Е.А.,

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)
г. Москва

Николаева Г.Н.

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)
г. Москва

Chivileva E.A.,

Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI)

Moscow city

Nikolaeva G.N.

Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI)

Moscow city

Аннотация. В статье рассмотрена специфика управления человеческими ресурсами в банке, приведено определение системы управления персоналом, анализируются особенности подбора и отбора, оценки, обучения, мотивации и подсистемы вознаграждений банковского персонала. Обозначены основные проблемы управления персоналом в кредитных учреждениях.

Ключевые слова: Система, управление персоналом, банк, подбор и отбор, обучение, адаптация, мотивация, производительность труда.

Abstract. The article considers the specifics of human resources management in a bank, provides a definition of a personnel management system, analyzes the features of selection and selection, assessment, training, motivation and the subsystem of remuneration for bank personnel. The main problems of personnel management in credit institutions are identified.

Keywords: system, personnel management, bank, selection and selection, training, adaptation, motivation, labor productivity.

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

Банковский сектор является неотъемлемой частью экономической системы Российской Федерации и в значительной мере отражает основные тенденции ее развития в современных условиях. Рыночные условия функционирования финансовых организаций, обусловленные экономическими отношениями, основанными на предпринимательстве и конкуренции, ставят перед всеми хозяйствующими субъектами первоочередные задачи повышения производительности труда. Это, в свою очередь, вынуждает финансовые организации проводить организационные изменения, совершенствовать структуру управления персоналом и настраивать сотрудников на высокопроизводительную работу.

В литературе встречаются различные толкования определения «система управление персоналом». В частности, А.Я. Кибанов под «системой управления персоналом понимает процесс, посредством которого представляется возможным управление людьми, персоналом в организации. В целом процесс управления персоналом направлен на создание и обеспечение таких условий, при которых будет наиболее эффективна как интеллектуальная, так и физическая работа человека. Управление персоналом обеспечивает укрепление трудовых отношений, регулирует мотивацию сотрудников и позволяет получать от сотрудников максимальную отдачу [1]. По мнению А.С. Муравьевой, «система управление персоналом» - это совокупность принципов, механизмов, методов и форм воздействия на создание, развитие и использование сотрудников компании, реализуемых как ряд взаимозависимых направлений и видов деятельности [2].

Стоит согласиться со мнением Ю.Г. Одеговым, который рассматривает систему управления персоналом в функциональном и организационном отношениях. По мнению автора, в функциональном отношении - система управления персоналом связана с подбором кадров, их адаптацией, мотивацией, повышением квалификации и т.д. В свою очередь в организационном отношении – это менеджмент предприятия, несущий ответственность за работу с кадрами [3].

Финансово-кредитные организации представляют собой коммерческую организацию, цель деятельности которой направлена на получение прибыли от посреднических операций на денежном (финансовом) рынке. Соответственно, банк представляет собой интеллектуальное учреждение, в котором люди осуществляют экономическую функцию, в связи с чем выполняемые операции в данной сфере также являются интеллектуальным продуктом [4].

При изучении опыта формирования системы управления персоналом в коммерческом банке автором обнаружена значимость таких функций, как формирование персонала, его использование и развитие, стимулирование и управление внутренними коммуникациями, а также оценка результативности системы.

На примере АО «Райффайзенбанк» и ПАО «Росбанк» проанализируем зарубежный опыт формирования системы управления персоналом.

Характеристики основных элементов системы управления персоналом в ПАО «Росбанк» и АО «Райффайзенбанк» представлена в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики основных функций системы управления персоналом в банковском секторе

Функция	АО «Райффайзенбанк»	ПАО «Росбанк»
Подбор, отбор и оценка персонала	Личное интервью Тестирование Ассессмент-центр	При подборе персонала банк ориентируется не только на профессиональные и личностные качества кандидатов, но и на их опыт в западной или крупной российской компании Тестирование Ассессмент-центр
Адаптация персонала	Система наставничества Наставник не является прямым руководителем. Наставник отвечает за планирование и организацию эффективной программы профессионального развития своего подопечного.	Система наставничества На адаптацию новичка уходит 6 – 12 месяцев
Обучение и развитие персонала	- участие в тренинговых программах - в Банке есть центр обучения и развития Программа обучения для всех сотрудников зависит от подразделения. Можно пройти обучение на корпоративном портале, а также на очных и онлайн-тренингах. В целом, сотрудник «Райффайзенбанка» в течение года месяц тратит на обучение.	В России работает три учебных центра. В них проходят семинары и тренинги, курсы повышения квалификации и иностранных языков.
Стимулирование и мотивация персонала	- Наличие системы компенсации и льгот Грейдинговая система Willis Towers Watson (WTW) Премии и нематериальные методы мотивации	Система премирования по KPI ДМС
Проведение оценки результативности системы управления персоналом	Регулярный мониторинг результативности системы управления персоналом (текучесть, производительность, удовлетворённость работой). Выявление существующих проблем, оказывающих влияние на результаты деятельности банка	Регулярный мониторинг результативности системы управления персоналом (текучесть, производительность, удовлетворённость работой). Выявление существующих проблем, оказывающих влияние на результаты деятельности банка

Источник: составлено автором

В АО «Райффайзенбанк» прием на работу нового сотрудника осуществляется в 6 этапов: рассмотрение резюме, телефонное интервью, личное интервью, тестирование, ассессмент-центр, финальный этап.

В частности, в АО «Райффайзенбанк» при оценке сотрудников применяется методика ассессмент-центр. Этот метод оценки компетенций банк чаще всего использует при отборе кандидатов на вакансии стажеров и менеджеров по продажам. Обычно данная процедура занимает несколько часов и включает следующие этапы: групповая дискуссия, ролевая игра и презентация. В ассессмент-центре участвуют сразу несколько кандидатов. На каждом этапе за кандидатами наблюдают ассессоры — представители банка, их

задача — комплексно оценить всех участников и выбрать среди них тех, кто наиболее подходит под требования позиции.

В ПАО «Росбанк» при подборе персонала ориентируются не только на профессиональные и личностные качества кандидатов, но и на их опыт в западной или крупной российской компании.

Обучение сотрудников в ПАО «Росбанк» проходит в учебных центрах. В них проходят семинары и тренинги, курсы повышения квалификации и иностранных языков. Особенностью каждого учебного центра ПАО «Росбанк» является смоделированный допфис – school branch – с кассовым офисом, рабочими местами для управляющего, клиентского менеджера и специалистов. На этой площадке в реальных условиях отрабатываются технологии общения сотрудников банка с клиентами.

В рамках внутренней мобильности карьерное продвижение происходит вертикально и горизонтально. Сотрудник может перейти на другую позицию как в Росбанке, так и в других подразделениях группы Societe Generale, представленных в 67 странах мира.

В ПАО «Росбанк» принята единая автоматизированная система оценки «Evaluation» группы Societe Generale, позволяющая сотруднику и непосредственному руководителю совместно обсуждать цели на год.

Структура KPI в Росбанке зависит от уровня должности. Однако ключевое требование ко всем позициям в иерархической структуре кредитной организации – это соблюдение соответствия результатов выполнения бизнес-плана (бюджета) банка, командных и индивидуальных KPI с их целевыми значениями.

Таким образом, система управления персоналом в АО «Райффайзенбанк» и ПАО «Росбанк» имеет свою специфику, заключающуюся в использовании, зарубежных элементов в обучении сотрудников, их мотивации и развития. При этом в банках при выстраивании системы управления персоналом опираются и на российский опыт.

Для сравнения отечественного опыта выстраивания системы управления персоналом, рассмотрим существующую практику в ПАО «Сбербанк» и ПАО «ВТБ».

Характеристики основных элементов системы управления персоналом в ПАО «ВТБ» и ПАО «Сбербанк» представлена в таблице 2.

Таблица 2

Характеристики основных функций системы управления персоналом в банковском секторе

Функция	ПАО «Сбербанк»	ПАО «ВТБ»
Подбор, отбор и оценка персонала	На массовые должности Сбербанк, в основном, привлекает внешних кандидатов. В подборе сотрудников для немассовых должностей приоритет отдается внутренним кандидатам. С внешнего рынка привлекаются редкие и уникальные специалисты. Создан Единый рекрутинговый центр» (ЕРЦ)	Интервью Тестирование Программа «Приведи друга» Программа «Поколение 24»
Адаптация персонала	Институт buddy Мобильное приложение нового сотрудника Наставничество	Наставничество
Обучение и развитие персонала	Комплексные образовательные программы в корпоративном университете	
Стимулирование и мотивация персонала	Материальные нематериальные методы Система KPI для всех сотрудников банка Биржа талантов для для кросс-функциональных и кросс-территориальных ротаций.	Материальные нематериальные методы Система KPI для всех сотрудников банка Карьерные маршруты Программы «Корпоративный MBA», предоставление дополнительных льгот для сотрудников по получению высшего, второго высшего образования по избранной специальности.
Проведение оценки результативности системы управления персоналом	Регулярный мониторинг результативности системы управления персоналом (текущая, производительность, удовлетворенность работой). Выявление существующих проблем, оказывающих влияние на результаты деятельности банка	Регулярный мониторинг результативности системы управления персоналом (текущая, производительность, удовлетворенность работой). Выявление существующих проблем, оказывающих влияние на результаты деятельности банка

Источник: составлено автором

Сбербанк — это один из крупнейших работодателей в России. В области подбора персонала на массовые должности банк пользуется услугами «Единого рекрутингового центра» (ЕРЦ), задача которого централизовать массовый подбор банка и вести его из одной точки. В периметр массовых должностей Сбербанка попадает несколько позиций — консультанты, менеджеры по обслуживанию, менеджеры по продажам, специалисты по прямым продажам и специалисты контактных центров.

После завершения процедуры найма для новых сотрудников Сбербанк проводит адаптационные мероприятия. Ведется мониторинг эффективности процесса адаптации в целом. Кроме того, создан институт buddy для помощи новичкам, а также мобильное приложение нового сотрудника. Для специалистов и руководителей проводятся семинары и бизнес-завтраки с участием топ-менеджеров.

В области системы мотивации в Сбербанке функционирует система KPI для всех сотрудников банка.

Групповые показатели рядового персонала получили название «5+»: личная эффективность, совершенствование своих знаний, клиенто-ориентированность, оптимизация рабочего времени, работа в команде.

При этом программа мотивации персонала, основанная на KPI, не ограничивается денежным стимулированием сотрудников. В Сбербанке распространены не денежные варианты мотивации: льготы, предоставление «свободного» графика, награды, предоставление скидок и туристических путёвок и так далее.

Группа ВТБ уделяет большое внимание привлечению молодых специалистов и взаимодействию с будущими потенциальными сотрудниками Группы – студентами ключевых российских и зарубежных вузов. Ежегодно банк ВТБ нанимает и организует прохождение практики для молодых специалистов. Всего за 2018 год более 1,9 тыс. студентов прошли производственную и преддипломную практику в различных подразделениях банка ВТБ.

Программа адаптации в банке ВТБ состоит из четырех этапов и сопровождает нового сотрудника в течение всего испытательного срока (90 дней):

- каждый этап имеет своего ответственного (новый сотрудник, руководитель, HR-специалист);
- каждый следующий этап назначается только после завершения предыдущего;
- все этапы сопровождаются электронными уведомлениями в адрес участников программы.

Группа ВТБ предоставляет своим сотрудникам широкие возможности для обучения и саморазвития. Компании Группы на постоянной основе проводят обучающие мероприятия, благодаря которым сотрудники получают новые навыки и знания, помогающие им максимально раскрывать и реализовывать свой потенциал.

Необходимым условием лояльного отношения сотрудников и высокой производительности труда является развитая система вознаграждения персонала. Поэтому компании группы ВТБ ведут постоянную работу по улучшению условий труда и совершенствованию системы мотивации персонала.

В банке реализуются различные социальные программы. Так, в 2018 году банк ВТБ выделил около 2,4 млрд рублей на различные социальные программы, из которых 1,4 млрд рублей (58,3%) приходится на ДМС, участниками которого являются все сотрудники Банка.

Таким образом, как и в зарубежных банках, в отечественных создана комплексная система управления персоналом. В частности, для всех банков характерны следующие черты в системе управления персоналом:

- к сотрудникам предъявляются высокие квалификационные требования;
- применяются внутренние (массовый персонал) и внешние источники привлечения персонала;
- в области адаптации в банках разрабатываются и реализуются программы наставничества;
- применяется комплексная система мотивации основывающиеся на системе KPI, на нематериальных формах и системе ротации;
- обучение сотрудников осуществляется в корпоративных центрах.

В рассматриваемых банках действуют корпоративные университеты и специальные центры обучения. В данных учебных центрах и корпоративных университетах реализуются программы по обучению и развитию сотрудников. Корпоративные центры обеспечивают системную и комплексную подготовку всех целевых групп персонала, их профессиональное развитие и карьерный рост.

Проведенное исследование выявило основные функции системы управления персоналом с учетом социально-экономического развития в банках, работающих на российском рынке.

Модель эффективной системы управления персоналом с учетом социально-экономического развития включает:

- внешнюю среду;
- элементы СУП (подбор и оценка, адаптация, мотивация и стимулирование, обучение и ротация кадров);
- внутренние нормативно-правовые документы банка, регламентирующие деятельность сотрудников;
- показатели, определяющие социальное и экономическое развитие банка;
- сильные и слабые стороны СУП.

В рассмотренных банках система управления персоналом состоит из подбора и оценки персонала, адаптации, обучения и системы мотивации.

На рис. 1 представлена модель эффективной системы управления персоналом, персоналом с учетом социально-экономического развития.

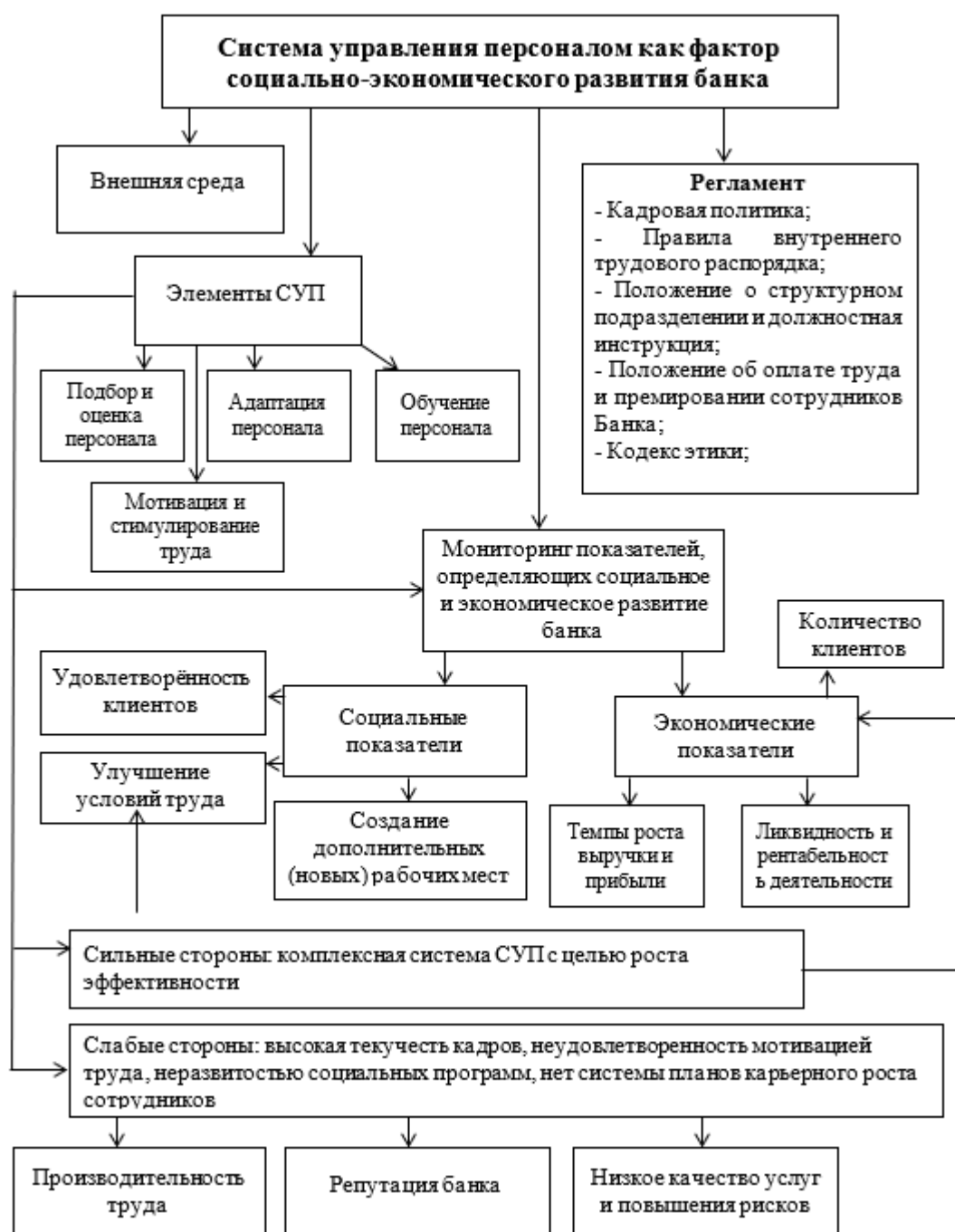


Рисунок 1. Модель эффективной системы управления персоналом с учетом социально-экономического развития

Кроме того, разработка стратегии создания эффективной системы управления человеческими ресурсами в банковском учреждении осуществляется на основе тщательного систематического анализа факторов внешней и внутренней среды, в результате чего вырисовывается целостная концепция развития персонала, которая может быть реализована в соответствии со стратегией [8].

Влияние факторов внутренней среды оказывает большое воздействие на вторичные, приобретенные потребности, такие как самооценка, самовыражение, социальные привязанности, необходимость участия. А факторы внешней среды, в основном для непосредственного воздействия, являются основными мотивационными потребностями, такими как материальные потребности и требования безопасности.

Определяя потребность в персонале, каждый банк вынужден решать, можно ли удовлетворить эту потребность в целом, в какой степени и на каком рынке. Если в соответствии с философией найма внешние субъекты попадают в центр интереса, то информация о них в первую очередь получают путем изучения рынка труда. Анализ объема предложений является не только вопросом единичных мероприятий, но и должен проводиться постоянно, для полного представления о потенциальном предложении в случае непредвиденной необходимости привлечения персонала.

Техническое развитие предполагает разработку новых программ для обучения и повышения квалификации персонала, корректировки системы оценки успехов сотрудников, их мотивации и развития карьеры.

В результате анализа внешней и внутренней среды выявляются проблемные места в действующей системе управления человеческими ресурсами, а также факторы, оказывающие влияние на возможность предоставления того и или иного компенсационного пакета в организации.

Библиографический список

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом в России: парадигмы и практика- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.
2. Муравьёва А.С. Системный подход в управлении персоналом как конкурентное преимущество предприятия // Современные исследования. 2018. № 11 (15)
3. Управление человеческими ресурсами : учебник / коллектив авторов ; под ред. Ю.Г. Одегова, В.В. Лукашевича. — Москва : КНОРУС, 2017
4. Багиров Е.А. Организация и стратегия кадровой политики банка // Международный научный журнал. 2014. № 6.
5. Управление персоналом: Учебник. / Общ. ред. А.И. Турчинова. - М.: Изд-во РАГС, 2002. - С. 314.
6. Ленская И.Ю., Шиндряева И.В., Ковшикова Е.В. Особенности деловой оценки персонала в кредитных учреждениях // Вестник евразийской науки. 2017. №2 (39).
7. WorldatWork certification course GR1: Total Rewards Management defines total rewards as "the monetary and nonmonetary return provided to employees in return for their time, talents, efforts and results. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.worldatwork.org/aboutus/html/aboutus-what-is.jsp>
8. Киселева Е. А. Компенсационный пакет: технология и механизмы формирования в организации // Бизнес. Образование. Право. 2015. № 3 (32).

Региональная экономика

УДК 33

Благова И.И., Базилевич А.Р. Ипотечное кредитование в финансировании инвестиционных проектов Mortgages in financing investment projects

Благова И.И.

Студентка магистратуры, экономического факультета,
Кубанский государственный университет

Базилевич А.Р.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономического анализа, статистики и финансов,
Кубанский государственный университет

Blagova I.I.

Master's student, faculty of Economics,
Kuban state University

Bazilevich A. R.

Candidate of economic Sciences, associate Professor, Department of economic analysis, statistics and Finance,
Kuban state University

Аннотация. В статье рассмотрено современное состояние доступности ипотечного кредитования как одного из источников финансирования инвестиционных проектов. Выделены основные положительные стороны и недостатки кредитного финансирования строительной отрасли как для заемщиков, так и для кредиторов. Обоснована необходимость перехода к новой системе финансирования жилищной отрасли.

Ключевые слова: ипотека, кредит, национальный проект, проектное финансирование, жилищное строительство.

Abstract. The article considers the current state of the availability of mortgage lending as one of the sources of financing investment projects. The main positive aspects and shortcomings of credit financing of the construction industry for both borrowers and lenders are highlighted. The necessity of the transition to a new housing finance system has been substantiated.

Keywords: mortgage, credit, national project, project financing, housing construction.

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»

На сегодняшний день жилищное строительство является основной отраслью для различных форм финансирования и кредитной деятельности. В широком смысле инвестиции в жилищный сектор представляют собой общие расходы на строительство новых домов, реконструкцию и поддержание в необходимом состоянии жилого фонда.

В жилищном секторе финансово-инвестиционный процесс – это накопление и последующее использование финансовых средств с целью обеспечения жилищного строительства и достижения положительных результатов социального и экономического характера. Обеспечение максимальной результативности инвестиционного проекта в целом зависит от качества управления им, правильности выбора метода финансирования и оптимальности распределения средств на каждом его этапе.

В настоящее время для России расширение инвестиционного рынка является актуальной задачей. Именно это является толчком к разработке эффективных механизмов аккумуляции свободных финансовых ресурсов на финансовом рынке и направления их в те сегменты экономики, которые способны формировать потенциальный спрос на инвестиционные ресурсы.

В мировой практике основным источником финансирования жилищного строительства являются собственные средства строительных организаций. Особенностью российской строительной отрасли является высокая стоимость строительства объектов, это и ограничивает отечественные строительные компании в использовании собственных средств, рост которых происходит благодаря получаемой чистой прибыли. Использование собственного капитала имеет ряд достоинств среди которых бесплатность ресурсов и отсутствие ограничений в использовании средств, однако их недостаточно для осуществления полноценного возведения объекта строительства, как правило их хватает только на возведение фундамента. Также, необходимо отметить, что еще одним отличием между собственными и заемными средствами является то, что в случае привлечения последних проценты по кредиту уплачиваются до уплаты налогов, они включаются в валовые расходы. А дивиденды выплачиваются из прибыли, оставшейся в распоряжении организации.

В результате того, что отличительной чертой жилищного строительства является длинный производственный цикл и значительные затраты, преобладание на рынке розничных покупателей значительно усложняет получение крупных авансовых платежей. Если у крупных строительных компаний, которые зачастую реализуют множество проектов, есть возможность покрывать затраты на одни проекты за счет выручки от завершения других, то малым и средним строительным организациям покрывать разрыв между прибылью и расходами без привлечения заемных средств очень трудно.

Важно отметить, что использование заемных средств не менее актуально среди покупателей жилой недвижимости. Как правило покупатели пользуются ипотечным кредитованием для решения своего жилищного вопроса. Предоставление ипотечного кредита под залог, с присущими ему достоинствами и недостатками (табл.1), является выгодным решением не только для приобретающих жилье, но и для строительных компаний, так как это позволяет сократить привлечение кредитных средств застройщиками и, соответственно, уменьшить уязвимость компаний к изменениям ситуации в экономике.

Таблица 1

Преимущества и недостатки ипотечного кредита как источника финансирования инвестиционных проектов

	Преимущества	Недостатки
Для кредитора	Облегчение контроля за сохранностью предмета залога, возможность диверсификации	Дополнительные расходы, связанные с диверсификацией инструментов и программ ипотечного кредитования
Для заемщика	Физические характеристики недвижимости позволяют оставлять объект ипотеки во владении и пользовании заемщика; рост инвестиционных возможностей путем превращения недвижимости в операционный капитал, и самостоятельное распоряжение доходом, полученным в результате использования предмета ипотек	Потеря собственности на предмет ипотеки в случае не выполнения обязательств, предусмотренных кредитным договором

Источник: [2]

Ипотечное кредитование как механизм финансирования инвестиционных проектов предполагает: достаточность банковских средств для необходимого объема кредитования заемщиков по финансово окупаемым объектам, длительный срок пользования кредитом, важность выдачи кредита под залог, а также, компетентную оценку соответствующего имущества.

На сегодняшний день наибольший удельный вес в общем объеме дополнительных внешних источников финансирования инвестиций приходится на использование средств дольщиков. В соответствии с национальным проектом «Жилье и городская среда», с 1 июля 2019 года новые жилые проекты реализуются на принципах проектного финансирования, которое характеризуется возможностью привлечения застройщиками денежных средств дольщиков только с применением эскроу-счетов, на которых эти средства будут аккумулироваться до ввода объекта в эксплуатацию. Банки, в свою очередь, будут осуществлять банковское сопровождение жилищных строительных объектов.

Новая модель финансирования строительства жилья может повлечь за собой увеличение количества банкротств среди застройщиков, у крупных компаний будет гораздо больше шансов получить проектное финансирование, чем у мелких участников девелоперского рынка. Чтобы уменьшить такие последствия застройщикам необходимо разработать механизм финансовой поддержки для завершения строительства проблемных объектов. Именно поэтому осуществляется переход к кредитному механизму финансирования жилищного строительства.

В процессе запуска новых проектов и перехода к применению эскроу-счетов привлеченные средства дольщиков будут заменены банковским кредитованием. В ближайшие 2-3 года планируется рост объема кредитных средств, необходимых для финансирования отрасли, с 0,6 трлн. руб. в 2019 году до 4.5 трлн. руб. к 2022 году (рис.1), а к 2024 году планируется увеличение данного показателя до 6.4 трлн. руб. [5].

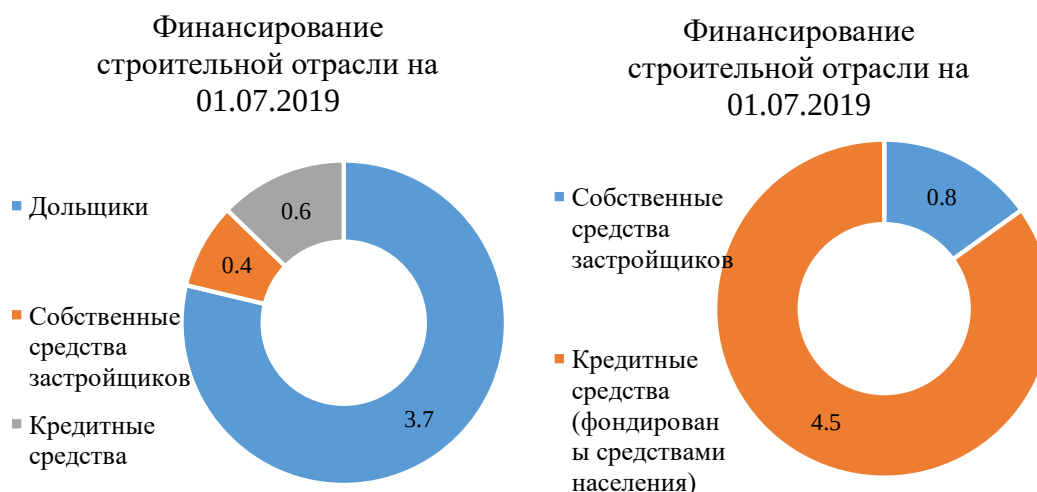


Рисунок 1. Источники финансирования строительной отрасли [5]

Для содействия переходу на эскроу-счета и акцент на кредитное финансирование Банком России с участием Минстроя России и АО «ДОМ.РФ» разработан ряд рекомендаций для коммерческих банков и застройщиков с целью выработки оптимального их взаимодействия в рамках реализации проектного финансирования. Так, планируется установления определенного срока рассмотрения документов банком, при этом застройщикам необходимо обеспечить наличие необходимого пакета документов для подачи заявки, а также, появился новый механизм защиты ипотечных заемщиков – физических лиц, - «ипотечные каникулы».

Необходимо отметить что в последнее время отечественное ипотечное кредитование переживает изменения. Одни эксперты прогнозируют снижение процентных ставок до рекордно низких значений, другие же предрекают образование «финансовых пузырей», подобных тем, что появились в Америке в 2008 году [2].

Тем не менее, по данным на конец 2019 года ставки по ипотечным кредитам находятся на прежнем низком уровне, что предполагает сохранение повышенного спроса на кредитные ресурсы.

Лидерами по предоставлению ипотечных кредитов являются три крупнейших банка (табл. 2).

Таблица 2

Топ-3 банков по количеству предоставленных ипотечных кредитов

Место в рейтинге	Кредитная организация
1	Сбербанк (доля на рынке ипотеки 55,6%)
2	ВТБ (доля на рынке ипотеки 23%)
3	Райффайзенбанк (доля на рынке ипотеки 15,3%)

Источник: [6]

В региональном разрезе наибольший объем ипотечных кредитов в 2019 году приходится на Центральный федеральный округ (рис. 2).



Рисунок 2. Объем ИЖК, предоставленных за год, в разрезе федеральных округов на 01.12.2019 г.[5]

Москва и Московская область являются лидерами по количеству открытых эскроу-счетов за первые полгода реализации национального проекта по новому принципу финансирования строительства.

В целом, благодаря высокой динамике роста на ипотечные кредиты приходится уже не менее 43% совокупного объема кредитов физическим лицам. Учитывая тот фактор, что Россия по уровню развития ипотечного кредитования заметно отстает от многих стран, опережающее развитие этого сегмента приобретает долговременный характер. После перехода на проектное финансирование эта цифра будет только увеличиваться.

Не обращая внимания на положительную тенденцию многие эксперты сходятся во мнении о том, что нынешняя банковская система не отвечает инвестиционным требованиям расширенного воспроизводства. Для того, чтобы развеять данные сомнения необходимо обеспечить объединение преимуществ государства и частного сектора, наладить единую технологическую цепь инвестиционного и финансового обеспечения расширенного воспроизводства.

Подводя итог, отметим, что ипотечное кредитование как способ финансирования инвестиционных проектов имеет ряд особенностей, среди которых наиболее значимым является возможность предоставления необходимого объема денежных средств на длительное время, что очень важно для застройщиков. Переход системы финансирования строительства с долевой на проектную обеспечит увеличение спроса на ипотечные кредиты, что в значительной степени отразится на рынке ипотечного кредитования.

Несмотря на ряд проблем, которые предполагает использование кредитного финансирования инвестиционных проектов, именно оно выступает основным драйвером развития жилищного строительства. Кроме того, данный механизм финансирования способствует оживлению кредитования банками строительных организаций после продолжительного периода его сокращения.

Библиографический список

1. Воробьев Ю.Н. Инвестиционный потенциал России: теоретические возможности и практика реализации // Финансовые рынки и инвестиционные процессы: сборник трудов V Международной научно-практической конференции. Симферополь. — 2018. — С. 6-10
2. Караваева Ю.С. Современный рынок ипотечного кредитования и проблемы его развития // Вестник НГИЭИ. — 2018. — № 2 (81). — С. 133-147
3. Щурина С.В. Ипотека как доступный источник кредитных ресурсов для финансирования инвестиций в 2019 году // Экономика. Налоги. Право. — 2019. — №12(1). — С. 86-97
4. Официальный сайт Банки.ру [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.banki.ru/>
5. Официальный сайт ДОМ.РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/>
6. Официальный сайт Центрального Банка России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cbr.ru>

УДК 33

Киселев Д.Н., Ферару Г.С. О необходимости внедрения кластерно-сетевой модели организации социально-экономического пространства на региональном уровне

On the need to introduce a cluster-network model for organizing socio-economic space at the regional level

**Киселев Дмитрий Николаевич,
Ферару Галина Сергеевна**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Kiselev Dmitry Nikolaevich,
Feraru Galina Sergeevna
Belgorod State National Research University

Аннотация. В статье обосновывается необходимость внедрения новой концепции организации социально-экономического пространства территорий РФ, конечной целью которой является развитие регионов и повышение качества жизни населения в них. Определены дефиниции терминов «экономическая модель», «организация социально-экономического пространства территорий», «кластерно-сетевой подход». Представлен компаративный анализ кластерной и кластерно-сетевой модели. На основе проведенного анализа выявлены преимущества и недостатки сравниваемых моделей. Проанализирован зарубежный опыт реализации кластерной политики на примере Южной Кореи, Германии и Франции. Разработаны рекомендации по совершенствованию кластерной политики в РФ. Представлены рекомендации по формированию кластерно-сетевой стратегии на региональном уровне. По мнению авторов, для успешной имплементации кластерно-сетевой стратегии в регионах РФ необходимо создавать инновационную инфраструктуру во главе которой должны стоять Центры кластерно-сетевого развития.

Ключевые слова: регион, кластерно-сетевые структуры, кластерная модель, кластерно-сетевая модель, кластерно-сетевой подход, кластерная политика, кластерно-сетевая экономика, социально-экономическое пространство

Abstract. The paper substantiates the need to introduce a new concept of the organization of socio-economic space of the territories of the Russian Federation, the purpose of which is the development of regions and improving the quality of life of the population. The definitions of the terms "economic model", "organization of socio-economic spaces and territories", "cluster-network approach" are defined. A comparative analysis of the cluster and cluster-network model is presented. On the basis of the analysis the advantages and disadvantages of the compared models are revealed. Foreign experience of cluster policy implementation on the example of South Korea, Germany and France is analyzed. Recommendations for improvement of cluster policy in the Russian Federation are developed. Recommendations on the formation of a cluster-network strategy at the regional level are presented. According to the authors, for the successful implementation of the cluster-network strategy in the regions of the Russian Federation it is necessary to create an innovative infrastructure headed by the Centers of cluster-network development.

Keywords: region, cluster-network entities, clustering model, cluster-network model, cluster-network approach, clustering policy, cluster-network economics, social-economic spacement

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 современных условиях глобализации, постоянных общественно-политических и экономических кризисов роль государства и государственной политики во всех сферах жизнедеятельности общества все больше возрастает. Одна из ключевых функций государства – создание условий и формирование механизма, обеспечивающих сбалансированное и устойчивое социально-экономическое развитие регионов и территории страны в целом. Основным инструментом осуществления этой функции является региональная политика, направленная на регулирование пространственного и территориального размещения производительных сил в стране, равномерное и сбалансированное социально-экономическое развитие регионов, а также выравнивание уровня развития субъектов РФ. Для реализации обозначенных выше целей необходимо формирование фокусной экономической и социальной политики государства в регионах, направленной на сбалансированный динамичный рост и выравнивание уровня развития территорий и субъектов Российской Федерации. В качестве такого инструмента может быть рассмотрена предлагаемая ***модель организации социально-экономического пространства территорий посредством кластерно-сетевых структур*** (КСС).

Методология исследования:

Под термином «модель» в экономике подразумевается упрощенное отображение экономической действительности, позволяющее в более простой форме акцентировать внимание на основных элементах ее структуры; формализованное описание различных экономических явлений и процессов, служащих установлению взаимозависимости между экономическими переменными; комплекс тесно переплетенных элементов, которые образуют упорядоченную целостность, выраженную в форме экономической структуры общества. Подобная целостность проявляется в единстве отношений, которые возникают в результате производства, обмена, потребления и перераспределения материальных благ [1].

Экономические модели используются для обобщения основных характеристик сложных явлений, чтобы упростить их и сделать доступными для анализа

По нашему мнению, ***организация социально-экономического пространства территорий*** – это ***целенаправленный процесс формирования системного и эффективно управляемого пространства, содержащего в своей основе циркулирующий информационный поток, различными хозяйствующими субъектами посредством разнообразных по своей структуре ресурсов.***

Кластерно-сетевые структуры, представляющие собой сетевую взаимосвязь территориально-пространственного размещения хозяйствующих субъектов на сопряженных территориях как внутри, так и вне кластеров, позволяют организовать социально-экономическое пространство территорий таким образом, что усиливается процесс совместного взаимодействия, порождающий благоприятные условия для развития корпоративных, сетевых и локальных мегаструктур и мегаэкономики территорий их базирования, создается среда распространения и активного развития очагов глобального экономического роста, способствующая

получению кумулятивного эффекта в интернальном и экстернальном аспекте, что, в свою очередь, способствует повышению производительности, инновационной активности и развитию организаций, вошедших в состав кластерно-сетевой структуры, усиливает интенсивность развития малого и среднего бизнеса, активизирует привлечение инвестиций и, как следствие, увеличиваются поступления в государственный бюджет всех уровней, улучшается положение как отдельных отраслей экономики и регионов, так и всей страны в целом.

Кластерно-сетевая модель – это, прежде всего новая управляющая технология, позволяющая повысить эффективность функционирования территориальных образований. Это сложная многоуровневая, внутренне дифференцированная открытая система, посредством которой формируется благоприятная социально-экономическая среда [2], обеспечивая реализацию трех основных принципов развития территорий: устойчивости, пропорциональности и сбалансированности [3]. Все эти свойства системы взаимосвязаны друг с другом и должны присутствовать одновременно в любой момент времени. Устойчивость предполагает сохранение воспроизводственного потенциала кластерных структур в течение длительного периода времени. Пропорциональность обеспечивает функционально-эффективное перераспределение ресурсов внутри кластеров и между кластерами по сетевым связям. Сбалансированность определяется сетевыми взаимодействиями всех экономических систем в кластерно-сетевой структуре региона.

Резюмируя понятия «организация социально-экономического пространства», «кластерно-сетевые структуры» и «модель» в экономике», мы можем сформулировать определение нового терминологического сочетания - ***«организация социально-экономического пространства посредством кластерно-сетевых структур»***, которое в нашем понимании представляет собой *целенаправленный процесс формирования, функционирования и развития тесно переплетенных путем циркулирующих информационно-ресурсных потоков кластерно-сетевых структур, образующих упорядоченную целостность эффективно управляемого пространства различными хозяйствующими субъектами, призванных обеспечить улучшение качества жизни населения и повышение конкурентоспособности экономики территорий*. При этом кластерно-сетевой механизм организационного устройства социально-экономического пространства имеет территориально-отраслевую привязку.

В отличие от широко используемой кластерной модели организации экономических взаимодействий, кластерно-сетевая модель обладает рядом дополнительных преимуществ. Компаративный анализ кластерной и кластерно-сетевой модели приведен в таблице 1.

Таблица 1

Компаративный анализ кластерной и кластерно-сетевой моделей (сост. авт.)

Критерии	Кластерная модель	Кластерно-сетевая модель
Структура состава	в кластер входят только местные (региональные) взаимосвязанные предприятия	расширение системы взаимосвязей как внутри кластерных образований, так и с внешними агентами
Распределение ресурсов	перераспределение ресурсов внутри системы, ограниченной границами кластера	расширение каналов ресурсобеспечения за счёт сетевых взаимосвязей
Разновидности связей в структуре	взаимосвязи, которые позволяют участникам кластеров приобретать более мощный производственно-рыночный потенциал в сравнении с теми организациями, которые работают в одиночку (производственно-финансовые и организационные взаимосвязи)	рациональность образования взаимосвязей (вертикальное выстраивание связей при горизонтально-сетевой интеграции элементов)
Масштаб эффекта	повышение конкурентоспособности экономики на уровне региона, края	повышение конкурентоспособности экономики в более крупных масштабах, например округа, страны, союза государств
Особенности государственной поддержки	обеспечение соответствия стратегии каждого отдельного вида предпринимательской деятельности общей стратегии развития региона.	ориентация управления деятельностью кластеров за счёт стимулирования сетевых взаимосвязей

Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод о том, что кластерно-сетевая модель организации экономических взаимодействий обеспечивает повышение конкурентоспособности экономики в более крупных масштабах по сравнению с кластерной моделью, и более высокие результаты экономической деятельности за счет мультипликативного эффекта процессов кластеризации и сетизации.

Формирование, функционирование и развитие кластерно-сетевых структур осуществляется поэтапно, каждый из которых имеет конкретные цели, задачи и принципы организации. Так главной целью этапа формирования КСС является создание первых экономических кластеров. Основной задачей данного этапа является создание «кластерной среды», которая позволит обеспечить специальные условия, благоприятствующие активному зарождению кластеров из отдельных предприятий. Наличие «кластерной среды» - жизненно необходимое условие для выхода уже сформировавшихся кластеров на внутренний рынок региона, а в последствии на внешний рынок, что, в свою очередь, создаст предпосылки для дальнейшей сетизации кластеров.

На этапе формирования КСС действуют принципы кооперации, сотрудничества и всеобщей взаимной поддержки. Сотрудничество и кооперация проявляется в том, что одни из участников проявляют спрос, а другие формируют предложение на конкретные товары или услуги, являющееся основой зарождения кластеров.

Целью следующего этапа (функционирования КСС) является повышение роста конкурентоспособности региона. Для этого необходимо выполнение следующих задач: обеспечить расширение системы взаимосвязей кластеров с внешними агентами; осуществить расширение каналов ресурсообеспечения за счет сетевых взаимосвязей; сфокусироваться на управлении деятельностью кластеров за счет стимулирования сетевых взаимосвязей. На данном этапе действуют принципы конкуренции и соперничества, которые проявляются в том, что каждый участник кластера обладает дифференцированным спросом, предъявляя его разным контрагентам, между которыми возникает борьба или соперничество друг с другом за спрос генерирующего его предприятия.

Главная цель этапа развития КСС – консолидация уже сформировавшихся кластеров и их интеграция в более крупные структуры, так называемые мегакластеры [4]. Для реализации этой цели необходимо решение следующих задач: разработка многоканального ресурсообеспечения; создание единой информационной системы; обеспечение условий для развития механизма функционирования КСС; моделирование кластерно-сетевых процессов региональных экономик. На этапе развития КСС действуют принципы всеобщей и взаимной поддержки кластерных элементов друг друга, а также принципы ограничения. Принципы всеобщей и взаимной поддержки реализуются на синергии отношении прямой поддержки, когда участники кластера поддерживают друг друга при достаточном объеме ресурсов. В случае, когда ресурсы ограничены, между элементами кластера возникают такие отношения как ограничения, когда каждый из элементов кластерно-сетевой структуры создает ограничения для развития остальных элементов.

Структурные элементы КСС представлены компонентами внешнего воздействия и саморегуляции, которые обладают различными функциональными характеристиками в зависимости от этапа. Так на этапе формирования КСС компоненты внешнего воздействия и саморегуляции обеспечивают экономическое, институциональное, информационное и координационное воздействие на формирующиеся кластеры. На этапе функционирования происходит эволюционирование кластеров посредством управления инструментами государственного регулирования, экспертного сообщества и, как результат, развитие саморегуляционной компоненты. Этапу развития присущи наличие противоречий в кластерообразующем ядре, приводящее к прогрессу или регрессу развития КСС.

Кластерно-сетевой подход – это инновационный инструмент государственного регулирования экономики и общества в целом, призванный стать основой формирования современной промышленной политики, благодаря переводу экономики в режим эндогенного экономического роста и позволяющий освободиться от «сырьевой зависимости» [5].

Можно предположить, что в рамках кластерно-сетевой модели становится возможным создание эффективной саморазвивающейся и самообеспечивающей экономической системы, которая не только обеспечит эффективное социально-экономическое развитие регионов, но решит проблемы их территориальной разобщенности. Кластерно-сетевой подход наилучшим образом увязывает основные концепции кластерного развития и обосновывает механизм внутри и вне кластерного взаимодействия экономических субъектов по сетевому принципу. Исходя из вышесказанного, следует *определить кластерно-сетевой подход как сочетание, с одной стороны, территориально-пространственного размещения*

хозяйствующих субъектов а, с другой стороны, как сеть взаимосвязей и взаимодействий между структурными элементами региональных экономик как внутри, так и вне кластеров.

По нашему мнению, появление кластерно-сетевых структур в социально-экономическом пространстве территорий РФ во многом зависит от своевременной и эффективной государственной поддержки, которая должна заключаться как в создании благоприятных условий для деятельности кластерно-сетевых образований, так и в непосредственном воздействии на внешние факторы конкурентоспособности, что в совокупности должно быть отражено в кластерно-сетевой политике. В нашем случае кластерная политика используется как общее название для различных способов поддержки инициатив по созданию и развитию сетевых объединений предприятий (кластеров).

Стоит отметить, что политика государственного регулирования кластеров (в англоязычных странах – просто кластерная политика) теоретически все ещё недостаточно обоснована. Главной проблемой, по мнению многих исследователей, является «отсутствие единой логики исследования, общепринятого определения кластера, что обуславливает сложность формирования реальной политики на практике [6]. Это свидетельствует о том, что система исходных представлений о таком сложном и многоаспектном явлении как кластер, ещё не устоялась. Это во многом обусловлено различной политикой регулирования кластеров, временем их зарождения, различным уровнем социально-экономического развития стран. Опыт разных стран в построении кластеров значительно разнится, равно, как и проделанный ими путь в осмыслении явления кластера (таблица 2) [7].

Таблица 2

Зарубежный опыт реализации кластерной политики: направления поддержки

Программа	Направления поддержки
Innovative Cluster Cities (Южная Корея)	1. Совместные проекты в сфере исследований и разработок 2. Развитие сервисов для стартапов малых и средних предприятий 3. Создание и деятельность рабочих групп и органов управления в кластерах 4. Инновационная и исследовательская инфраструктура (строительство) 5. Содействие взаимодействию с зарубежными кластерами
InnoRegio (Германия)	1. Создание системы сбора и распространения научно-технической информации 2. Создание и развитие региональных инновационных сетей и платформ 3. Научное сопровождение инновационных процессов в регионе 4. Посевное финансирование инновационных проектов 5. Адаптация среднего, высшего и послевузовского образования, научных организаций к потребностям региональной инновационной специализации 6. Повышение квалификации с учетом потребностей инновационного развития 7. Разработка и реализацию стратегии маркетинга (позиционирования) 8. Развитие новых моделей кооперации, трансфера знаний и технологий
Competitiveness poles (Франция)	1. Заработная плата (включая накладные расходы) 2. Развитие инфраструктуры (строительство) 3. Закупка оборудования 4. Обучение (включая поездки) 5. Внешняя экспертная поддержка

По нашему мнению, кластерная политика может быть эшелонирована по трем уровням. На федеральном уровне необходимы интеграция кластерного подхода в отраслевые стратегии и

государственные программы, поддержка реализации пилотных кластерных инициатив в высокотехнологичных отраслях, стимулирование развития международных связей между кластерами.

На отраслевом уровне предусматривается, прежде всего, проведение оценки влияния рынков на развитие отрасли, адаптацию научно-технических исследований и производств к внешним и внутренним условиям, разработку сценариев развития отрасли, индустрии (отдельного рынка, сектора промышленности или экономики).

Говоря о кластерной политике на региональном уровне, следует согласиться с позицией М. Портера по поводу того, что регионы должны сосредоточиться на повышении производительности всех кластеров, в которых они имеют значимую позицию в большей мере, чем пытаться мигрировать к более «желательным» кластерам» [8, с.138]. Региональные органы власти должны сконцентрировать усилия на анализе барьеров для реализации кластерных инициатив и возможностей их устранения, финансировании на принципах государственно-частного партнерства проектов по развитию региональных кластеров, прежде всего в части развития научно-образовательной составляющей кластера, интеграцию кластерного подхода в региональные стратегии, программы, проекты.

Мы считаем, что кластерно-сетевая политика должна, прежде всего, быть сконцентрирована на региональном уровне, поскольку конкурентные преимущества создаются и реализуются в основном на определенных территориях и предприятиях, входящих в региональный кластер. По мнению М.И. Гузева и Н.А. Мишура, региональная кластерная политика – это система отношений между органами региональной государственной власти и хозяйствующими субъектами по поводу повышения их конкурентоспособности на основе формирования и развития кластеров [9]. Целью региональной кластерной политики является повышение качества социально-экономического развития территории на основе создания условий для роста конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, образующих региональные кластеры.

Следует отметить, что кластерно-сетевые структуры обеспечивают опережающее развитие главных сетевых участников. По мере разрастания сетевых структур увеличивается влияние кластеров в рамках сетевого пространства. Благодаря такому механизму появляется возможность самоорганизации кластерно-сетевого пространства и, следовательно, повышения эффективности региональной экономики, а также экономики тех регионов, с которыми установлены кластерно-сетевые взаимодействия.

Сетевые взаимосвязи и взаимодействия обуславливают характер развития кластерно-сетевой экономики. Свойства сетей распространяются на функционирование кластерных образований, характеризуя их активность, предприимчивость и динамичность развития.

От степени влияния сетевых взаимосвязей и взаимодействий на функционирование кластеров можно выбирать стратегические приоритеты регионального развития: чем более развито кластерно-сетевое пространство, тем выше доля влияния данного кластера на функционирование других субъектов экономики, как на региональном, так и на внешнем пространстве.

Учитывая межрегиональный характер взаимодействия кластеров в кластерно-сетевых структурах, требуется кооперация и синхронизация действий органов власти нескольких субъектов федерации, что, по нашему мнению, должно инициировать создание новой кластерной политики, проводимой на более широком уровне (федеральные округа, экономические районы). Данный подход позволит использовать конкурентные преимущества не только одного отдельно взятого региона, а использовать набор преимуществ всего экономического района, либо федерального округа, обеспечивая сетевое взаимодействие между субъектами федерации.

Кластерно-сетевая политика на региональном уровне должна включать определение цели и постановку задач, наличие субъектов, объектов, функций и форм, выбор методов и инструментов. Она выступает как важное направление региональной промышленной политики. При этом кластерно-сетевая политика региона представляет собой комплекс мер государственной поддержки кластерных инициатив. Под кластерными инициативами понимаются отдельные слагаемые кластерной политики, действия групп и организаций по трансформации существующих агломераций предприятий в кластеры.

Сложность в разработке и реализации кластерно-сетевой политики заключается в том, что она призвана объединять и взаимоувязывать интересы различных сторон, вовлеченных в процесс кластеризации, стимулировать их развитие с учетом разноплановых (порой противоречивых) интересов участников. Кроме того, кластерно-сетевая политика реализуется посредством различных ведомств, что требует координации их действий.

Реализация кластерно-сетевой политики подразумевает комплекс мер преимущественно регулятивного характера, целью которых является устранение препятствий, возникающих на пути обмена знаниями и навыками, мешающими установлению взаимодействия и взаимозависимости между различными участниками кластера.

Очевидно, что сотрудничество в кластере становится все более выгодным. Однако оно же несет участникам кластера определенную опасность — возможность частичной утраты самостоятельности, т. е. способности к независимому поведению на рынке, самостоятельному освоению новых товаров, новых технологий и пр. [10]. С учётом этого в последние десятилетия в ряде стран приобрели значение эффективные кластерные стратегии, которые строятся на центрах деловой активности, уже доказавших свою силу и конкурентоспособность на мировом рынке. При этом правительства стран концентрируют усилия на поддержке существующих кластеров и создании новых сетей компаний, ранее не контактировавших между собой. В этом случае государство не только способствует формированию кластеров, но и само становится участником сетей.

Основная особенность, осложняющая реализацию какой-либо кластерной политики, — это существенные различия, наблюдающиеся между кластерами в зависимости от их отраслевой принадлежности, местоположения и внутренней организации. В настоящее время в качестве цели развития экономики декларируется конкурентоспособность, достигаемая путем создания определенных структурных

условий. При этом в качестве средства ускорения территориального развития и достижения его с наименьшими затратами рассматривается заимствование успешных стратегий.

Опираясь на внешний опыт, власти различного уровня пытаются заимствовать опыт известных «лучших практик» кластеризации, что приводит к формированию региональных и национальных политик с аналогичными целями и инструментами [11]. Поэтому, наиболее острой проблемой, стоящей перед разработчиками кластерно-сетевой политики, является дилемма «лучших практик», поскольку меры по развитию кластеров, доказавших свою эффективность в одном случае, могут оказаться бесполезными или даже нежелательными – в другом. Ясно, что необходима оценка целесообразности использования тех или иных инструментов кластерно-сетевой политики применительно к конкретно взятой ситуации.

Следует отметить, что основным этапом реализации кластерно-сетевой политики должна стать разработка кластерно-сетевой стратегии, как на уровне государства и региона, так и на уровне участников кластерно-сетевых образований [12]. В свою очередь региональная кластерно-сетевая стратегия должна являться элементом стратегии социально-экономического развития регионов, а кластерная стратегия на уровне участников кластера – элементом стратегии повышения конкурентоспособности предприятий – участников кластерно-сетевых структур.

Анализ различных методик по разработке стратегии развития кластерно-сетевых структур позволил нам определить этапы ее разработки (рисунок 1).



Рисунок 1. Этапы разработки кластерно-сетевой стратегии (сост.авт.)

На наш взгляд, при формировании кластерно-сетевой стратегии в каждом субъекте Российской Федерации необходимо создавать инновационную инфраструктуру, главным звеном которой должны стать Центры кластерно-сетевого развития, включающие:

1. Научно-образовательные организации: опорные университеты, профильные институты для образующегося кластера;

2. Производственные организации и предприятия: якорные предприятия, средний и малый бизнес, реализующий кластерные инициативы региона;

3. Инновационные предприятия, организации: инновационные лаборатории, научно-производственные площадки, инжиниринговые центры, парки.

4. Органы государственной власти: правительство субъекта РФ, профильные министерства, департаменты.

5. Общественные инициативные группы: различные общественные объединения физических и юридических лиц, например, благотворительные фонды, некоммерческие организации (НКО), местные эксперты по отраслям кластерных инициатив, волонтеры.

На рисунке 2 представлена схема, отражающая наличие обязательных модулей Центра кластерно-сетевого развития по управлению и координации проектами в части кластерных инициатив на территории субъектов Российской Федерации.

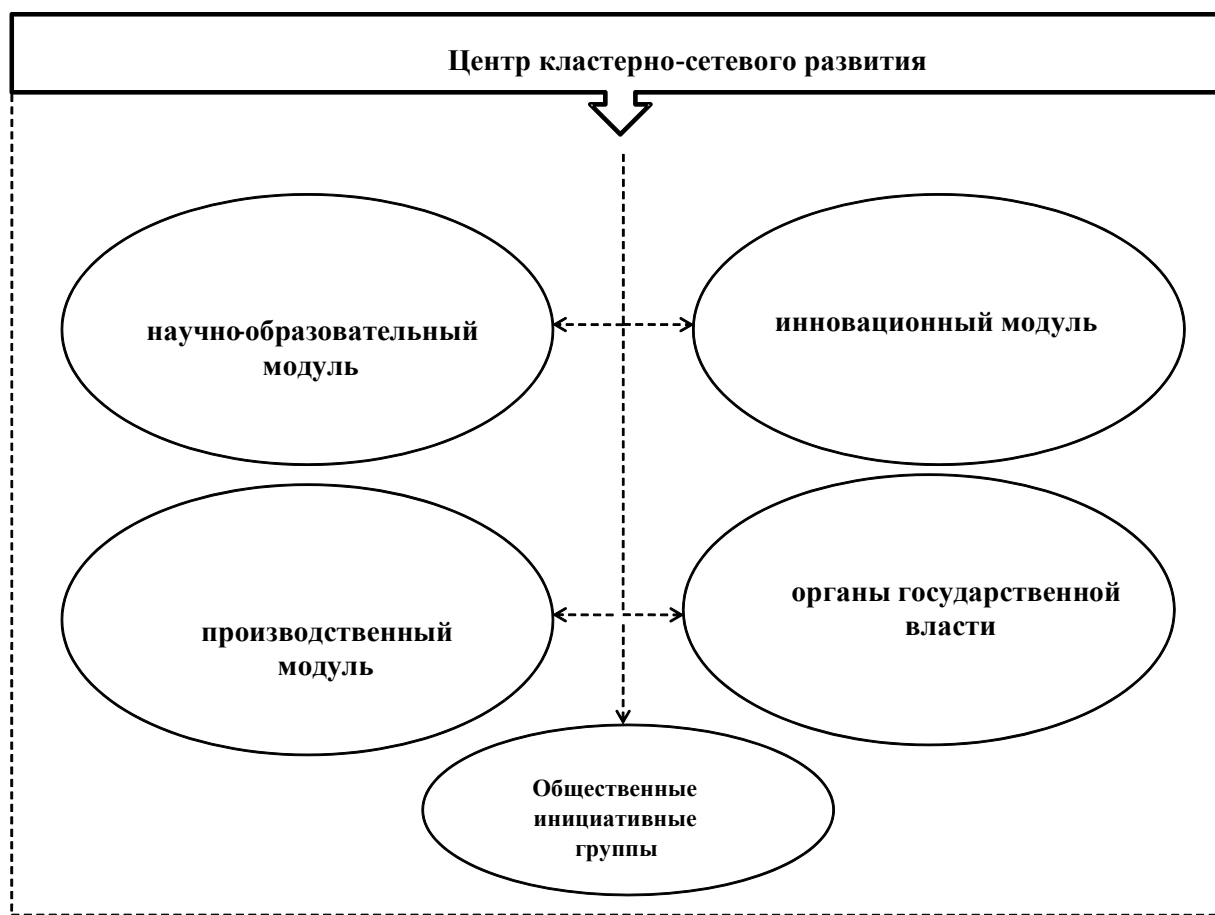


Рисунок 2. Центр кластерно-сетевого развития субъекта РФ

Такие Центры позволяют своевременно и оперативно координировать все действия по становлению и реализации кластерных инициатив на территории региона, включая:

1. Координацию деятельности участников кластерно-сетевой структуры, в том числе участие в технологических платформах, НИР и ОКР, поддерживаемых государством.
2. Организацию технологической экспертизы инновационных, инфраструктурных и «продуктовых» проектов.
3. Популяризацию различными способами продукции участников ККС.
4. Участие представителей ККС в работе с органами государственной власти по их развитию, снижению административных барьеров, сокращению числа и упрощению административных процедур при организации бизнеса.
5. Организацию разработки и поддержки информационной системы в ККС с целью мониторинга ключевых показателей эффективности его развития.
6. Проведение работы с молодежью в целях формирования кадрового потенциала, повышения уровня квалификации научных, инженерно-технических и управленческих работников.
7. Проведения контроля, мониторинга и аудита технологических активов участников ККС.
8. Развитие аутсорсинга для крупного бизнеса, создание рабочих мест для малого и среднего бизнеса.
9. Содействие в вопросах трансферта технологий и привлечения зарубежных технологий в ККС и др.

Заключение:

Таким образом, кластерно-сетевая модель – это, прежде всего новая управляющая технология, позволяющая повысить эффективность функционирования территориальных образований. Это сложная многоуровневая, внутренне дифференцированная открытая система, посредством которой формируется благоприятная социально-экономическая среда, обеспечивая реализацию трех основных принципов развития территорий: устойчивости, пропорциональности и сбалансированности

Кластерно-сетевая модель в отличие от широко используемой кластерной модели обеспечит повышение конкурентоспособности экономики в более крупных масштабах за счет мультипликативного эффекта процессов кластеризации и сетизации.

Региональная кластерно-сетевая структура представляет собой ядро эффективности кластерно-ориентированной экономики, где сети играют роль механизма развития во взаимосвязи субъектов экономики. В целом кластерно-сетевые структуры дают мультипликативный эффект развития регионов и способствуют повышению качества жизни населения в них.

Внедрение кластерно-сетевой модели на региональном уровне - это сложный и многоэтапный процесс, успешная реализация которого позволит создать эффективную экономическую систему на сопряженных территориях, базирующуюся на принципах саморазвития и самообеспечения.

Библиографический список

1. Электронный ресурс. URL: <https://utmagazine.ru/posts/8750-modeli-ekonomiki>
2. Плотникова Т.Н., Шибаета Т.А. Кластерно-сетевая модель регионального развития // Фундаментальные исследования. 2016. – № 2 (часть 1) – С. 193-196
3. Данько Т.П., Клягин А.В., Куценко Е.С. Кластеры в конкурентоспособной национальной экономике // Маркетинг взаимодействия: Концепции, стратегии, эффективность. – СПб., 2009. – С. 534–537
4. Волошина А.Ю. Мегакластеры в пространстве глобальной экономики: сущность и виды // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2014 - №2 (25) – С. 77-89
5. Киселев Д.Н. Кластерный подход как один из инструментов инновационно-ориентированного развития экономики регионов РФ // Экономика и социум. 2017. № 1-1 (32). С. 864-876
6. Drejer I., Frank Skov Kristensen & Keld Laursen // "Cluster Studies As A Basis For Industrial Policy: The Case Of Denmark," Industry and Innovation, Taylor & Francis Journals – 1999 - vol. 6(2) – P. 171-190
7. Министерство экономического развития Российской Федерации // О государственной поддержке развития инновационных территориальных кластеров. 2015. URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/O_gosudarstvennoy_podderzhke_razvitiya_innovatsionnykh_territorialnykh_klasterov.pdf
8. Портер М. Экономическое развитие регионов // Пространственная экономика. 2006 - №4
9. Гузев М.М., Мишура Н.А. Реализация кластерной политики как фактор обеспечения экономической безопасности в регионах России // Вопросы безопасности. 2015. № 6. С. 128-137
10. Карпов В.В., Лизунов В.В. Кластерная политика в экономике России // Национальные приоритеты России. 2009. № 1 (1). С. 116-130
11. Марков А.С. Проблемы реализации кластерной политики в России // Научный эксперт. 2007. № 4. С. 20-30
12. Шарф А.А. Кластерная политика как элемент инновационной экономики // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 1 (40). С. 164-167

Рекреация и туризм

УДК 338

Козенко И. Особенности приема китайских туристов в гостиницах Features of the reception of Chinese tourists in hotels.

Козенко Ирина

РАНХиГС при Президенте РФ
Магистрант

Научный руководитель – **Андреева Н.П.,**

кандидат экономических наук, доцент
Kozenko Irina

RANEPA under the President of the RF
Student

Scientific adviser - Andreeva N.P.,
PhD in Economics, Associate Professor

***Аннотация.** Анализ особенностей китайских туристов, их культурных различий и предпочтений, адаптация гостиничных услуг под их запросы.*

***Ключевые слова:** туризм, отель, китайский турист, культурные особенности, гостиничные услуги, адаптация.*

***Abstract.** Analysis of the features of Chinese tourists, their cultural differences and preferences, adaptation of hotel services to their requests.*

***Keywords:** tourism, hotel, Chinese tourist, cultural differences, hotel services, adaptation.*

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 гостиничная отрасль в России продолжает активно развиваться, и отельеры в связи с конкуренцией вынуждены адаптировать свою бизнес-модель под современные запросы потребителей. В связи с неоднозначной политической ситуацией в мире меняется соотношение иностранных туристов, приезжающих в Россию. Так, резко сократился туристический поток из стран Европы и Америки. В свою очередь динамика потока туристов из Азии продолжает расти. Лидер среди азиатских тур-экспортеров в Россию – Китай. Согласно данным Росстата, число китайских туристов в 2018 году составило почти 1,7 миллионов человек. [1]

Кроме того, Россия и Китай постоянно поддерживают сотрудничество. Еще в 2000 году было принято соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках, по которому российские и китайские туристы

могут взаимно въезжать по безвизовым спискам группами от 5 до 50 человек и находиться в России и Китае 15 дней. [2] Для китайских туристов разработаны «красные маршруты», которые направлены на путешествия по местам ключевых событий коммунистической партии. Разработано около 30 маршрутов, включающих в себя более 100 объектов. [3] Именно поэтому вопрос изучения особенностей китайского туриста является актуальным.

После перехода от традиционной экономики к рыночной многие гостиницы стали применять традиции европейского обслуживания. Однако, в реальных условиях, в связи с ростом китайского туристского потока, для владельцев гостиниц было бы оптимальным решением применить двойной стандарт бизнес-модели, одна из которых будет соответствовать стандартам КНР. Данные на рисунке 1 являются подтверждающим аргументом целесообразности данного решения. На диаграмме представлена разница объемов китайского туристического потока и потока туристов из других стран.

Топ 5 стран дальнего зарубежья, лидирующих по числу
въездных туристских поездок
в Россию за 2017-2018 гг.

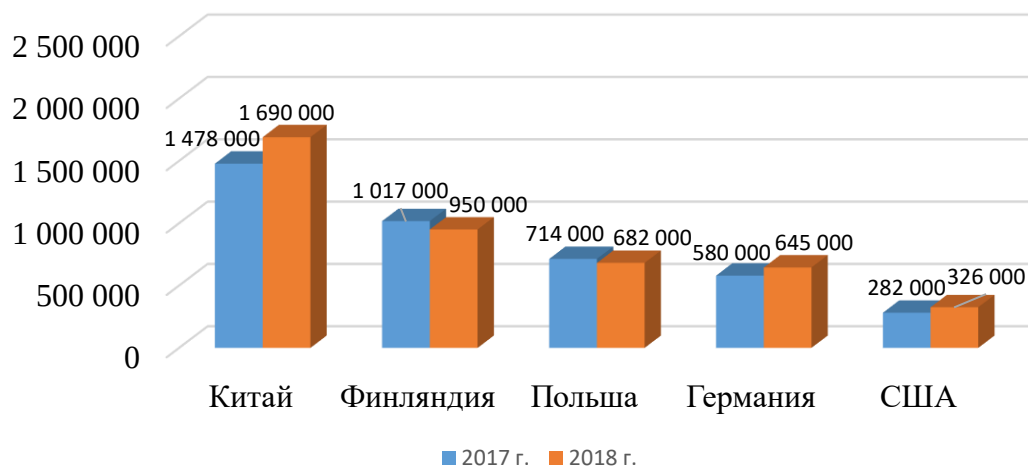


Рисунок 1. Источник: Росстат. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 17.12.2019).

Так, по данным диаграммы видно, что Китай значительно опережает другие страны по туристическому потоку в Россию. И эта динамика с каждым годом будет только увеличиваться. Так, в 2018 году по сравнению с 2017 годом на 14 % больше китайских туристов посетило нашу страну. И это самый большой показатель по сравнению с другими странами. В свою очередь количество туристов из Финляндии и Польши сократилось.

В основном китайские туристы приезжают группами. Это подтверждает статистика, опубликованная на официальном сайте пограничной службы ФСБ. [4] Данные представлены на рисунке 2.

Статистика турпотоков китайских туристов

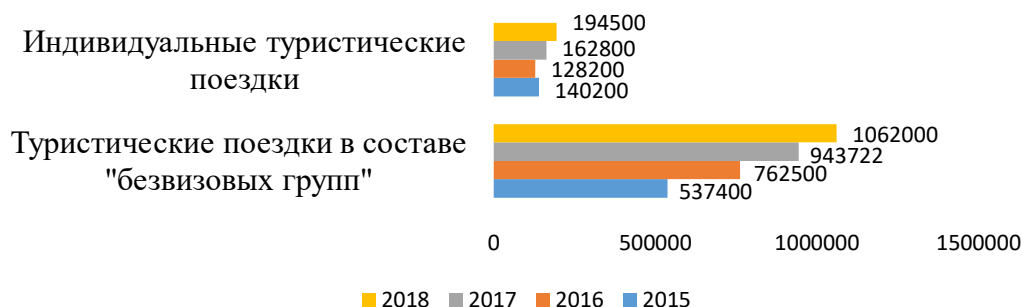


Рисунок 2. Источник: Пограничная служба ФСБ России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ps.fsb.ru/> (дата обращения: 18.12.2019).

Как видно, еще с 2016 года разрыв в количестве китайских групп и индивидуального туриста остается значительным. Поэтому при изучении особенностей китайского туриста важно понимать, что они предпочитают ездить группами. И в ближайшее время эта тенденция вряд ли будет меняться.

Прежде всего необходимо изучить социальный портрет и культурные особенности китайцев. Основными потребителями российского туристического продукта являются лица старше 35 лет с высоким доходом, в основном средний возраст – 50 лет. При поездке в Россию их преимущественно интересуют достопримечательности (73%), местная кухня (64%) и шоппинг (56%).

Важным движущим элементом китайского туристического потока является семья: 54% путешествуют с супругом и детьми и 46% с родственником. Поэтому гостиницам следует сделать акцент на предоставлении семейных номеров.

Что касается культурных различий: во-первых, у китайского населения более выраженный языковой барьер; во-вторых, потребность в наличии китайской кухни, ТВ каналов, информационного обслуживания на китайском языке, соблюдении их традиций; в-третьих, культура поведения и базовое понимание туризма. «У китайцев другой образ мышления – имперский. Он свойственен многим древним азиатским цивилизациям, – объяснял мне один известный китаевед. – У них своеобразные вкусы, воспитание и привычки в быту – совершенно другая культура и другой менталитет. Прилюдно рыгать и вытирать руки о

скатерти – вполне нормально и приемлемо для китайского общества. У них совершенно особые представления об истории, культуре и религии.» - пишет Юнис Теймурханлы. [5]

Учитывая все эти особенности, гостиницам, которые решили массово принимать китайских туристов, необходимо адаптировать свои услуги под их запросы. В первую очередь в гостинице должна быть информация на доступном языке. Поскольку большая часть туристов плохо владеет английским, лучше иметь информационные материалы на китайском языке.

Также, отелям необходим сайт на китайском языке, что повысит узнаваемость отеля среди туристов из КНР и приведет к увеличению китайского туристического потока, и, как следствие, принесет дополнительный доход. Важным дополнением будут указатели, информационные брошюры, визитные карточки, анкеты гостя, ТВ каналы.

Один из сотрудников отеля должен владеть китайским языком или важно, чтобы была техническая возможность перевода с китайского на другие языки. Сейчас существуют разные курсы китайского языка для отельеров. Например, один из организаторов таких курсов - Центр повышения квалификации персонала гостиничной отрасли EDU RUSOTELS.

Еще один критерий адаптированности отеля под китайских туристов — наличие удобного для них способа оплаты. Это банковский терминал, подходящий для карт China UnionPay.

Также, отелю необходимо иметь в списке услуг:

- бесплатный Wi-Fi;
- адаптеры или электрические розетки, соответствующие китайским стандартам;
- завтрак, адаптированный под китайскую кухню;
- тапочки в номере.

Поскольку китайцы имеют свои специфические культурные особенности, для гостиницы важно обращать внимания на эти различия и учитывать менталитет таких туристов. Например, для китайских гостей можно выделить отдельный блок или этаж, чтобы не было жалоб от других посетителей на шум. Постоянно проверять номера китайцев и вводить штрафы за порчу имущества. Размещать таблички на китайском языке, предупреждающие о запрете курения в номерах.

С 2014 года при поддержке Туристической ассоциации была введена программа China Friendly. [6] Она направлена на использование единых стандартов для туристических объектов, принимающих китайских туристов. Охватывает гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, и другие компании, оказывающие туристические и экскурсионные услуги.

Цель данной программы - увеличение туристического потока китайскоязычных туристов в Россию путем развития сервиса и качества предоставляемых услуг. Проект как раз учитывает культурные особенности и предпочтения туристов из КНР.

Так, China Friendly сотрудничает с гостиницами, показывая, какие стандарты необходимо применить гостиницам для обслуживания гостей. После прохождения аттестации, отели получают Знак качества и дополнительную рекламу, в результате того, что на карте и в путеводителях они будут отмечены на китайском языке.

Например, знаком качества отмечены такие отели, как «Альфа», «Аэростар», Измайлово «Гамма» и «Дельта», «SkyPoint Шереметьево», AZIMUT Moscow Olympic Hotel, «Метрополь», Best Western Plus Vega Hotel & Convention Center, Crowne Plaza Moscow World Trade Centre, Hotel Mandarin Moscow, «Гостиница на Покровском-Стрешнево», гостиница «Молодежная», Park Inn by Radisson «Пулковская», Park Inn by Radisson «Прибалтийская», «Тверь Парк Отель», Park Inn by Radisson Veliky Novgorod, гостиница «Экватор».

Таким образом, в условиях постоянно развивающегося российско-китайского сотрудничества, адаптация гостиниц под запросы китайского потребителя - выгодное экономическое решение для туристических объектов.

Это требует грамотного подхода со стороны гостиниц и объединения усилий с правительственными программами, направленными на привлечение гостей из КНР.

Важно помнить, что стандартный туристический пакет, рассчитанный на среднестатистического западного туриста, не сможет удовлетворить запросы китайского туриста. Необходимо обратить внимание на особенности поведения китайского туриста и специфику потребления им туристического продукта. Им важно чувствовать себя как дома – смотреть китайские ТВ каналы, употреблять китайскую пищу, разговаривать на китайском языке. Все это должно быть учтено гостиницами, которые включают в свою целевую аудиторию китайских туристов.

Библиографический список

1. Росстат. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/tab-tur1-1.htm (дата обращения: 17.12.2019).
2. Nina Pestereva, Sun Yuhua, Mariya Belyakova, Feng Jgin The Formation of the Eurasian Research-and-Education Ecosystem and the Internationalization of Educational Platforms: the Case of Russia and China. European Journal of Contemporary Education, 2019, 8(4): 841-854.
3. Непутевые заметки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://neputevie.ru/blog/43041921955/Rossiyskie-marshrutyi-kitayskih-druzey?nr=1&utm_referrer=mirtesen.ru (дата обращения: 18.12.2019)
4. Пограничная служба ФСБ России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fsb.ru/> (дата обращения: 18.12.2019)
5. Юнис Теймурханлы. «Room service». Записки отельера. – ООО «Издательство «Яуза», 2018. – 352 с.
6. Туристическая ассоциация «Мир без границ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly> (дата обращения: 18.12.2019)

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 33

Калюжная Е.А., Почекаева О. В. К вопросу управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия
On the issue of managing receivables and payables of an enterprise

Калюжная Елена Александровна¹

Почекаева Ольга Вадимовна²

¹Студентка факультета экономики, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации», Дзержинский филиал РАНХиГС, г. Дзержинск

²К.э.н., доцент, доцент кафедры экономики, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации», Дзержинский филиал РАНХиГС, г. Дзержинск

Kalyuzhnaya Elena Aleksandrovna¹

Pochekaeva Olga Vadimovna²

¹Student of the Faculty of Economics, Federal State Budgetary Educational Establishment of Higher Education "Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration", Dzerzhinsky Branch of the, Dzerzhinsk

² PhD in economics, associate professor, associate professor of economic Federal State Budgetary Educational Establishment of Higher Education "Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration", Dzerzhinsky Branch of the, Dzerzhinsk

Аннотация. Эффективное управление организацией включает управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Управление базируется на анализе задолженности, выводы зависят от качества информационной базы анализа – данных финансового и управленческого учета. По результатам анализа необходимо продолжение работы с контрагентами. В статье рассмотрены некоторые приемы работы с контрагентами, которые могут быть использованы при разработке регламента управления задолженностью в организации.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, управление, приемы, отчетность.

Abstract. The effective management of the organization includes the management of receivables and payables. Management is based on debt analysis, the conclusions depend on the quality of the analysis information base – financial and management accounting data. According to the results of the analysis, it is necessary to continue working with contractors. The article discusses some methods of working with counterparties that can be used in developing the organization's debt management regulations.

Keywords: accounts receivable, accounts payable, management, receptions, reporting.

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

Управление дебиторской и кредиторской задолженностью коммерческих организаций является важным аспектом сохранения ликвидности и финансовой устойчивости организации. Для эффективного управления необходим качественный анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженности, выполненный на основании информации, формируемой в рамках финансового и управленческого учета.

Однако без наличия (создания) системы внутреннего контроля в организации, обеспечивающих качество информационной базы анализа, эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью практически невозможно [10].

Управление дебиторской и кредиторской задолженностью должно быть направлено на улучшение финансовых показателей организации [1,3].

При управлении дебиторской задолженности (важно – снижении величины дебиторской задолженности), нужен индивидуальный подход к каждому клиенту – должнику. Необходимо выяснить причину - почему не платит клиент, обсудить сложившуюся ситуацию, найти решение, которое удовлетворит и дебитора, и кредитора. Т.е. в организации должен быть сотрудник, который будет заниматься сбором информации о должниках, ведением учета и получением просроченных платежей. Под получением понимается весь процесс напоминаний и переговоров до момента поступления денежных средств на расчетный счет компании [8].

С одной стороны, при большом количестве клиентов и большой нагрузке менеджер не всегда имеет возможность постоянно и четко отслеживать все платежи и обзванивать должников.

Кроме того, менеджеры, которые могут быть вполне профессиональны в продажах, не всегда могут взыскать долги с клиента, так как при заключении договора были затрачены определенные усилия и необходимо и впредь поддерживать хорошие отношения. С другой стороны, именно менеджер, как никто другой знает своего клиента. Именно менеджер может оценить реальное положение дел у клиента и определить причины задержки платежей: не могут или не хотят. Менеджер как раз может использовать и свои установившиеся отношения для того, чтобы убедить клиента производить расчеты своевременно [6].

Для этого необходимо регулярно (ежедекадно, ежемесячно – в зависимости от объема расчетов) проводить акты сверок со всеми контрагентами. Акт сверки - это документ, отображающий состояние взаимных расчетов между сторонами за определенный период. Акт сверки позволит выверить точную сумму задолженности, заверить ее законность подписями и печатями с двух сторон. Также регулярно (а не раз в году перед составлением годовой бухгалтерской отчетности) необходимо проводить инвентаризацию дебиторской и кредиторской задолженности, составляя при этом акт инвентаризации расчетов с покупателями, поставщиками, прочими дебиторами и кредиторами. Это позволит сделать вывод о достоверности данных, отраженных в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности [5].

При инвентаризации расчетов или составлении актов сверки может быть выявлена двусторонняя задолженность, которая может быть погашена проведением взаимозачета. При этом должен быть составлен акт взаимозачета - документ, который составляется в случае взаимной задолженности между контрагентами. Встречные требования при этом должны быть однородными, то есть денежный долг в зачет денежного. Акт составляется по заявлению одной стороны о взаимозачете.

Как результат, может быть составлена форма внутренней управленческой отчетности о просроченной задолженности.

Таблица 1

Рекомендуемая форма отчета о просроченной задолженности

контрагент	менеджер	номер и дата договора	сумма отгрузки, руб.	дата отгрузки	дата оплаты по договору		кол-во дней просрочки	сумма просрочки, руб.	доля должника в общей сумме просроченной задолженности, %	принятые меры
					в календарных днях	в рабочих днях				
Итого										

Данный документ может быть составлен в разрезе контрагентов и дней просрочки (3,7,15,30,60). С помощью данного отчета можно проследить образование просроченной дебиторской задолженности.

При выявлении просроченной задолженности необходим разработанный организацией регламент работы с покупателями по просроченной дебиторской задолженности [9]. В таблице 2 приведены рекомендуемые процедуры.

Таблица 2

Рекомендуемый регламент работы с просроченной дебиторской задолженностью

Период просроченной задолженности	Процедура
До срока погашения осталось 2-3 дня	Информирование клиента о предстоящем платеже посредством телефонного звонка и рассылки почтового уведомления, получение от должника информации о том, что оплата будет произведена.
До 7 дней	При неоплате в срок - звонок с выяснением причин, рассылка электронного и почтового уведомления, получение от должника письменного обязательства.
	Прекращение поставок до оплаты.
	Направление предупредительного письма о начислении штрафа.
От 7 до 15 дней	Начисление штрафа и информирование об этом должника посредством телефонного звонка, рассылка электронного уведомления.
	Ежедневные звонки с напоминанием.
От 15 до 30 дней	Переговоры с ответственными лицами, рассмотрение вариантов погашения долга.
	Предупреждение о подаче иска в арбитражный суд посредством телефонного звонка, рассылки электронного уведомления.
От 30 до 60 дней	Официальная претензия (заказным письмом)
Более 60 дней	Подача иска в арбитражный суд

Претензионный порядок заключается в направлении должнику претензионного письма. Форма такого письма может быть произвольной, при этом целями такого письма должны быть:

- напомнить должнику об имеющейся задолженности;
- сообщить должнику, что, если должник в течение определенного срока не вернет долг, то кредитор будет вынужден обратиться в суд, в целях защиты своих прав;
- указать должнику на негативные последствия судебного разбирательства: в частности не только

вернуть долг с уплатой процентов за пользование чужими денежными средствами, но и дополнительно возместить кредитору расходы на юридическую помощь и госпошлину.

Для контроля своевременной оплаты дебиторской и кредиторской задолженности может быть составлен график платежей [7]. Ведение графика и отслеживание по нему задолженности покупателей позволит вовремя напомнить об уплате долга. Следить за каждым контрагентом необходимо отдельно по возрастанию или уменьшению задолженности, с выделением сомнительных долгов. График платежей необходимо вести и по кредиторской задолженности, чтобы не пропустить дату оплаты поставщикам за товар, материалы и услуги и избежать штрафных санкций, предусмотренных договором [4]. Каждая организация вправе разработать свою форму графика, пример представлен в таблице 2.

Таблица 3

График платежей

Дата отгрузки	Контрагент	Сумма отгрузки, руб.	Отсрочка, дни	Дата погашения	Погашенная сумма, руб.	Кол-во дней просрочки, дни	Сумма просрочки, руб.
Итого							

В обязанности менеджера может входить пересмотр и определение кредитной политики в отношении каждого конкретного клиента:

- проверка и получение достоверной информации о платежеспособности клиента;
- возможности предоставления скидок;
- политика сбора платежей;
- установление штрафов за не своевременную оплату;
- предоставление скидок при своевременной оплате.

Одним из направлений кредитной политики может быть установление лимита величины задолженности для покупателя. Если в результате выполнения договора лимит задолженности будет превышен, то следует предупредить клиента, что прежде чем выполнить новый заказ (произвести отгрузку по следующему договору), нужно погасить текущую задолженность [2]. Лимит можно установить для каждого клиента индивидуально и прописать условия в дополнительном соглашении к договору.

На величину лимита может повлиять наличие или отсутствие гарантийного письма, которое может составляться в свободной форме и на условиях договоренности сторон. Клиент гарантирует оплату по письму в определенные сроки, которые так же можно установить индивидуально каждому клиенту, и обязуется выполнить свои обязательства.

Таким образом, круг обязанностей менеджера по работе с дебиторами и кредиторами постоянно расширяется, часть функций возможно передать коммерческому директору, но от соблюдения разработанного регламента управления задолженностью организации зависит величина задолженности и

наличие денежных средств.

Библиографический список

1. Бланк И.А. Управление активами. Киев: Ника-Центр; Эльга, 2002. 720 с. Режим доступа: - [электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru> Дата обращения 03.11.2017г.
2. Клыгина, К.Б., Почекаева, О.В. Управление дебиторской задолженностью предприятия /К.Б. Клыгина, О.В. Почекаева. - Экономические исследования и разработки. 2019. № 7. С. 75-82.
3. Кудина, М.В. Финансовый менеджмент: учебное пособие / М.В. Кудина. – 2-е изд. – М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2012. – 109с.
4. Мездриков, Ю.В. Аналитическое обеспечение управления дебиторской задолженностью / Ю.В. Мездриков // Экономический анализ: теория и практика. 2008. N 5. С. 39 - 45.
5. Почекаева, О.В. Системный подход в управленческом учете / О.В. Почекаева // В сборнике: Экономика, право, образование: региональный аспект. сборник научных трудов IX межвузовской научно-практической конференции. 2015. С. 110-115.
6. Приходько, Е.А., Разумович, И.В. Цели и задачи управления дебиторской задолженностью. / Е.А. Приходько, И.В. Разумович. // НГТУ, г. Новосибирск, РФ. Режим доступа: - [электронный ресурс] - http://science-bsea.bgita.ru/2007/ekonom_2007/prichodko_cel.htm Дата обращения 25.02.2019г.
7. Пятов, М.Л. Управление обязательствами организации. / М.В. Пятов. - М.: Финансы и статистика, 2004. 256 с. Режим доступа: - [электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru> Дата обращения 03.02.2018г.
8. Румянцева, А.Ю. Управление дебиторской задолженностью на предприятии. / А.Ю. Румянцева. - Санкт-Петербург, 2013. 127 с.
9. Саблин, М. Т. Взыскание долгов: от профилактики до принуждения: практическое руководство по управлению дебиторской задолженностью / М. Т. Саблин. - Москва : Волтерс Клувер, 2011. - 528 с.
10. Щепетова, В.Н., Почекаева, О.В. Управленческий учет как основа системы внутреннего контроля достоверности финансовой отчетности / В.Н. Щепетова, О.В. Почекаева. // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 711.

УДК 33

Соколова Е.Н., Логачева О.В. Трансформации структуры международного валютного рынка

Transformation of the structure of the international currency market

Соколова Екатерина Николаевна

Логачева Ольга Викторовна

1 Кандидат экономических наук, зав.кафедрой экономики

АНО ВО «Российский новый университет»,

Россия, г. Москва

2 Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики

АНО ВО «Российский новый университет»

Россия, г. Москва

Sokolova Ekaterina Nikolaevna

Logacheva Olga Viktorovna

1 Candidate of economic Sciences, head.department of economics

Autonomous non-profit organization of higher education

Russian new university,

Russia, Moscow

2 Candidate of economic Sciences, associate Professor of Economics

Autonomous non-profit organization of higher education

Russian new university

Russia, Moscow

Аннотация. В статье уделено внимание оценке роли отдельных категорий участников на мировом валютном рынке. В современной экономике размер международного валютного рынка на порядок превосходит все остальные формы международных экономических отношений, такие как торговля товарами, торговля услугами, международное движение капитала, рабочей силы или технологии.

Ключевые слова: глобализация, валютный рынок, коммерческий риск, банковская система

Abstract. The article focuses on the assessment of the role of certain categories of participants in the world currency market. In today's economy, the size of the international monetary market is an order of magnitude larger than all other forms of international economic relations, such as trade in goods, trade in services, international movement of capital, labor or technology.

Keywords: globalization, foreign exchange market, commercial risk, banking system

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

СамГУПС

Введение. Глобализация международных экономических процессов оказывает влияние на состояние мирового валютного рынка, который непрерывно пребывает в состоянии трансформации под воздействием многих факторов. С одной стороны к таким факторам следует отнести системы национальных валютных рынков, где происходит формирование общих тенденций и закономерностей развития национальных

экономик. С другой стороны выделяют специфические факторы, которые обусловлены особенностями функционирования конкретных наиболее активных валют.

Проблемам функционирования мирового валютного рынка посвящены труды многих ученых-экономистов, которые рассматривают разные его аспекты. Но все они сходятся во мнении, что для мирового валютного рынка характерна высокая степень изменчивости. В современной экономической среде механизмы валютного обмена, сложились таким образом, что валютный рынок часто рассматривают как характерный образец конкурентного рынка, на котором функционирует механизм конкурентного ценообразования. Во многих странах операции по купле/продаже иностранной валюты могут осуществлять любые хозяйствующие субъекты.

Мировой валютный рынок - это сложная рыночная система, на принципах функционирования осуществляется регулирование отношений, которые возникают в процессе обмена валют различных стран мира. Российская Федерация также интегрирована к международному валютному рынку, как напрямую, так и опосредовано. Валютный рынок как одна из форм организации движения валюты и валютных ценностей на территории России развивается стремительными темпами в последние годы.

Развитие внешнеэкономических связей требует особого инструмента, с помощью которого субъекты международного рынка, могут поддерживать между собой взаимовыгодное финансовое взаимодействие. Как правило, такими инструментами являются банковские операции по купле/продаже иностранной валюты. При этом связующим звеном в системе банковских операций с иностранной валютой выступает обменный валютный курс.

Экономика абсолютно любого государства не может быть без развитого и полноценно функционирующего финансового рынка. Финансовый рынок в совокупности представляет собой особую сферу выявления экономических взаимоотношений продавца и покупателя финансовых ресурсов и инвестиционных ценностей, то есть элементов формирования финансовых ресурсов, между их стоимостью и потребительной стоимостью. В состав финансового рынка входит такой элемент как валютный рынок.

Существует много подходов к классификации валютных рынков. Мы выделяем следующие основные признаки: по видам валютных курсов, по отношению к валютным ограничениям, по степени организованности, по сфере распространения (рис.1).

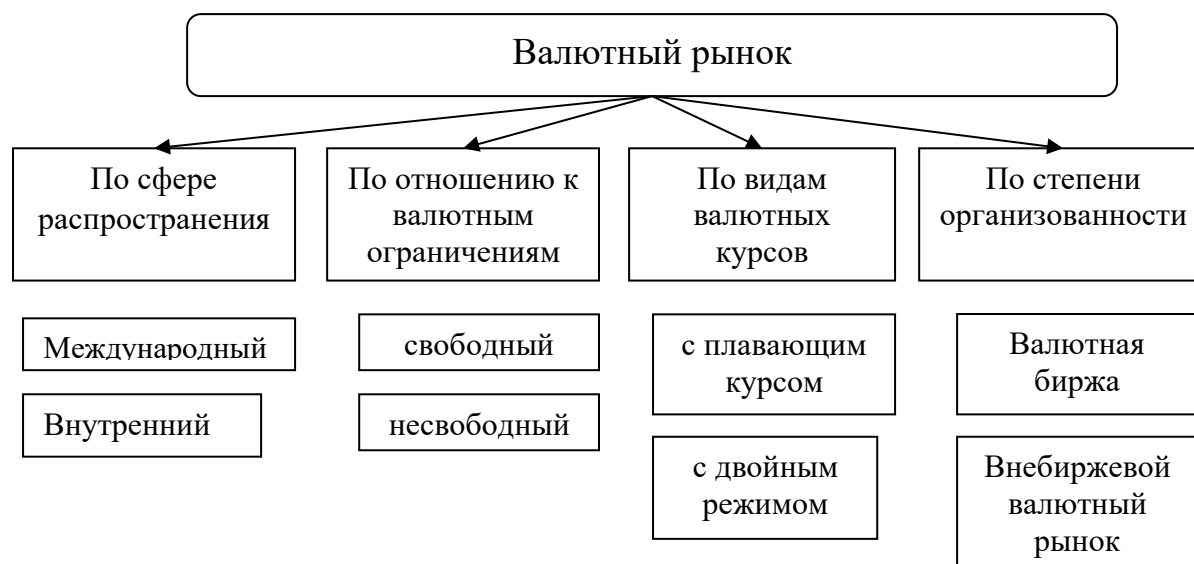


Рисунок 1. Основные подходы к классификации валютных рынков

Валютный рынок представляет собой своеобразный инструмент для согласования интересов продавца и покупателя валютных ценностей. Естественно, что любые совершаемые действие продавцов или покупателей на валютном рынке связано с достаточно высоким уровнем коммерческого риска. Коммерческий риск - это опасность потенциальных потерь от реализации различных видов финансовой или коммерческой деятельности. Валютный рынок включает также понятие валютного риска, который выражается в приобретении хозяйствующим субъектом в зависимости от изменения курсов валют либо дополнительных расходов, либо дополнительных доходов.

Валютный рынок выступает как официальный финансовый центр, на котором сконцентрирована практически вся купля-продажа валют и ценных бумаг в валюте, которая совершается на основе спроса и предложения на них. В этой связи на валютные рынки ложится ответственность по обеспечению своевременного осуществления всех международных расчетов, страхованию от наступления валютных рисков, проведению диверсификации валютных резервов, валютной интервенции и получению прибыли каждого участника за счет разных курсов валют. В то же время валютные рынки включают всю совокупность уполномоченных банков, инвестиционных компаний, бирж, брокерских контор, иностранных банков, которые осуществляют операции с валютой.

В валютной структуре мирового валютного рынка традиционно доминирует доллар США. Однако стоимость доллара давно уже не соответствует его реальной цене. Увеличение фиктивной ценности и дополнительные эмиссии этой резервной валюты могут значительно ухудшить текущее состояние рынка, как финансового, так и валютного. Согласно статистике, кроме доллара, на мировом валютном рынке происходит торговля практически всеми существующими валютами. С момента введения евро, европейская валюта

стабильно занимает второе место по использованию в валютнообменных операциях, потеснив японскую йену на третье, а фунт стерлингов - на четвертое место.

Таким образом, валютный рынок - это система устойчивых экономических и организационных взаимоотношений, которые возникают в результате совершения операций по купле/продаже иностранной валюты и всевозможных валютных ценностей. К главным субъектам валютного рынка относятся банковские организации, а центральный банк выступает как гарант государственного контроля и воздействия на валютный рынок по мере необходимости.

Валютный рынок осуществляет определенные функции, которые определяют его назначение и экономическая роль (рис.2).

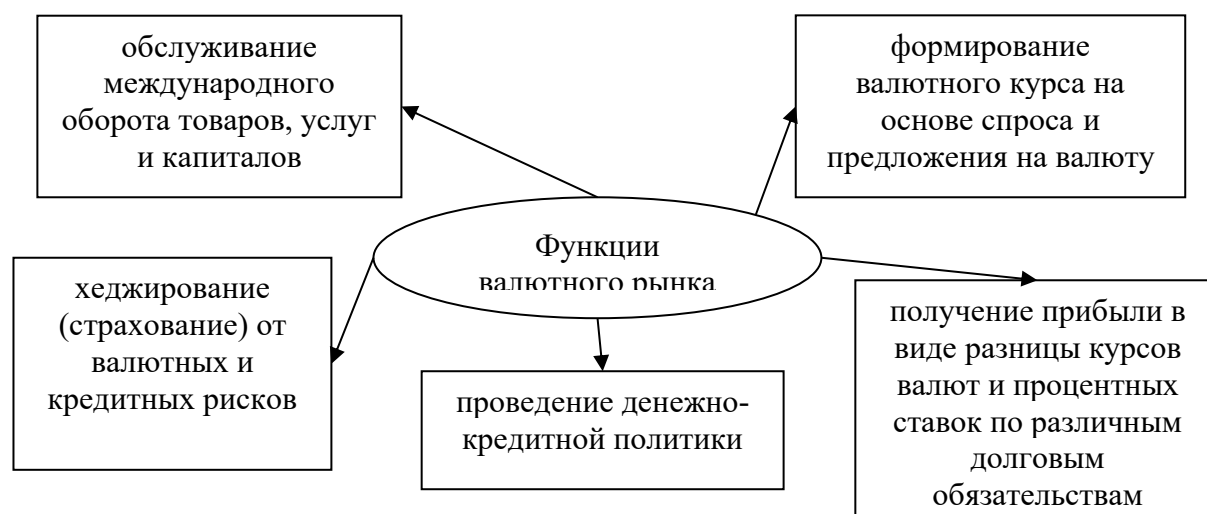


Рисунок 2. Основные функции валютного рынка

Итак, внешний валютный рынок — это достаточно крупной, финансовый рынок в мировой системе, на котором реализуется международная торговля и происходит обмен иностранной валютой. Таким образом, становление и развитие высокоэффективной российской экономики просто невозможно без развитого финансового рынка, в состав которого входит валютный рынок.

Современная денежно-кредитная и финансовая политика в целом должна содействовать укреплению валютно-финансового положения Российской Федерации и обеспечивать ее текущую внешнюю платежеспособность. Но это, однако, не устраняет необходимость предусмотреть направления по ее совершенствованию. Эти направления могут быть осуществлены при появлении ситуаций для достижения стабильно высоких темпов роста экономики, оздоровления предпринимательского и инвестиционного

климата, формирования условий инвестиционной привлекательности для вливания не только отечественного капитала, но и иностранного.

Коммерческие банки являются одними из главных и непосредственных участников валютного рынка. Параллельно они выступают основными субъектами, которые формируют валютно-кредитную политику государства и одновременно осуществляют валютно-расчетные операции. Понятие «валютные операции» представляют собой совокупность кредитно-денежных взаимоотношений, которые сложились на основе интернационализации хозяйственной жизни, международного разделения труда и мирового рынка. Коммерческие банки, выступая как локомотив для развития международных валютных отношений, обеспечивают выполнение множества валютных операций, основные из которых представлены на рисунке 3.

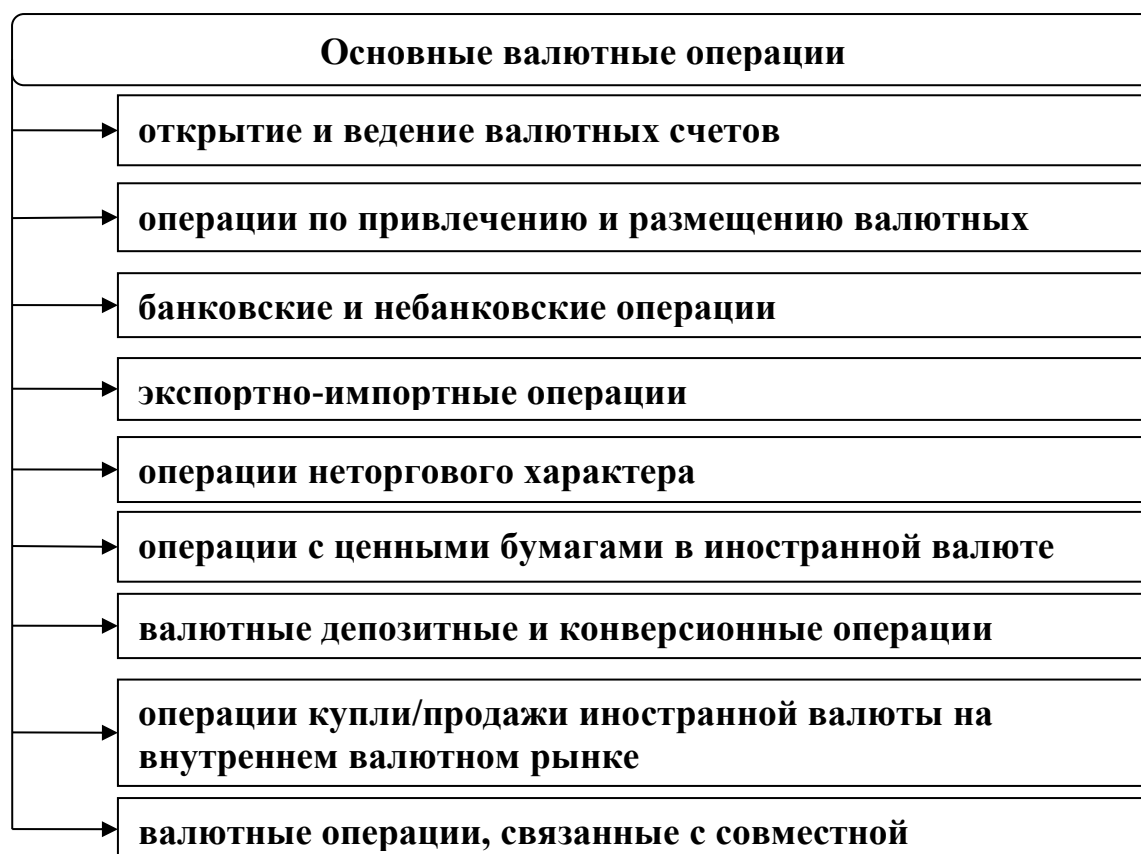


Рисунок 3. Основные валютные операции, которые выполняют коммерческие банки

Ориентированность коммерческих банков на экспортно-импортные операции приобретает всеобъемлющий характер и становится одним из основных принципов экономического развития государства. В 2016 г. утверждается приоритетный проект «Экспорт продукции АПК» в соответствии с которым планируемый объем экспорта в 21,4 млрд. долларов США в 2020 году дополняется параметрами структуры экспорта: объем экспорта мяса – 0,5 млрд. долларов США, объем экспорта зерна и продукции мукомольно-крупяной промышленности – 6,6 млрд. долларов США, объем экспорта продукции масложировой

промышленности – 2,72 млрд. долларов США, объем экспорта готовой продукции АПК – 5,57 млрд. долларов США. Кроме того, устанавливается прогнозное значение экспорта продукции агропромышленного комплекса на 2025 год – 30,0 млрд. долларов США.

Валютный рынок России включает два основных элемента:

- рынок наличной валюты;
- рынок безналичной валюты.

Наличный валютный рынок представляет собой совокупность валютно-обменных операций физических лиц, осуществляемых через коммерческие банки и банковские сделки, которые совершаются коммерческими банками для пополнения валютно-кассовой наличности.

Рынок безналичной валюты включает спот-рынок (рынок наличных сделок) и срочный рынок. В то же время срочный рынок можно разделить на биржевой рынок, где совершаются фьючерсные сделки, и внебиржевой - форвардные сделки. Следует отметить, что на срочных рынках совершаются опционных сделок.

Одним из центральных понятий валютного законодательства Российской Федерации является - «резидент» и «нерезидент» (рис 4.).

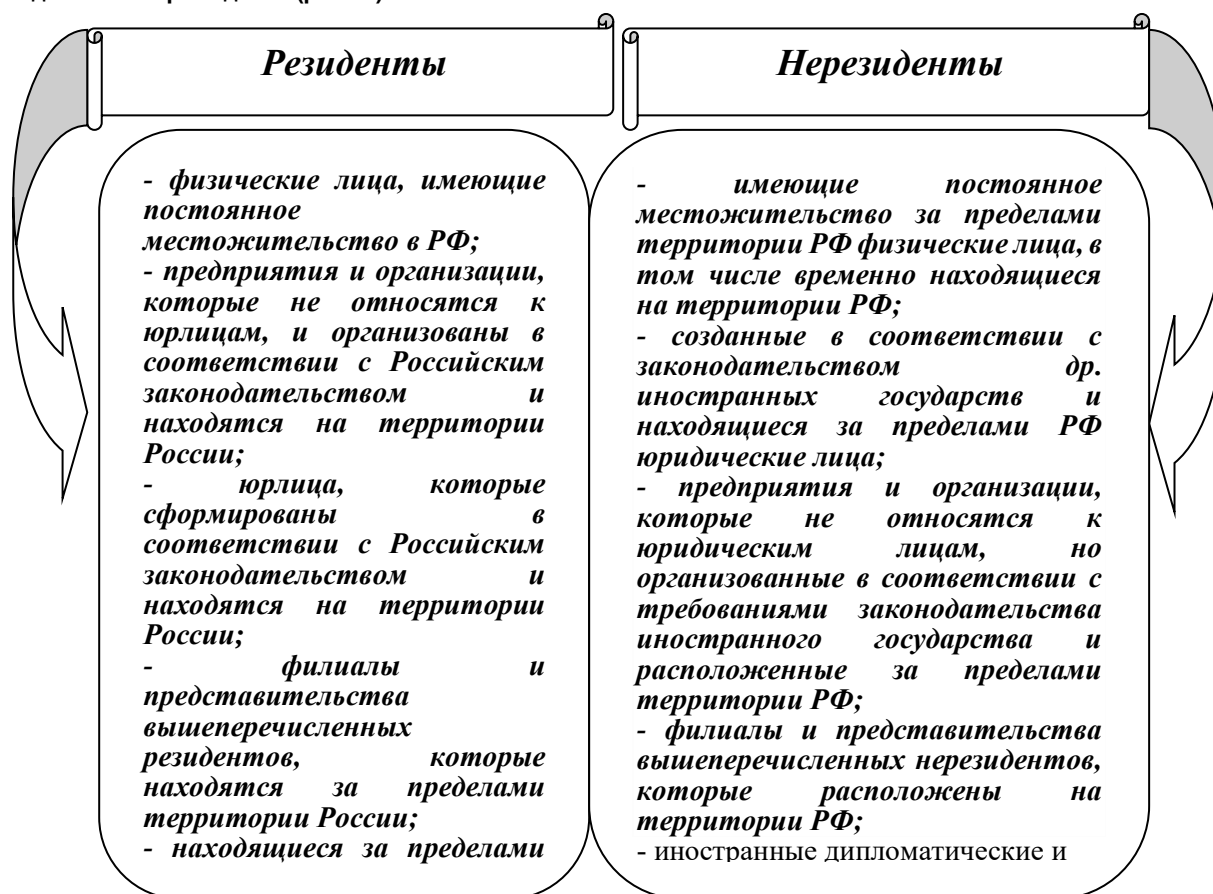


Рисунок 4. Основные категории «резидент» и «нерезидент»

Таким образом, можно сделать вывод, что валютный рынок - это механизм, который устанавливает основные правовые и экономические отношения между покупателями и продавцами валют. Это выражает его основную функциональную характеристику.

Валютный рынок Российской Федерации в полной мере нельзя называть развитым в сравнении с мировым. Несмотря на то, что систематизация участников валютного рынка широка, наибольший вес в операциях с иностранной валютой относится к крупным транснациональным банкам, которые успешно применяют современные средства телекоммуникации. Именно поэтому многие дают определение понятию валютный рынок как система электронных, телефонных и прочих контактов между банками, которые связаны с реализацией операций в иностранной валюте. Операции на валютном рынке Российской Федерации проводятся через банки резидентами по рыночному курсу рубля к другим иностранным валютам через межбанковские сделки, сделки на биржах валют и различные аукционы. Центральный банк России является главным исполнительным органом в области валютного регулирования.

Международная деятельность многих коммерческих банков объединена с реализацией банковских валютных операций в рублях и другой иностранной валюте, реализацией рублей за иностранную валюту на всей территории Российской Федерации, с неторговыми сделками, функционированием нерезидентов внутри государства.

Заключение. Развитие и становление валютного рынка в России обладает своими особенностями, которые состоят в оставлении достаточно высокого уровня его централизации. Это находится в прямой зависимости от ограничений объемов валютных ресурсов в нашей стране в целом и, в частности, у отдельных уполномоченных банков, с недостаточной налаженностью контактов между уполномоченными банками.

Библиографический список

1. Лиховидов В.Н. Фундаментальный анализ мировых валютных рынков. – М., 2014. – 90 с.
2. Звонова Е. А. Влияние глобализации на формирование российского финансового рынка. К 100-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации: монография. – М.: КноРус, 2018. – 250 с.

Экономика предпринимательства

УДК 33

Карлыев С.Д., Комарова О.М. Особенности роста конкурентоспособности современного бизнеса в условиях цифровизации экономики и общества

Features of growth of competitiveness of modern business in the conditions of digitalization of economy and society

Карлыев Салават Нурмурадович

Бакалавр, 4 курс

Кафедра «Экономики, управления и бизнеса»

Государственный гуманитарно-технологический университет (ГГТУ)

Научный руководитель

Комарова Оксана Михайловна

к.э.н., доцент

Кафедра «Экономики, управления и бизнеса»

Государственный гуманитарно-технологический университет (ГГТУ)

Karliev Salavat Nurmuratovich

Bachelor, 4 year

Department «Economics, management and business»

State University of Humanities and technology (GSTU)

scientific director

Komarova Oksana Mikhailovna

Ph. D., associate Professor

Department «Economics, management and business»

State University of Humanities and technology (GSTU)

Аннотация. Представленная статья посвящается рассмотрению особенностей роста конкурентоспособности современного бизнеса по средствам участия в электронной коммерции, которая за счет предлагаемых предпочтений ее участникам, формируют существенные преимущества в конкурентной борьбе на цифровом рынке. Объектом представленного исследования выступает возрастающая роль фактора «масштабного развития электронной коммерции» на стратегию роста конкурентоспособности современного бизнеса в условиях цифровизации. Основной целью изучения представленного объекта заключается в определении роли электронной коммерции, как в развитии цифрового рынка, так и в формировании конкурентных преимуществ развития современного бизнеса. Основными методами исследования применяются современные методы сбора, обработки и анализа данных, полученные в ходе применения опроса, экспертного интервью и наблюдения. На основе выявленных особенностей цифровой экономики обоснована необходимость планирования конкурентной стратегии, учитывающей тренды промышленной революции «Индустрия 4.0» и структурные изменения в образе экономического мышления.

Ключевые слова: цифровизация экономики, цифровой рынок, электронная коммерция, инновационно-информационные технологии.

Abstract. The article is devoted to the growth of competitiveness of modern business by means of participation in e-Commerce, which due to offer preferences to its participants, form a significant competitive advantage in the digital market. The object of the presented research is the increasing role of the factor of «large-scale development of e-Commerce» on the strategy of increasing the competitiveness of modern business in the conditions of digitalization. The main purpose of the

study of the presented object is to determine the role of e-Commerce, both in the development of the digital market and in the formation of competitive advantages of modern business development. The main research methods used are modern methods of data collection, processing and analysis obtained during the application of the survey, expert interviews and observations. On the basis of the revealed features of the digital economy, the necessity of planning a competitive strategy that takes into account the trends of the industrial revolution «Industry 4.0» and structural changes in the way of economic thinking is justified.

Keywords: digitalization of economy, digital market, e-Commerce, innovation and information technologies.

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.

В современных условиях реальный бизнес претерпевает неминуемые изменения, вызванные масштабным развитием процессов информатизации и цифровизации общества и глобальной экономической системы в целом. В основе данных процессов лежит смена концепции экономической мысли, а также происходящие «общеглобалистические экономико-политические изменения, передел мира на принципах цифрового мироустройства и кибер реальности»[3].

Учитывая сложившиеся реалии, основным направлением современной концепции стал, комплексный переход в новому технологическому укладу, обеспечивающему осуществление «конъюнктурных изменений на рынке товаров и услуг под модифицированный выпуск новаций»[3].

В данной ситуации «исключительно важное значение придается при этом тем характеристикам объектов, субъектов и предметов экономики, которые показывают, что это экономика на новом уровне своего развития»[3]. Господствующей тенденцией цифровой экономики является быстрое и легкое предоставление услуг через Интернет, а также с использованием иных инновационно-информационных технологий (Хостинге, блокчейнинге, ip-телефонии, электронная коммерция, облачные сервисы), технологиях «цифровой нефти», «интернет вещей» и т.д.

Актуальность темы исследования, с одной стороны обусловлена содержанием и достаточной новизной концепции цифровой экономики, с другой стороны, особенностями преимуществ предоставляемых электронной коммерцией современному бизнесу в условиях цифровизации. В частности, о свойствах и проблемах процесса цифровизации экономики и его отдельных элементов за последние два года написано значительное число научно-исследовательских работ и научно-практических и научно-методических публикаций. Например, таких авторов, как Т.А. Флегонтова, О.П. Маркова, А.А. Коврижных, А.И. Перпеляк, А.В. Катаев, Г.Б. Новосельцева, А.П. Колесник, Хань Чао, Цуй Фэнчао, Бао Хунянь и др. Тем не менее данную тему нельзя назвать исчерпывающей. Напротив проведя глубокую аналитику можно отметить не достаточную изученность таких вопросов, как: Каким образом возрастающая роль фактора «развития электронной коммерции» влияет на стратегию роста конкурентоспособности бизнеса в условиях цифровизации? Каким образом развития электронной коммерции влияет на социальное расслоение общества? Обратимы ли взаимодействия развития электронной коммерции и усугубления экологической ситуации? Каким образом в

своей стратегии частному бизнесу учитывать существующую взаимосвязь электронной коммерции с частями цифрового рынка и доходами населения? и т.п.

Для оценки влияния электронной коммерции на конкурентоспособность современного бизнеса в представленной статье использовались статистический и сравнительно-аналитический методы.

Основу конкурентоспособности до недавнего времени составляло противостояние нескольких независимых бизнес-единиц с целью получения большей возможности доступа к желаемому ресурсу, с учетом влияния факторов экономического, социального, политического положения этих бизнес-единиц. В настоящее время сущность понятия «конкурентоспособность» формируют две экономические категории, такие как, уровень конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности товаров (продукции, работ, услуг).

Конкурентоспособность, как экономическое явление следует рассматривать с точки зрения влияния маркетинговой среды, под которой необходимо понимать совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами хозяйствующего субъекта и влияющих на возможности руководства устанавливать и поддерживать выбранную ценовую, маркетинговую, инвестиционную и производственную политику. Соответственно, конкуренция - это непрерывный экономический процесс взаимодействия и борьбы поставщиков, отдельных производителей и покупателей за наиболее выгодные условия производства и/или реализации. При этом главной характеристикой конкуренции выступает уровень конкурентоспособности в виде рассчитываемого показателя - это доли занимаемого рынка. Основными факторами влияющими на конкуренцию, выступают: действия закона возвышения потребностей человека, закона взаимодействия спроса и предложения на рынке, закона изменения цены, закона убывающей предельной доходности инвестиций, закона возрастания предельных издержек и убывающей предельной полезности, закон экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара, закон экономии времени.

В действующих социально-экономических условиях, конкурентная борьба становится более агрессивной, требующей учета новых факторов и условий ее формирования. Основу текущего состояния конкурентоспособности российского бизнеса составляет развитие информационных технологий и коммуникаций с использованием сети Интернет, т.е. цифровых технологий, которые обязательным условием построения цифровой экономики. Цифровая трансформация экономической системы - это неизбежное явление, которое оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности людей (деловую сферу, способы ведения бизнеса, социальное обслуживание, образование, здравоохранение, культура, искусство, государственное и муниципальное управление). В основе цифровой экономики лежит формирование электронного бизнеса с использованием ИКТ и лиц владеющих цифровыми компетенциями и цифровыми навыками с целью максимально качественного управления информацией, как самого ценного актива в цифровой индустрии.

Цифровизация экономики существенно преобразовала потребительский и финансовый рынки, в новый тип рынка - цифровой. Под которым (англ. Digital Market) понимается рынок на основе цифровых

технологий, которые облегчают торговлю товарами и услугами с помощью электронной коммерции в Интернете [5].

Цифровой рынок имеет важное значение для современного бизнеса во всем мире, т.к. оказывает максимальное влияние практически на все сферы человеческой деятельности. Сегодня данный рынок - это сложная система включающая комплекс цифровых решений, информационно-телекоммуникационных технологий, инновационных благ и услуг, а также все элементы цифровой инфраструктуры. Этот рынок строится на цифровых платформах и меняет все существующие правила формирования добавочной стоимости и ведения финансовых расчетов. Кроме этого, цифровой рынок и его развитие существенно влияет на скорость глобализационных процессов в международной торговле, на трансформацию бизнес-среды и экономической активности.

На развитость цифрового рынка существенное воздействие оказывают не только темпы развития ИКТ, но и такой составляющей рынка, как электронная коммерция. Электронная коммерция в последние 5-7 лет, как основной сегмент цифрового рынка оказывает давление на общие принципы и стандарты ведения бизнеса, на направленность научно-технической парадигмы улучшения социально-экономического благополучия населения.

Популярность электронной коммерции выражается в приросте ее объемов, который за 2017 г. увеличился на 18% от роста мирового ВВП и/или на 2,8% от общей доли мировой торговли, а за 2018 г. доля электронной торговли увеличилась уже на 23% от роста мирового ВВП и/или на 3,2% от общей доли мировой торговли [5].

В тоже самое время число пользователей интернета увеличилось за последние 2-а года с 63% до 87%. Среди мужчин в возрастном промежутке 16-75 лет, а вот среди женщин того же возрастного ценза с 37% до 79%. Также растет численность предприятий использующих в своей деятельности «промышленный Интернет» с 12% в 2017 г. до 33% в 2018г. [1].

«Анализ числа онлайн-покупок совершенных физическими лицами показал существенный прирост их объемов только за 2018 г. на 60%, что составило рекордный годовой оборот в 1,66 трлн. руб.» [4].

Растущую популярность электронной коммерции формируют существенные преимущества в конкурентной борьбе на цифровом рынке. Которые заключаются в предоставлении участникам электронной коммерции максимум преференций - это высокоскоростную передачу данных в круглосуточном режиме в любую точку планеты где есть Интернет о своем товаре (услуге, типе выполняемых работ); возможность выстраивать необходимые трансграничные связи в едином геоэкономическом пространстве; возможность выбора бизнес партнера и иных контрагентов, независимо от их места нахождения и/или политической приверженности; возможность приобретения тех свойств и того товара, который полностью устраивает личные предпочтения, из огромной их номенклатуры; возможность быстро реагировать на изменяющиеся запросы и ожидания покупателей-заказчиков; возможность значительно снизить расходы на рекламу,

дистербьютерство, содержание «лишнего» персонала и связанных с заключением контрактов (т.е. транзакционные издержки).

Следовательно, современные бизнес структуры при построении стратегии конкурентного роста должны учитывать влияние цифровизации экономики на все сферы деятельности людей, в том числе на меняющуюся модель делового поведения, на структуру экономических отношений и образ экономического мышления.

Библиографический список

1. Гохберг Л. М., Абдрахманова Г. И., Вишневский К.О. и др. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. [Текст]: доклад к XX Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82 с.
2. Колесник А.П. Социальные системы в цифровой экономике // Стратегия бизнеса. — 2018. — №1 (45). — С.3–11.
3. Комарова О.М. Перспективы и риска стратегического управления инновациями в условиях цифровизации экономики [Текст] // Монография. Научное издание. — Орехово-Зуево: ГТУ, 2018. — 100 с.
4. Посыпкина А., Сухорукова Е., Балашова А. Онлайн-торговля в России выросла до рекордных 1,66 трлн. р. [Электронный ресурс] // Технологии и медиа: РБК., 03 июня 2019 г. - URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/03/06/2019/5cf3dab29a79477329e7a402
5. (дата обращения: 17.05.2019).
6. Fayyaz S. (2018). A review on measuring digital trade & e-commerce as new economic statistics products. The 16th Conference of IAOS. (дата обращения: 17.05.2019).

Экономика труда

УДК 33.331

Перескок И.В., Фирсов О.Л. Проблемы лабильности российского рынка труда

The problems of lability of the Russian labor market

Перескок Игорь Владимирович

Кандидат экономических наук
Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г.Ставрополь

Фирсов Олег Леонидович

Старший преподаватель
Ставропольский государственный аграрный университет
Россия, г.Ставрополь

Pereskok Igor Vladimirovich
PhD in Economics
Stavropol State Agrarian University
Russia, Stavropol
Firsov Oleg Leonidovich
Senior Lecturer
Stavropol State Agrarian University
Russia, Stavropol

Аннотация. Рассматриваются проблемы неустойчивости рынка труда, связанного с процессами притока населения в крупные города. Показано, что многие мегаполисы уже не в состоянии обеспечить работой такой огромный приток работников из других регионов. Следует возродить и улучшить свои территории, создавать рабочие места и улучшать жизнь населения. Все это служит предпосылками для выработки и принятия на государственном уровне конструктивных регулирующих решений, обеспечивающих равномерное распределение рабочих ресурсов по всей территории РФ.

Ключевые слова: Урбанизация, миграция, эффективность, регионы, кадровые проблемы, эмиграция, рынок.

Abstract. The problems of labor market instability associated with the processes of population influx into large cities are considered. It is shown that many megacities are no longer able to provide work with such a huge influx of workers from other regions. It is necessary to revive and improve their territories, create jobs and improve the life of the population. All this serves as prerequisites for the development and adoption at the state level of constructive regulatory decisions that ensure an even distribution of labor resources throughout the Russian Federation.

Keywords: urbanization, migration, efficiency, regions, personnel problems, emigration, market.

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

Стремясь найти свое «место под солнцем» в большом городе, трудовые мигранты забывают, что мегаполисы – не «резиновые». Урбанизация ведет страну к кризису. В России в последние годы трудно найти работу даже в крупных городах, таких как Москва, Питер, Екатеринбург, не только людям старше 40, но и тем, кому за 30. Наблюдается негативная, прогрессирующая тенденция, затягивающая сроки поиска работы на несколько лет.

Рассмотрим основные проблемы, связанные с притоком населения в крупные города, что усугубляет и без того непростую ситуацию на рынке труда. Также предложим решения, которые, на наш взгляд могут изменить ситуацию в лучшую сторону, дать возможность людям использовать свои профессиональные навыки и знания в местах их рождения на малой родине.

Жить в большом городе считается престижным и комфортным, а уж козырнуть перед родственниками из регионов своими достижениями в покорении столицы всегда приятно [1]. Как говорила одна из героинь культового советского фильма: «Москва – большая лотерея...», город возможностей и грез.

Правда, большинство «штурмующих» столицу даже не догадываются, что, собственно, ждет их на просторах многомиллионного мегаполиса. Вера в лучшую и, несомненно, богатую, успешную жизнь в городе убирает все ограничивающие разумные препятствия.

Требуется вырабатывать в себе новые навыки и качества, принять принципы, даже если они тебе несвойственны и неприятны, чтобы пристроиться на престижную работу и построить успешную карьеру. Большинство воспринимает это как мелочи, ведь для достижения «высоких» целей все средства хороши.

Город меняет «структуру» мировоззрения человека, заменяя полезные смыслы для космоса на бесполезные для тела. Но изменения самого человека – это полбеда. Страдает от таких отважных решений не только человек, но и место, где он исторически сформировался и вырос [2].

Можно отметить, что у большинства миграция существует как иллюзия улучшения существования. В советский период забота о родном крае имела первостепенное значение. Люди ездили в город учиться, приобретать востребованные в регионах профессии и в большинстве своем возвращались на историческую родину, «поднимать» и улучшать свои пенаты. Теперь этого попросту уже не существует.

Россиян в большинстве своем давно интересует собственное, беззаботное и обеспеченное будущее и никто уже не помнит лозунг «пятилетку за год» и прочие подобные лозунги.

Желание быть «счастливым» в представлении желающего подталкивает к смене места жительства в надежде найти лучшее «место под солнцем». Цель «выбиться в люди» в другом городе, в котором сосредоточены все деньги страны, становится навязчивой [3].

В любом мегаполисе существует определенное количество предприятий. Учитывая экономическую ситуацию, закрывается компаний больше, чем создается новых. В этих компаниях имеется определенное количество вакансий, число которых способно увеличиваться только в случае роста бизнеса, что не вполне реально в нынешних условиях. Следовательно, получить такое рабочее место крайне сложно. И чем больше приезжает людей, тем выше конкурс на одно рабочее место. Чем же это чревато для работников?

Во-первых, ужесточаются требования к кандидатам, вводятся новые компетенции к тем или иным должностям.

Во-вторых, снижается оплата труда, если много претендентов на одно место, то кто-нибудь в любом случае согласится на кабальные условия труда.

В-третьих, коммерсанты выжимают из людей все «соки», а затем, как отработанный материал, выкидывают на «свалку».

В-четвертых, работодатели «забывают» о социальных обязательствах перед работниками, отсюда серые и черные зарплаты, и как следствие, отсутствие отчислений и, соответственно, поступлений в бюджет и пенсионный фонд... [4].

Можно отметить, что принцип: «где родился, там и пригодился» актуален сегодня как никогда. Нужно не бежать из регионов в города-миллионники, а возрождать и улучшать свои родные пенаты, создавать рабочие места и улучшать жизнь населения.

Вполне понятны мотивы, толкающие людей на переезд из-за нехватки вакансий на местах с целью трудоустройства в другом городе. А где работать людям, которые родились и выросли в том самом мегаполисе, куда совершается массовая миграция людей из других поселков и городов? Это важный вопрос, которому государство уделяет недостаточное внимание [5].

Региональная трудовая цивилизация. Попробуйте отъехать от Москвы на 200-300 км и вашим глазам предстанут пейзажи вымирающей глубинки. Заброшенные дома, фермы и поля уже не являются чем-то удивительным. Региональная жизнь приходит в упадок и вероятно уже через несколько лет кроме городов и городских жителей ничего не останется. Урбанизация берет свое. А кто будет кормить эти самые города? Или продукты животного происхождения сами, по мановению волшебной палочки, будут появляться на полках сетевых и обычных магазинов?

Мы долго не можем выйти из тупика с намеченным курсом по продовольствию. Вместо того чтобы более интенсивно развивать собственное животноводство и растениеводство и обеспечивать тем самым рабочие места, зачастую приобретаем продукты сомнительного качества втридорога за границей [6]. Справедливости ради следует отметить, что эта проблема в последние годы начала решаться.

Почему бы одновременно со стратегической задачей тотального вооружения не сориентировать пару триллионов рублей на сельское хозяйство? Это помогло бы быстро возродить давно заброшенную отрасль и создать рабочие места для людей в регионах. Тогда и потребуются специалисты в животноводство, агрономы на полях и другие специалисты в сельском хозяйстве.

А пока люди продолжают учиться на экономистов и прочие ненужные в таком количестве и вымирающие профессии, по сути, лишая себя возможности стать уникальными, узкопрофильными специалистами, востребованными на рынке труда [7].

Много статей написано о потребности в инженерах, слесарях и специалистах других рабочих профессий. Если не вернуть престижность этих профессий, то вскоре возникнут проблемы с оставшимся

немногочисленным производством. Между тем, в России много людей «с руками», которые могут работать в производственных отраслях.

В Советском союзе рабочие профессии хорошо оплачивались. Зачастую, зарплата водителя грузовика равнялась зарплате министра. Но в наше время платить достойные зарплаты рабочим можно только в том случае, если будет существовать производство, на котором будут востребованы такие работники. По своей сути, ничего не мешает государству создавать такие производства и рабочие места, развивая промышленность в России.

На наш взгляд, люди будут готовы переезжать «за длинным рублем» в другие регионы даже из мегаполисов, если государство и коммерция будут способны предложить такие условия. Вспомним БАМ на строительство которой «стекалось» население со всей страны.

Эмиграция трудовых ресурсов. Проглядывается также стойкая тенденция эмиграции в Россию людей из стран СНГ. Люди приезжают, им дают вид на жительство, затем и гражданство, но что с ними делать, похоже, в правительстве мало кто знает.

Если задаться вопросом, - где оседает большинство эмигрантов? Ответ очевиден, конечно же, в мегаполисах, а не в Урюпинске или других городах помельче. Почему? Все достаточно просто. Принято считать, что бюджетные деньги вертятся только в крупных городах, да и бизнес активно там развивается и процветает, следовательно, и жить нужно только здесь и сейчас, выбить «теплое местечко под солнцем» [8].

Между тем, большинство эмигрантов не учитывают, что и конкуренция при поиске работы в больших городах в несколько раз выше. И если имеющихся навыков и знаний вполне хватит в провинции, то в Москве или Санкт-Петербурге, например, знаний и опыта таких специалистов может оказаться недостаточно, чтобы занять то или иное управленческое кресло.

Конечно, среди эмигрантов есть много отличных специалистов с необходимыми навыками и опытом, но вполне возможно, что на работу их будут принимать такие же эмигранты «ранней волны», которые уже адаптировались в мегаполисе и не горят желанием брать на работу такие отличные кадры, чтобы не составлять себе, любимым, конкуренцию.

В регионах же с кадрами значительно хуже, поэтому найти работу там проще, правда, вакансий немного и выбирать особо не из чего, да и региональные зарплаты оставляют желать лучшего [9]. Зато можно «выбить» хорошие условия в связи с релокацией.

Еще одна серьезная проблема, связанная с трудоустройством многих эмигрантов – это отсутствие у большинства из них активов в России. Многие из них спешно покидают свои страны, а информации о них от правоохранительных органов тех стран, откуда они приехали, попросту не получить. Такой работник как «кот в мешке» – в случае проблем с вверенным ему товаром или деньгами существует реальная опасность их бесследной пропажи. «Рисковые» же работодатели обычно берут эмигрантов на низкооплачиваемую работу, зачастую не соблюдая никаких социальных гарантий и не заключая долгосрочные контракты.

Самое главное – мегаполис уже не в состоянии обеспечить работой такой огромный приток работников [10]. Все это служит предпосылками для выработки и принятия на государственном уровне конструктивных регулирующих решений, обеспечивающих равномерное распределение рабочих ресурсов по всей территории РФ.

Решения кадровой проблемы урбанизации России может рассматриваться в следующих направлениях.

Крайне необходимо в первую очередь вернуть квотирование регионального рабочего персонала для мегаполисов, как это было когда-то в Советском союзе. Такое решение позволяет организовать регулирование рабочих потоков, исходя из потребности на конкретный период времени в конкретных регионах, и осуществлять равномерное их распределение по территории РФ как в случае с миграцией, так и с эмиграцией. При выделении квоты в первую очередь трудоустраивать в крупных мегаполисах нужно мигрантов, во вторую эмигрантов. В любом случае трудоустроить нужно всех желающих по всей территории РФ.

Требуется создавать рабочие места. Чтобы реализовать такую задачу, необходимо создавать условия для предпринимателей с государственной поддержкой, которые будут готовы взять на себя организацию производства и реализацию программ возрождения сельского хозяйства [11].

Важно реализовать регулирующие политики в части ввоза продуктов питания из других государств. Во-первых, ужесточить правила проверки ввозимых товаров и таможенных процедур. Во-вторых, ограничить ввоз сельскохозяйственной продукции из стран Таможенного союза, которая может быть произведена местными производителями на территории РФ. В-третьих, обязать торговые сети приобретать в первую очередь товары и продукты питания национального производства. К сожалению, только такие методы барьерного типа, на наш взгляд, могут привести к росту производства и создать конкуренцию между местными производителями товаров и продуктов питания, а товары по бросовым ценам из других государств перевести в разряд вспомогательных поставщиков [12].

В ближайшие 5-10 лет нужно выйти на уровень планового производства сельхозпродукции и продуктов питания не менее 70% от всей потребности в РФ. Тема сложная, но думаем, вполне достижимая, при условии участия государства в части регулирования и финансовой помощи предпринимателям. Земель много, они плодородные. Раньше государство было способно обеспечивать себя продуктами питания в рамках огромного СССР, теперь территория меньше. Нужно научиться кормить себя самим, исключая зависимость от других стран. Эта национальная задача не менее важна, чем стратегическая программа национальной безопасности [13].

Разработать и ввести в вузах программы переподготовки и обучения специалистов рабочих специальностей, способных трудиться в аграрном секторе и на разных производствах с обязательной гарантией их трудоустройства по распределению на предприятия всей страны. Разработать и внедрить программы по наставнической работе с такими специалистами.

Как известно, все новое – хорошо забытое старое, и мы вполне можем частично использовать накопленный опыт времен СССР.

Производя конкурентные товары, мы можем обеспечить стране стабильное торговое будущее и не опираться для пополнения бюджета на добычу газа и нефти, запасы которых рано или поздно иссякнут. А самое главное – важным аспектом является исключение продовольственной зависимости от других стран и способность обеспечить граждан, проживающих на огромной территории РФ, постоянной трудовой занятостью, в первую очередь в тех местах, где человек родился и вырос, где сформировалась его семья [14]. Это также актуально в рамках выполнения программы, связанной с увеличением пенсионного возраста.

Библиографический список

1. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
2. 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-кономические проблемы развития сферы услуг" Под общей редакцией: Л.А. Минасян. Ростов-на-Дону, 2013. С. 35-39.
3. Казьмина Л.Н., Бородай В.А. Доминантные экспектации индустрии гостеприимства // Экономические исследования и разработки. 2017. № 5. С. 111-118.
4. Бородай В.А. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // В сборнике: ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 224-228.
5. Петренко А.С., Бородай В.А. Вектор эвритмии альтернативной бизнес-модели сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 2.
6. Бородай В.А., Минасян Л.А. Дискурсивная миссия корпоративного стиля сервисной компании // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2017. № 3 (94). С. 132-135.
7. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.
8. Минасян Л.А., Бородай В.А. Социально-психологическая доминанта в управлении изменениями сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 6 (100). С. 12.

9. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.

10. Бородай В.А. ИмPLICITный характер функций организационного развития сервисных компаний // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 4 (98). С. 42.

11. 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.

12. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.

13. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.

14. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 33

Баттайван Б., Ганчимэг Ж. Оценка показателя охраны труда и профессиональной санитарии горнодобывающей компании методом HSG65 (На примере горнодобывающего Предприятия с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт”)

Assessing health and safety performances of mining company with the HSG65 approach

Баттайван Б.

Университет продвинутого ступени бизнеса Монгольский университет науки и технологии
город Улан Батор, Монголия

Ганчимэг Ж.

Университет продвинутого ступени бизнеса Монгольский университет науки и технологии
город Улан Батор, Монголия

Battaivan B.

Graduate School of Business Mongolian University of Science and Technology

Ulaanbaatar, Mongolia

Ganchimeg J.

Graduate School of Business Mongolian University of Science and Technology

Ulaanbaatar, Mongolia

Аннотация. Организация Управление по охране труда Великобритании Health and Safety Executive (далее HSE) в 1995 году разработало метод HSG65 для оценки комплексного показателя охраны труда и профессиональной санитарии (далее ОТиПС), далее он стал международным стандартным методом. Преимущества этого метода заключается в том, что дает возможность оценки комплексного показателя ОТиПС предприятия, опираясь на анализ численных и качественных показателей оценки и используя показатели индекса системы управления охраны труда (СУОТ), коэффициента частоты профессиональной заболеваемости, коэффициента частоты профессионального травматизма, коэффициента частоты несчастных случаев, индекса профессиональной санитарии. До 2004 года этим методом широко пользовались мировые лидеры по безопасности и крупнейшие транснациональные горнодобывающие компании как Рио Тинто (Rio Tinto), БиЭйчПи Билитон (BHP Billiton), Англо Американ (Anglo American), АнглоГолд Ашанти (AngloGold Ashanti)¹². Промышленные предприятия нашей страны раньше этим международным методом оценки показателей не пользовались, мы оцениваем комплексный показатель ОТиПС передовой горнодобывающей компании Монголии вышеуказанным методом на основании 5 критериев, определяем мероприятия непрерывного улучшения этого показателя с учётом особенностей данной компании, выдвигаем рекомендацию и предложение.

Ключевые слова: ОТиПС, оценка показателей, HSE, HSG65, Рекомендация

¹² Г.Манлай "Вопрос методики оценки показателя ОТиПС организаций" диссертация, город Улан Батор, 2018 год.

Abstract. The HSG65, a health and safety management approach, was developed by the Health and Safety Executive of the United Kingdom in 1995. The strength of this approach is that it acts as an international standardization for a complete performance appraisal that is able to assess organizational health and safety performances based on the quantitative and qualitative analysis with the use of five main indices, namely health and safety management system, frequency rate for occupational diseases, injury frequency rate, frequency rate for work-related accidents, as well as occupational health index. This complete approach has been widely used until the year of 2004 by¹³ various multinational mining corporations like Rio Tinto, BHP Billiton, Anglo American and AngloGold Ashanti, all of which are global leaders in occupational safety and health. In contrary, no organizations and factories in Mongolia have implemented this performance appraisal method to date. Therefore, the purpose of this research work concentrates on assessing health and safety performances by five main indices on the example of a leading mining company in Mongolia, defining ways and methods to improve performance in a consistent and reliable manner in compliance with specifics of the company, as well as developing recommendations and suggestions.

Keywords: OSH, performance appraisal, HSE, HSG65, Guidance

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

I. ВВЕДЕНИЕ

Организация HSE совместно с Международным союзом химических организаций разработали методику HSG65 в 1995 году¹⁴.

Концепция теории этой методики опирается на модели швейцарского сыра (Swiss cheese) учёного Джеймс Ризона (J. Reason), по которому перед началом работ рекомендуется оценивать риски и контролировать их¹⁵. Сущность модели швейцарского сыра заключается в том, чтобы выявлять причины сбоев процесса, и при не нахождении их и не своевременном принятии профилактических мероприятий возникает несчастный случай. При возникновении сбоев процесса постоянной оценки рисков и их контроля, направленных на обеспечение надежности СУОТ организации, согласно модели учёного Джеймс Ризона показатели оцениваются отрицательно. Для горнодобывающих компаний нашей страны важную значимость имеет использование этого международного метода для оценки своей деятельности ОТиПС, постоянного контроля показателей, поэтому провели эту исследовательскую работу и подвели результаты.

II. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Промышленные предприятия нашей страны раньше этим международным методом оценки показателей не пользовались, поэтому попробуем применить этот стандарт на примере горнодобывающей компаний и в зависимости от результатов исследования рассмотрим возможность внедрения этой стандартной методики на Предприятие с государственной собственностью (далее ПГС) "Предприятие Эрдэнэт". Эта международная

¹³ G. Manlai "Methodological issues to assess organizational health and safety performances" dissertation, Ulaanbaatar, Year of 2018

¹⁴ Ж.Ганчимэг, Г.Манлай "СУОТ организации бизнеса", город Улан Батор, 2017 год, стр-17

¹⁵ James Reason "Achieving a safe culture: theory and practice" UK, University of Manchester, 1998, p-10

методика HSG65 состоит из следующих индексов и единая оценка комплексного показателя ОТиПС организации рассчитывается из усредненных значений этих индексов:

1. Индекс СУОТ рассчитывается из оценок этапов политики, организации, планирования и реализации, измерения показателя и контроля показателя¹⁶.

Сущность СУОТ заключается в создании здорового и безопасного условия труда, снижении заболеваемости по причине условия труда, принятии управленческих и организационных мероприятий по их предупреждению¹⁷. Для постоянного улучшения СУОТ организации должно придерживаться следующая модель менеджмента (Рисунок №1).



Источник: HSG65 standart

Рисунок 1. Модель HSG65

2. Расчёт коэффициента частоты травматизма: Частоту травматизма рассчитывают по сумме следующих коэффициентов (как сумма основных работников и работников подрядчика):

$$КЧТ = \frac{КТР(ОСНОВНЫЕ)}{КВР(ОСНОВНЫЕ)} \times 100000 \quad (1)$$

Где КЧТ- Коэффициент частоты травматизма; КТР – количество травмированных работников; КВР – количество всех работников; единица измерения – человек

$$КЧТ = \frac{КТР(ПОДРЯДЧИК)}{КВР(ПОДРЯДЧИК)} \times 100000 \quad (2)$$

Где КЧТ- Коэффициент частоты травматизма; КТР – количество травмированных работников; КВР – количество всех работников; единица измерения – человек

¹⁶ Sara Marsden, Michael Wright, Joscelyne, Catherine Beardwell, "The development of a health and safety management index for use by business, investors, employees, the regulator and other stakeholders" 2004, pp 198-201,

¹⁷ Инструкция применения стандарта MNS ISO 45001:2018 Системы-требования менеджмента Безопасности труда и охраны труда, "Безопасность, культура организации" город Улан Батор, 2018 год, стр-5

3. Коэффициент частоты профессиональной заболеваемости рассчитывается как отношение матрицы метода HSG65 из расчёта усреднённых значений продолжительности заболеваний работников в днях.
4. Индекс оценки профессиональной санитарии оценивается на оснований опроса работников согласно методике HSG65.
5. Расчёт коэффициента частоты несчастных случаев:

$$\text{КЧНС} = \frac{\text{КНС}}{\text{НАТ}} \times 100000 \quad (3)$$

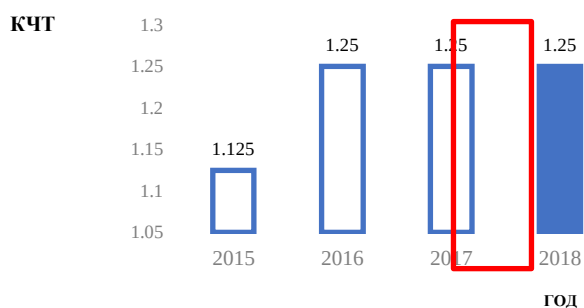
Где КЧНС - Коэффициент частоты несчастных случаев; КТР – количество несчастных случаев; КВР – количество всех работников; единица измерения – человек

Рассчитаем оценку показателя ОТиПС на примере ПГС “Предприятие Эрдэнэт” согласно методу HSG65 по каждому индексу и выводим общую оценку.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

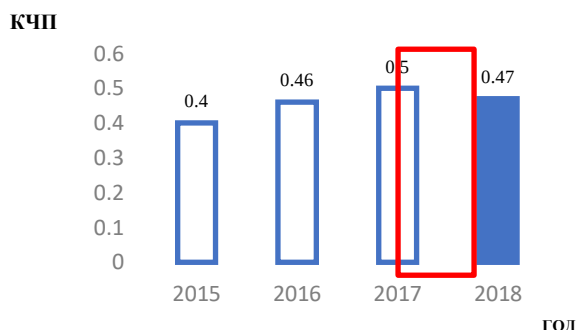
Рассчитаем оценку единого показателя ОТиПС передового горнодобывающей компании Монголии ПГС “Предприятие Эрдэнэт” по методу HSG65 (посмотреть в Приложении №1). Также по этому методу HSG65 проводим оценку по каждому индексу и выводим общую оценку.

Уровень травматизма из-за несчастных случаев ПГС “Предприятие Эрдэнэт” 2018 года составил 1.25, что указывает на то, что в год в среднем 1 на 10000 работников предприятия из-за несчастного случая на производстве получает травму различной степени тяжести. При сравнении показателя этого года с показателем 2015 года уровень травматизма из-за несчастных случаев виден прирост на 10 процентов.



Источник: По разработке исследователя

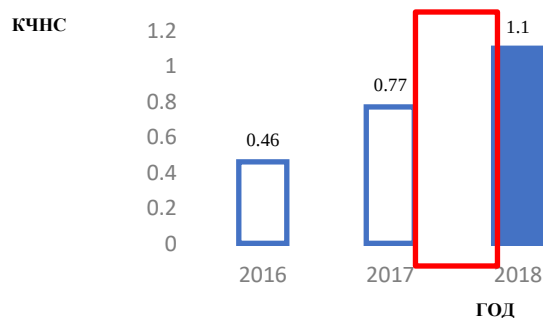
Рисунок 2. Коэффициент частоты травматизма



Источник: По разработке исследователя

Рисунок 3. Коэффициент частоты профессиональной заболеваемости

Коэффициент частоты профессиональной заболеваемости работников ПГС «Предприятие Эрдэнэт» 2018 года составил 0.47, что на 6.83% меньше чем в 2015 году. Коэффициент частоты профессиональной заболеваемости 2017 года составил 0.5, что на 8% больше чем в 2016 году.



Источник: По разработке исследователя

Рисунок 4. Коэффициент частоты несчастных случаев

Коэффициент частоты производственного травматизма работников ПГС «Предприятие Эрдэнэт» 2018 года составил 1.1, что на 30% больше чем в 2017 году. Или по состоянию на 2018 год 1 на 10000 работников предприятия из-за несчастного случая на производстве получает травму различной степени тяжести.

При расчёте оценки показателя ОТиПС ПГС «Предприятие Эрдэнэт» по методу HSG65 показатели СУОТ снизили общую оценку, но следующим путём возможно улучшение показателя. В этой стандартной HSG65 методике есть соответствующие опросы для измерения политики, организации, планирования и реализации, измерения показателя, контроля показателя, необходимых для общей оценки СУОТ.

Поэтому при улучшении вышеупомянутых пяти различных показателей возможно улучшение СУОТ ПГС «Предприятие Эрдэнэт» и последующее улучшение общей оценки показателя ОТиПС:

- **Политика:** Необходимо точно определить Политику ОТиПС, улучшив лидерство руководителей среднего звена в области ОТиПС, также обсудив и достигнув договорённости по проблемам СУОТ с представителями работников и профсоюза,

- **Организация:** Необходимо улучшить качество взаимоотношения инженеров ОТиПС, пользоваться анализом количественного и качественного исполнения при оценке их работы, улучшить качество обучения ОТиПС, улучшить подготовку временно исполняющих обязанности инженера ОТиПС, обеспечить их самостоятельность в работе,

- **Планирование и реализация:** Работники подрядных организации не владеют правильным и безопасным методом работы, в большинстве случаев выполняют работы с повышенным риском, система управления и оценки рисков охраны труда чрезмерно сложный, непонятный, обращать внимание на слабый контроль рабочих мест,

- **Измерение показателя:** Слабая комплектация документов и непостоянный контроль над ними, критерий оценки оставляют без оценки, при выявлении новой опасности слабо комплектуются документы, при изучении отчётов и других документов возникают проблемы, при возникновении несчастного случая не проводится работа по выявлению слабых мест СУОТ, исправить положение,

- **Контроль показателя:** Лица надзора не общаются с ответственными работниками, не проверяют документы, не анализируют первичную информацию, не применяют различные источники информации,

Для улучшения показателя ОТиПС ПГС “Предприятие Эрдэнэт” следует принимать следующие профилактические мероприятия, направленные на улучшение индексов производственного травматизма, профессиональной заболеваемости, профессиональной санитарии:

- Создать условия устранения опасностей, выявленных “Листком оповещения об опасности”, с помощью работников на рабочих местах,

- Перед началом рабочей смены на рабочих местах давать работникам “Листки контроля серьёзных рисков”, создать условие выявления и устранения опасностей этими работниками при проведениях ремонтных и наладочных работ,

- Внутренним стационарным телефоном принимать звонки с информацией об опасностях на рабочих местах от работников и в короткие сроки устранять эти опасности,

- Создать условие передачи информации об опасности современными системами связи (мобильный телефон, компьютер, социальные сети и др.),

- После несчастного случая своевременно разрабатывать профилактическую памятку с информацией и обеспечивать ознакомление всех работников и другие.

Для снижения случаев профессиональной заболеваемости следует принимать следующие профилактические мероприятия:

- На рабочих местах с повышенной вибрацией, шумом, пылью постоянно проводить замеры и вне зависимости от итогов информировать работников о результатах, улучшить контроль со стороны руководителей среднего звена по усвоению применения средств индивидуальной защиты,
- Обеспечить ежедневную выдачу работникам продуктов, нейтрализующих вредности,
- Организовывать ежегодный бесплатный медицинский профилактический осмотр и обеспечить охват всех работников,
- Необходимым работникам обеспечить лечение под контролем врачей.
- Разработать программу здоровья для работников, ежегодно подводить итоги, также можно и другие профилактические меры принимать.
-

IV. ВЫВОД

Оценили комплексный показатель ОТиПС горнодобывающего Предприятия с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт” методом HSG65 организации HSE и подводим к следующим выводам:

1. Индекс СУОТ снизил общую оценку комплексного показателя ОТиПС, другими словами:

- а. Применительно к Предприятию с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт” важно внедрение и постоянное применение в деятельности оповещения об опасности, листов контроля серьёзных рисков и других мер, направленных на раннее выявление опасности на рабочих местах и создание условия для их устранения с участием работников.
- б. Предприятию с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт” в дальнейшем необходимо обращать внимание на постоянное улучшение комплексного показателя ОТиПС путём улучшения планирования, организаций, деятельности контроля.
- с. Со стороны Предприятия с государственной собственностью необходимо активно развивать работы, направленные на обеспечение коллективного участия в деятельности ОТиПС.

Приложение №1

Таблица 1

Общая оценка показателя ОТИПС ПГС “Предприятие Эрдэнэт”

Шалгуур үзүүлэлтүүд	Постоян- ное значе- ние	2015		2016		2017		2018	
		Уро- вень	Оценка	Уро- вень	Оценка	Уро- вень	Оценка	Уро- вень	Оценка
Индекс СУОТ	0.5	-	-	-	-	-	-	4.19	2.09
Коэффициент частоты травматизма	0.125	9.0	1.125	10	1.25	10	1.25	10	1.25
Коэффициент частоты профессиональной заболеваемости	0.125	3.2	0.4	3.7	0.46	4	0.5	3.8	0.47
Индекс оценки профессиональной санитарии	0.125	-	-	-	-	-	-	5.78	0.72
Коэффициент частоты производственного травматизма	0.125	-	-	3.7	0.46	6.2	0.77	8.8	1.1
ОБЩАЯ ОЦЕНКА	1	-	1.525	-	2.17	-	2.52		5.64

Источник: По разработке исследователя

Библиографический список

1. Sara Marsden, Michael Wright, Joscelyne, Catherine Beardwell, "The development of a health and safety management index for use by business, investors, employees, the regulator and other stakeholders" 2004,
2. James Reason "Achieving a safe culture: theory and practice" UK, University of Manchester, 1998, p-10
3. Отчёты работы 2015-2018 годов Отдела БТиПС Предприятия с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт”,
4. Ж.Ганчимэг, Г.Манлай "СУОТ организации бизнеса", город Улан Батор, 2017 год,
5. Г.Манлай "Вопрос методики оценки показателя ОТИПС организаций" диссертация, город Улан Батор, 2018 год,
6. Инструкция применения стандарта MNS ISO 45001:2018 Системы-требования менеджмента Безопасности труда и охраны труда, “Безопасность, культура организации” город Улан Батор, 2018 год

УДК 338.24

Батьковский А.М., Мингалиев К.Н., Фомина А.В. Финансовое
обеспечение деятельности инновационно-активного предприятия
оборонно-промышленного комплекса в условиях его диверсификации

Financial support of innovative and active enterprises of the military-industrial complex in terms of its
diversification

Батьковский Александр Михайлович

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

Мингалиев Камиль Нарзаватович

доктор экономических наук, профессор,
академик 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
Mingaliev Kamil Nasawatch
doctor of Economics, Professor,
academician 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. Проведенный анализ финансового обеспечения деятельности инновационно-активного предприятия оборонно-промышленного комплекса включает его общую характеристику, структуризацию и формализацию данного процесса, оценку эффективности и определение направлений дальнейшего развития. Он обеспечил разработку инструментария оптимизации рассматриваемого процесса путем использования экономико-математических моделей. В статье представлены основные элементы данного инструментария, позволяющие оценить эффективность финансового обеспечения диверсификационных мероприятий в современных условиях.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, инновационно-активное предприятие, диверсификация, оборонно-промышленный комплекс.

Abstract. The analysis of financial support for the activities of an innovatively active enterprise of the military-industrial complex includes its general characteristics, structuring and formalization of this process, evaluating the effectiveness and determining directions for further development. He ensured the development of tools for optimizing the

process under consideration by using economic and mathematical models. The article presents the main elements of this toolkit, allowing to evaluate the effectiveness of financial support for diversification measures in modern conditions.

Keywords: *financial support, innovatively active enterprise, diversification, military-industrial complex.*

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

Введение

Финансовое обеспечение деятельности инновационно-активного предприятия оборонно-промышленного комплекса (ОПК) в условиях его диверсификации осуществляется из разных источников: за счет его прибыли, амортизации, поступлений денежных средств, а также кредита. Поэтому, чтобы обеспечить финансовую устойчивость предприятия в таких условиях необходимо определить все затраты, связанные с его деятельностью и эффективность использования средств [1; 2].

Решение данной задачи требует использования экономико-математического инструментария с целью оптимизации финансового обеспечения инновационно-активного предприятия. Особенно актуальна данная задача для предприятий ОПК в условиях его диверсификации, которая является затратной и рискованной. Она осуществляется, как правило, путем реализации предприятием ОПК инвестиционных проектов [3]. Следует отметить, что задача оптимизации финансового обеспечения данных инвестиционных проектов до настоящего времени системно и комплексно не решена. Отмеченное обстоятельство часто приводит к искажению результатов оценки эффективности диверсификационных мероприятий, осуществляемых инновационно-активными предприятиями ОПК [4; 5]. Поэтому рассматриваемая проблема требует своего решения.

Инструментарий управления финансовым обеспечением инновационно-активного предприятия

Как правило проведение диверсификации любого предприятия требует значительных финансовых средств, т.к. диверсификационные мероприятия являются весьма затратными. Обычно для их реализации предприятия берут кредиты. Если инновационно-активное предприятие ОПК осуществляет проект диверсификации, на реализацию которого взят кредит, то оно должно обеспечивать возврат средств кредитору [6]. При этом положительный остаток средств будет образовывать депозитный доход. В конце инвестиционного цикла реализации предприятием ОПК диверсификационного мероприятия, оно финансирует прирост оборотных средств [7]. После окончания диверсификационных мероприятий инновационно-активное предприятие ОПК должно погасить за счет чистой прибыли свой долг кредитору с учетом величины задолженности в данный момент времени. Притоки и оттоки финансовых средств связаны с окончаниями диверсификационных мероприятий и погашения долга предприятия [8; 9].

Средства, которыми располагает инновационно-активное предприятие ОПК в период времени t равны:

$$\begin{aligned} Os_0 &= V_0 + p_0^{+r} - p_0^{-r}, \quad V_0 \leq \bar{V}_0 \\ Os_t &= V_t + p_t^{+r} - p_t^{-r}, \quad t = 1, \dots, \tau, \end{aligned} \quad (1)$$

где Os_0 – объем денежных средств у инновационно-активного предприятия ОПК в начальный период реализации диверсификационного мероприятия; Os_t – объем денежных средств у предприятия ОПК в конце периода t реализации диверсификационного мероприятия; V – величина собственных средств инновационно-активного предприятия ОПК, предназначенных для финансирования диверсификационного мероприятия; $\bar{V}_0$ – заданная величина собственных средств инновационно-активного предприятия ОПК в конце периода реализации диверсификационного мероприятия; $p_t^{+r} \geq 0$ – средства инновационно-активного предприятия ОПК, размещаемые на депозите в конце периода t ; $p_t^{-r} \geq 0$ – средства, снимаемые инновационно-активным предприятием ОПК с депозита в конце периода t .

Остаток средств на депозите до его закрытия в конце периода, связанного с реализацией диверсификационного мероприятия, должен быть не отрицательным:

$$p_0^{+r} \leq V_0, \quad p_t^{-r} \leq Os_{t-1}, \quad t = 1, \dots, \tau, \quad Os_\tau = 0 \quad (2)$$

Условие финансовой реализуемости диверсификационного мероприятия определяет сальдо финансовых потоков, связанных с его реализацией (оно должно быть положительным) [10]:

$$p_t^{-r} + C_t^P + D_t^A + u_t + \sum_{k \in K_2} h_{kt}^{-r} a_k^{-r} + \delta Os_{t-1} - \sum_{k \in K_2} h_{kt}^{+r} a_k^{+r} - p_t^{+r} - g_t - d\Delta(y, w) \geq 0, \quad t = 0, \dots, \tau, \quad (3)$$

где C_t^P , D_t^A – чистая прибыль, полученная инновационно-активным предприятием ОПК и амортизация в результате операционной деятельности; ($u_t \geq 0$) – взятие кредита в момент времени t ; h_{kt}^{+r} – капитальные затраты на внедрение единицы нового оборудования k -го типа, осуществляемые в период времени t ; h_{kt}^{-r} – средства, полученные инновационно-активным предприятием ОПК от продажи единицы k -го оборудования; a_k^{+r} – средства, необходимые для приобретения нового оборудования типа ($m \in M_2$); a_k^{-r} – средства, необходимые исключения из производственного процесса старого оборудования типа ($m \in M_2$); δ – чистый удельный депозитный доход инновационно-активного предприятия ОПК в период инвестиционного цикла; $Os_{t-1} = 0$; $d_t = 0$ при $t = \tau$; $d_t = 0$ при $t \neq \tau$; $g_t \geq 0$ – возврат инновационно-активным предприятием ОПК средств в период t .

Выплата процентов за кредит в конце периода t инвестиционного цикла учитывается при расчете чистой прибыли от операционной деятельности [11]:

$$R_t R_{t-1} + v_t - g_t, \quad t = 0, \dots, \tau \quad (4)$$

Значение внешнего долга инновационно-активного предприятия ОПК при этом должно быть не отрицательным:

$$g_t \leq R_{t-1}, \quad t = 0, \dots, \tau, \quad (5)$$

где R_t – долг инновационно-активного предприятия ОПК в конце периода t на этапе инвестиционного цикла, $R_1 = 0$.

Чистая прибыль, полученная инновационно-активным предприятием ОПК, с учетом выплачиваемых процентов за кредит рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} C_t^P &= (1-n)(Bl_t(y^t, w^0) + D_0^A + bQ_t^0 - D_1^A - bQ_t - \alpha R_{t-1}), \quad t = 1, \dots, \tau \\ C_t^P(y, w) &= (1-n)(Bl_t(y, w) - \mu R_{t-1}), \quad t = \tau + 1, \dots, T, \end{aligned} \quad (6)$$

где R_{t-1} – долг инновационно-активного предприятия ОПК в конце периода времени $t-1$; μ – ставка кредитного процента; Bl_t – балансовая прибыль диверсифицированного инновационно-активного предприятия ОПК за период t ; Q_t^0 и Q_t – остаточная стоимость имущества предприятия в начале инвестиционного цикла и в период t соответственно; b – ставка налога на имущество предприятия за период t ; n – ставка налога на имущество.

Программа производства продукции инновационно-активным предприятием ОПК при реализации мероприятия его диверсификации, финансируемого за счет собственных и заемных средств, характеризуется вектором $y = (y_i)$, $i = 1, \dots, Y$. Допустим, что переменная a_i отражает число конечных продуктов i -го вида, создаваемых инновационно-активным предприятием ОПК в данный момент времени. Предположим, что вектор $w = (w_k)$, $m \in K_1 \cup K_2$ определяет новую, полученную в результате диверсификации, структуру работников предприятия и его оборудования, w_k – число единиц k -ого оборудования [12]. Внешний долг инновационно-активного предприятия ОПК погашается в конце периода t из средств чистого притока [13]. Поэтому:

$$g_t \leq C_t^P(y, w) + D^A(w), \quad t = \tau + 1, \dots, T \quad (7)$$

При полном возврате кредита:

$$\sum_{t=\tau+1}^T g_t = R_\tau, \quad (8)$$

где R_τ – долг инновационно-активного предприятия ОПК в период времени τ .

Если проценты за кредит относятся на себестоимость производимой предприятием продукции, то изменение его внешнего долга инновационно-активного предприятия ОПК можно описать соотношением:

$$R_t = R_{t-1} - g_t, \quad t = \tau + 1, \dots, T, \quad (9)$$

при условии не отрицательности долга инновационно-активного предприятия ОПК:

$$g_t \leq R_{t-1}, \quad t = \tau + 1, \dots, T \quad (10)$$

Условие максимизации чистого дохода предприятия $C^{PR}(y, w)$ за T периодов времени выражается следующим образом:

$$C^{PR}(y, w) = -V_0 + \sum_{t=0}^{\tau} (1+\lambda)^{-1} \left(P^{-1} + C_t^P + D_t^A + u_t + \sum_{k \in K_2} h_{kt}^{-r} a_k^{-r} + \delta O_{s_{t-1}} - \sum_{k \in K_2} h_{kt}^{+r} a_k^{+r} - p_t^{+r} - g_t \right) - \\ - (1+\lambda)^{-1} \Delta(y, w) + \sum_{t=\tau+1}^T (1+\lambda)^{-1} (C_t^P(y, w) - g_t + D^A(w)) \rightarrow \max, \quad (11)$$

где $\Delta(y, w)$ – инвестиции, необходимые дополнительно в оборотные средства; λ – альтернативная доходность капитала.

Показатели $h_k^{+r}, h_k^{-r}, k \in K_1, a_k^{+r}, a_k^{-r}, k \in K_2$, $r_k, k \in K_1 \cup K_2$ должны быть целочисленными. Поэтому модель (1)–(11) – это задача частично-целочисленного линейного программирования [14; 15]. Предлагаемый инструментарий, представленный в (1)–(11) позволяет разработать сценарий (сценарии) осуществления диверсификационного мероприятия, которые являются итогом ситуационного моделирования [16].

С целью оценки совместимости данных сценариев со стратегическими целями деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации должна определяться эффективность прогнозируемого сценария развития [17]. Достижение предприятием желаемых показателей развития является критерием оценки эффективности финансового обеспечения деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации [18; 19]. При оценке показателей, характеризующих качество финансового обеспечения деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации сценариев следует применять темповые показатели:

$$C_{iq} = \frac{I_{ev} - I_{pv}}{I_{ev}} \cdot 100\% \quad (12)$$

C_{iq} – критерий качества финансового обеспечения деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации, %; I_{ev} – фактическое значение или ожидаемое значение показателя оценки в отчетном периоде; I_{pv} – желаемое или прогнозное значение рассматриваемого показателя.

Интегральный критерий качества сценарного развития инновационно-активного предприятия ОПК определяется на основе единичных критериев качества [20; 21]. Уровень качества финансового обеспечения сценарного развития деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации вычисляется с использованием следующей зависимости:

$$Q_c = \sum_{j=1}^k n_j \frac{F_{aj}}{F_{dj}} \quad (13)$$

где n_j – вес фактора качества финансового обеспечения деятельности инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации; $\sum n_j = 1,0$; F_{aj} – фактическое значение j -го фактора качества; F_{dj} – желаемое значение j -го фактора качества.

Полученные зависимости (12)-(13) увязывают финансовое обеспечение деятельности инновационно-активного предприятия ОПК с результатами диверсификации, что позволяет повысить эффективность его инновационного развития [22].

Заключение

При практическом использовании предлагаемого инструментария управления финансовым обеспечением инновационно-активного предприятия ОПК в условиях его диверсификации необходимо учитывать следующие обстоятельства [23]:

- задачи небольшой размерности можно решать методом ветвей и границ;
- задачи с большим числом дискретных переменных целесообразно решать симплекс-методом.

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

Библиографический список

1. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Мерзлякова А.П. Оптимизация программ инновационного развития предприятий радиопромышленности // Радиопромышленность. – 2011. – № 3. – С. 20-31.
2. Батьковский А.М., Трофимец В.Я., Трофимец Е.Н. Оценка финансово-экономического состояния предприятий оборонно-промышленного комплекса // Вопросы радиоэлектроники, серия РЛТ. – 2014. – № 1. – С. 140-150.
3. Ларин П.С., Самохвалов Д.В. Целевые инновации как базовый принцип диверсификации предприятий оборонно-промышленного комплекса // Экономика. Право. Инновации. – 2017. – № 1 (3). – С. 109-111.
4. Глебова О.В., Грачева О.В., Симонов А.В. Выявление взаимосвязи между эффективностью деятельности оборонных предприятий и различными типами диверсификации // Modern Economy Success. – 2019. – № 4. – С. 29-36.
5. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Булава И.В. Анализ динамики и эффективности интеграции производства вооружений и военной техники // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 1. – С. 2-11.
6. Тюнина Л.Н., Биктемирова М.Х. Проблемы повышения рентабельности предприятия в условиях диверсификации производства // Казанский экономический вестник. – 2018. – № 4 (36). – С. 27-33.
7. Севастьянов В.П., Севастьянова Н.П. Оптимизация структуры финансового обеспечения инновационной деятельности промышленных предприятий // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 4-1 (69). – С. 590-599.
8. Байгузина Л.З., Талипова Р.З. Проблемы финансового обеспечения инновационной деятельности предприятия // Аллея науки. – 2018. – Т. 4. – № 10 (26). – С. 544-549.

9. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Гордейко С.В., Мерзлякова А.П. Совершенствование анализа финансовой устойчивости предприятия // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 5. – С. 67-73.
10. Бакулина А.А., Назырова Д.Р., Топчий П.П. Финансирование производства гражданской продукции на предприятиях ОПК: трансформация бизнес-процессов // Экономические науки. – 2019. – № 173. – С. 125-131. DOI: 10.14451/1.173.125
11. Гембарская Н.Е. Финансовое планирование инновационной деятельности предприятия: стратегический аспект // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2018. – № 9-1 (41). – С. 122-125.
12. Калачанов В.Д., Новиков А.Н., Калачанов В.В., Пронькин Н.Н. Критерии оптимального управления финансированием производственной деятельности предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности (на примере авиастроения) // Организатор производства. – 2016. – № 1 (68). – С. 61-68.
13. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период. М.: Креативная экономика, 2011. – 512 с.
14. Балашова Р.И. Совершенствование управления инновационной политикой предприятия на основе ее отраслевого финансового обеспечения // Вестник Института экономических исследований. – 2017. – № 3 (7). – С. 102-108.
15. Хакимова К.Р. Модель управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятия // Научное обозрение. – 2017. – № 1. – С. 109-115.
16. Батьковский А.М. Моделирование инновационного развития высокотехнологичных предприятий радиоэлектронной промышленности. // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 3. – С. 36-46.
17. Ганин А.Н. Финансовое планирование реализации инновационного проекта на предприятии радиоэлектронной промышленности // Креативная экономика. – 2016. Т. 10. – № 9. – С. 1045-1056. DOI: 10.18334/ce.10.9.36539
18. Батьковский А.М. Методологические основы формирования программ инновационного развития предприятий радиоэлектронной промышленности // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 2. – С. 38-54.
19. Намитулина А.З., Прокофьев М.Н., Воровский Н.В. Источники финансирования и инвестиционной активности предприятий оборонно-промышленного комплекса // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – Т. 7. – № 2 (26). – С. 125-131. DOI: 10.18184/2079-4665.2016.7.2.125.131
20. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А. Optimization of use of production capacity of defense-industrial complex. // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 2. – С. 147-149.
21. Михель В.С. Организация стратегического управления финансами промышленных предприятий // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2017. – № 2. – С. 61-65.
22. Ларин П.С., Мурашова С.В. Сущность и механизмы диверсификации предприятия оборонно-промышленного комплекса // Экономика. Право. Инновации. – 2018. – № 5 (2). – С. 61-63.
23. Батьковский А.М. Методологические проблемы совершенствования анализа финансовой устойчивости предприятия радиоэлектронной промышленности // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 1. – С. 30-44.

УДК 33.331

Дудкина О.В. Антикризисные действия сервисных компаний в интернальном и экстернальном аспекте

Anti-crisis actions of service companies in the internal and external aspects

Дудкина Ольга Владимировна

Кандидат социологических наук, доцент
Донской государственный технический университет
Россия, г. Ростов-на-Дону
Dudkina Olga Vladimirovna
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor
Don State Technical University
Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. В статье рассматривается проблема деятельности сервисных предприятий в условиях кризисных ситуаций. Показано, что профессиональных антикризисных специалистов есть смысл привлекать всегда. Не обязательно дожидаться кризиса или нестабильности. Целесообразно проводить анализ потенциала антикризисных управленцев в условиях меняющейся внешней среды. Это даст возможность по-новому взглянуть на ситуацию, провести «диспансеризацию» бизнеса на предмет наличия кризисных наклонностей.

Ключевые слова: Эффективность, кризис, возможности, угрозы, инструменты, политика, аккумулированный опыт.

Abstract. The article deals with the problem of the activities of service enterprises in crisis situations. It is shown that professional anti-crisis specialists always make sense. It is not necessary to wait for a crisis or instability. It is advisable to analyze the potential of crisis managers in a changing external environment. This will provide an opportunity to take a fresh look at the situation, conduct a “medical examination” of the business regarding the presence of crisis inclinations.

Keywords: Efficiency, crisis, opportunities, threats, tools, politics, accumulated experience.

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

Когда собственники осознают, что их предприятие оказалось в кризисе, возникает вопрос, как из него выбираться? Действовать самостоятельно или привлечь внешних специалистов?

В большинстве случаев изначально выбирается первый вариант. Для самостоятельного выхода из кризиса привлекаются деньги, сокращается штат, меняется ценовая политика... В общем, используется весь набор стандартных инструментов [1]. К сожалению, часто результат не оправдывает ожидания. Либо ситуация выходит из кризиса, но все еще не устраивает владельцев бизнеса. Либо кризис продолжается, а ресурс инструментов уже выработан.

Теперь самое время приглашать сторонних специалистов (траблшутеров, антикризисных управленцев). Если все получается, их определяют как волшебников. В целом по стране алгоритм выхода из кризиса не меняется: сначала все делаем сами, если не получается – приглашаем специалистов. Однако

необходимо понимать, что при таком алгоритме внешним специалистам достается куда более запущенная ситуация. В итоге, требования к квалификации привлеченных специалистов высокие, а затрат и прямых убытков компании – намного больше [2].

Целесообразно составить для данной ситуации стандартный SWOT-анализ по всем его правилам и посмотреть, может нам это что-нибудь даст и приоткроет завесу великой тайны траблшутеров-волшебников. Итак.

Strengths (сильные стороны). С приходом на предприятие антикризисного профессионала к его сильным сторонам добавляется опыт этого человека или команды. Речь идет не о дополнении опыта к имеющемуся, а о добавлении опыта из иных сфер бизнеса, бытия и образа мышления. Если команда предприятия больше подготовлена под его специализацию, то внешний антикризисный специалист привносит аккумулированный опыт решения кризисных ситуаций из разных отраслей.

Второй сильной стороной внешнего специалиста является свежий взгляд на предприятие и процессы внутри него, возможность услышать коллектив, ясно и прямо сформулировать его мысли руководству [3].

Любой troubleshooter знает – рецепт антикризисного или прорывного решения находится внутри предприятия, точнее, внутри его коллектива. Все предложения есть. Просто они не сформулированы, не собраны воедино и не обоснованы в цифрах. Зачастую у предлагающих недостаточно авторитета, чтобы подобный план приняли и доверили им его внедрение. Иногда сами предлагающие не готовы гарантировать результат, так как не представляют собой единую сплоченную команду.

Приход стороннего профессионала, который умеет слушать и оцифровывать информацию, существенно усиливает положение. Созданный внутри компании план по решению проблем всегда будет адаптирован конкретно под эту компанию с имеющимся коллективом и текущим положением вещей [4]. По эффективности и срокам появления первых результатов он многократно быстрее стратегического плана развития компании, разработанного где-то в консалтинговом агентстве. Можно согласиться, что результат – это план, умноженный на исполнение. А исполнение существенно зависит от принятия плана исполнителями.

Weaknesses (слабые стороны). По закону сохранения энергии с приходом внешнего специалиста или команды к энергии предприятия добавляется энергия этого специалиста или команды [5]. Результирующее значение энергии может уменьшиться только в случае, если энергия команды внешних специалистов имеет противоположный знак. Это возможно, если направление энергии, ее точка приложения будет противоположна предприятию.

Первый вариант. Иногда привлеченная команда или обновленный штат топ-менеджмента (в данном примере между ними нет большой разницы на первом этапе) умудряются поставить себя в противовес текущей ситуации: здесь все не так, все работают неправильно, кругом дураки, надо всех уволить. Такие специалисты, занимаясь врачеванием бизнеса, нарушают принцип «не навреди». Какими бы ни были правильными и проверенными методики вывода компаний из кризиса, они нисколько не помогут в такой

ситуации. Самые трезвые и прагматичные предложения либо утонут в эмоциях, либо не смогут быть реализованы. Мы работаем с людьми, с коллективами. Это, прежде всего психология, а уже потом методики.

Выигрываешь в психологии – победа у тебя в кармане, проигрываешь – значит получаешь противостояние, которому нет места в кризисном предприятии [6].

Второй вариант. Когда мы приглашаем на работу главного бухгалтера, мы начинаем им руководить. То же самое с коммерческим и исполнительным директором. А у тех, в свою очередь, такой же подход к своим сотрудникам. Когда в компанию приходит антикризисная команда или траблшутер, то возникает вопрос – кто будет им руководить? И что он будет делать сегодня, завтра и в четверг.

Очевидно, что руководители и собственники кризисных или нестабильных предприятий – первые заказчики антикризисных услуг – сами похвастаться идеальной организацией управления не могут. По крайней мере, у них должны быть подобные опасения. Однако, когда мы не знаем, как поступить, мы поступаем как обычно. В итоге, может оказаться, что опасение дать профессионалу свободу действий в пределах разумного, – и есть основная проблема компании.

Куда приведет подобный вектор управления? Привлеченные антикризисные профессионалы – это высокоорганизованная команда, которая своим ритмом работы мобилизует штатных сотрудников [7]. Основной принцип таких специалистов – вытащить из кризиса предприятие. Основная цель – заработать деньги за свой труд. Указывая таким людям, что и как надо делать, составляя им план работ, компания противоречит их принципам и целям. Может оказаться, что лучшим решением для скорейшего выхода из кризиса он считает увеличение продаж с помощью реорганизации отдела. Вместо этого с него требуют структуру компании.

Очевидно, что без плана страшно что-то менять. Но давайте учитывать еще и время, которое в таких ситуациях работает против коллектива. Что выберет антикризисный управляющий, когда он видит одно, а делать его заставляют другое? Если принципы важнее – он может попытаться доказать свою позицию и отказаться от проекта в случае несогласия. Если важнее деньги – он останется, и будет зарабатывать деньги. Однако в обоих случаях компания потеряет профессионала.

Opportunities (возможности). Суммарное количество доступных во внешней среде возможностей с приходом внешних специалистов не меняется [8]. Увеличивается количество и глубина используемых предприятием возможностей. В основе этого утверждения лежит очевидный факт: окружающая среда одинакова, но видим мы ее все по-разному.

Группа единомышленников со временем начинает видеть много общего в окружающем мире. Из этого складываются, так называемые, «очевидные вещи». Работники одного предприятия и даже отрасли являются единомышленниками. Общаясь, они убеждают друг друга, что мир именно такой и никакой другой. На первом этапе такой подход формирует дух компании (отрасли) и это превращается в философию компании (отрасли). Авторитет людей мыслящих таким образом растет и подавляет авторитет инакомыслящих. Этим

исключается возможность реформации внутри предприятия или отрасли, формируется застывшее мышление. Компания с духом превращается в компанию с душом. И вот они уже в болоте.

Для прорывного плана развития необходимо увидеть в возможностях окружающей среды нечто новое [9]. Для этого достаточно несколько расширить кругозор и убрать пару сантиметров того, что застит глаза. Эту функцию в тысячу раз проще выполнить стороннему специалисту совместно с коллективом предприятия, чем самостоятельно коллективу предприятия. Специалист приоткроет завесу, штатные сотрудники рассчитают и внедрят новые возможности.

Threats (угрозы). Как возможности расширяются от сильных сторон, так от слабых сторон возникают угрозы. Очевидно, что внешние угрозы предприятию с приходом антикризисных специалистов не меняются: не увеличиваются и не уменьшаются. Меняются не угрозы, а возможность новой команды (коллектив + внешние специалисты) противостоять угрозам внешней среды [11].

Если иммунитет новой команды снижается, то внешняя среда для предприятия становится более агрессивной. Такое может произойти, если в результате слияния двух команд много сил тратится на внутреннюю борьбу и самоутверждение. Настолько, что эта борьба отвлекает от работы.

Резюмируя итоги аналитических рассуждений, можно сделать следующие выводы:

1) Профессиональных антикризисных специалистов или траблшутеров есть смысл привлекать всегда. Не обязательно дожидаться кризиса или нестабильности. Это даст возможность по-новому взглянуть на вещи, услышать сотрудников и получить в свой багаж новый инструментарий. В конце концов, можно провести «диспансеризацию» своего бизнеса на предмет наличия кризисных наклонностей.

2) При внедрении сторонних специалистов необходимо создать закрытый совет для формирования первых шагов навстречу светлому будущему. Это даст возможность новой команде сработаться, не создавая шум на всем предприятии.

3) Внешний специалист должен иметь возможность общаться с линейным персоналом – именно здесь может находиться информация о недостатках и ошибках в производственной логистике, бизнес-процессах... [12]. Обсуждать полученную информацию можно после с руководителем отдела и на закрытом совете. Это даст возможность любое нововведение донести без эмоциональной нагрузки «а что сам не догадался?».

4) Управлять закрытым советом, а не внешним специалистом. Именно закрытый совет сможет выработать авторитетный план выхода из кризисной ситуации или стагнации, который будет принят и выполнен коллективом.

5) В случае возникновения конфликтных ситуаций или атмосферы неприятия внутри закрытого совета на начальном этапе, необходимо выяснить причину. Или сменить внешнюю команду. Профессионалы, не умеющие договариваться – не профессионалы. Или вывести из совета штатного сотрудника, срывающего творческий процесс.

Библиографический список

1. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.
2. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // 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. 202-209.
3. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.
4. Бородай В.А. Российские экономические проблемы регулирования сферы потребительского рынка в переходный период // Экономико-финансовая и управленческая компоненты в современных социально-экономических системах.- М.: Планета; Волгоград, 2010. С. 207-217.
5. Бондаренко О.В., Бородай В.А. Экономические и социокоммуникативные потребности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 3. С. 120-124.
6. Бородай В.А. Социально-институциональный анализ социетальной сферы торговли в современном обществе: дис.. д-р. соц. наук: 22.00.04. - Новочеркасск, 2009. - 415 с.
7. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
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. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // В сборнике: **ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ** Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 224-228.
10. Петренко А.С., Бородай В.А. Особенности формирования организационной культуры предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 11 (105). С. 3.
11. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.
12. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.

УДК 33

Исаков П.М., Арбенина Т.И. К вопросу о соотношении понятий «стратегия развития организации» и «бизнес-модель»

Speaking of organization development strategy and business model ratio

Исаков Павел Михайлович

Магистрант Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, Россия

Арбенина Татьяна Ивановна

К.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятий Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, Россия

Isakov Pavel Mikhailovich

Master student of Ural state university of economics, Yekaterinburg, Russia

Arbenina Tatiana Ivanovna

PhD in economics, associate professor, associate professor of enterprise economics, Yekaterinburg, Russia

Аннотация. В статье осуществлен терминологический анализ понятий «стратегия развития организации» и «бизнес-модель» путем рассмотрения научных работ зарубежных и российских исследователей. Выделены разновидности стратегий развития, структура бизнес-моделей. Произведено соотношение двух понятий «стратегия развития» и «бизнес-модель» в процессе осуществления фирмой бизнес-процессов на основе точек зрения различных авторов.

Ключевые слова: стратегия развития, стратегии роста, бизнес-модель, соотношение стратегии и бизнес-модели

Abstract. The article provides a terminological analysis of the notions «organization development strategy» and «business model» by considering the scientific works of foreign and Russian researchers. There are highlighted varieties of development strategies, structure of business models. There is made correlation of two notions «development strategy» and «business model» in the process of implementation of organization business processes based on the views of various authors.

Keywords: development strategy, growth strategy, business model, strategy and business model ratio

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

Введение

Современный мир изменяется с необыкновенной скоростью, что отражается как на обществе в целом, так и на отдельно взятых объектах. В связи с этим, фирмы, стремящиеся к развитию и устойчивости на рынке своей деятельности, должны следить за любыми изменениями в обществе и продвигаться вместе с ним. Однако, мнения людей разделяются по поводу того, как следует реагировать на возникающие преобразования в обществе: одни утверждают, что постоянные изменения на рынке обуславливают необходимость разработки стратегий с целью удержания бизнес-позиций в будущем [1], другие говорят, что следует трансформировать бизнес компаний, разрабатывая новые методы создания и предоставления ценности потребителю и другим участникам взаимодействия [2].

Целью статьи является обзор направлений исследования термина «стратегия развития фирмы», его соотношение с понятием «бизнес-модель» и определение направлений дальнейших исследований.

Понятие «стратегия» рассматривается различными учеными, как зарубежными, так и российскими, на протяжении длительного периода времени. Для начала обратимся к более ранним исследователям и рассмотрим, что они вкладывают в понятие «стратегия развития организации».

Развитие термина «стратегии развития предприятия»

Филип Котлер в своих трудах пишет, что для того, чтобы компания могла достичь поставленных бизнес-целей, ей следует разработать стратегию, которая бы описывала план игры компании. Таким образом, Ф. Котлер рассматривает стратегию фирмы как основу для ее существования на рынке, без которой продолжительная и успешная деятельность компании не возможна. Стратегия также разделяется автором на три части: маркетинговую, ресурсную и технологическую [3], то есть, отвечающая на три вопроса: где, с помощью чего и каким способом осуществлять деятельность фирмы.

Майкл Портер связывает понятие «стратегия» с конкуренцией, считая ее основным источником успехов и проблем каждой фирмы. В понятие «конкуренция» М. Портер вкладывает целесообразность существования фирмы на конкретном рынке, и, следовательно, определяет стратегию как поиск оптимального конкурентного положения фирмы в отрасли путем выработки определенных конкурентных преимуществ [4]. Однако, с течением времени Портер взглянул на стратегию с другой стороны и определил ее как комбинацию целей, к которым стремится фирма, и средств (политика фирмы), с помощью которых эти цели достигаются [5].

Кроме этого, одними из основоположников, рассматривавших понятие «стратегия», также являются А.А. Томпсон и А.Дж. Стрикленд, которые в совместной работе «Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии» приводят следующее определение: «Стратегия – это план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей». Также, авторы подчеркивают, что выбор фирмой определенной стратегии означает выбор одного пути дальнейшего развития из множества возможных, а при отсутствии стратегии достижение поставленных компанией задач невозможно [6]. Таким образом, можно сформулировать позицию А. Томпсона и А. Стрикленда по поводу стратегии следующим образом: стратегия фирмы является неким инструментом, позволяющим систематизировать будущие действия фирмы на рынке.

Тем не менее, понятие «стратегия» также рассматривается современными исследователями. Например, Сайед Абдул Рахман Бухари в своей статье «Что такое стратегия?» говорит, что несмотря на то, что многие бизнес-лидеры и теоретики на протяжении многих лет изучают понятие «стратегия», на сегодняшний день до сих пор не сложилось единого мнения по поводу того, что же такое на самом деле «стратегия». Сам автор считает, что стратегия разделяется на 3 составляющие: корпоративная, командная стратегия и стратегия бизнес единиц, а в общем смысле определяет стратегию как решение фирмы о том, как она

собирается сражаться с конкурентами в будущем. При этом, в работе С.А. Рахман Бухари ссылается на М. Портера, поэтому можно наблюдать сходство в определениях стратегии данных авторов [7].

Иную точку зрения приводит Басам Абу Худайр, утверждая, что на данный момент не существует идеального понятия стратегии, так как определение стратегии как плана действий фирмы автор считает возможным лишь при стабильности и предсказуемости рынка, что является несопоставимым с постоянно-изменяющимся современным миром. Однако, автор также не согласен с теми, кто считает, что стратегия должна реагировать только на текущие изменения на рынке, которые нельзя заранее предугадать. Таким образом, Б.А. Худайр заключает, что сущность стратегии состоит в способности фирмы приспосабливаться к изменяющейся ситуации на рынке, при этом имея при себе разработанный инструментарий взаимодействия на рынке. Однако, следует отметить, что данный подход к определению стратегии был подвержен критике, так как не учитывал цель фирмы и ее миссию [8].

Перейдем к современным российским авторам, которые активно исследуют данную проблему наравне с зарубежными исследователями. Так, Антипатров Ю.А. в своей статье рассматривает стратегию как определенную тенденцию развития предприятия, план действий, направленный на повышение экономических показателей, укрепления позиций на рынке. Автор также подчеркивает, что стратегия в основном состоит из плана действий, целью которого является снижение вероятности возникновения нежелательных для фирмы событий [9]. То есть, стратегия определяется не как фиксированный инструмент, а подразумевает адаптированность к тенденциям рынка с возможностью внесения изменений и дополнений.

Надежда Джумиго приводит определение стратегии развития фирмы как процесс создания конкурентоспособных альтернатив, на который влияет ряд факторов, определяющих то, как фирма конкурирует (включает товарную, производственную стратегию и стратегию позиционирования), что является основой конкуренции, где и с кем фирма конкурирует. По мнению автора, если компания предусмотрела перечисленные факторы, то таким образом фирма сумеет сформировать собственные устойчивые конкурентные преимущества, которые определяют будущее компании [10]. Изменения в трактовках понятия «стратегия» можно проследить в табл. 1.

Трактовки понятия «стратегия»					Таблица 1
№	Автор	Работа	Год	Понятие	
Зарубежные авторы					
1	Porter M.E.	Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance	1985	Конкурентная стратегия – это поиск оптимального конкурентного положения в отрасли, где возникла борьба, направленный на поддержание прибыльной и устойчивой позиции в отношении сил, которые определяют отраслевую конкуренцию.	
2		Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors	1998	Конкурентная стратегия – это: 1. узкое понятие) комбинация целей, к которым стремится фирма, и средств (политика фирмы), с помощью которых эти цели достигаются; 2. широкое понятие) совокупность четырех ключевых факторов (сильные и слабые стороны фирмы, ее возможности и угрозы, личностные ценности, более широкие социальные ожидания), определяющих рамки того, что компания может успешно осуществлять.	
3	A.A. Thompson, A.J. Strickland	Crafting & implementing strategy	1998	Стратегия – это план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей.	
4	Kotler F.	Marketing Management: Millennium Edition (10th Edition)	2000	Стратегия фирмы – это план игры определенного экономического субъекта, направленный на достижение поставленных фирмой целей, включающий в себя маркетинговую, сопоставимую технологическую стратегию, а также стратегию поиска ресурсов.	
5	B.A. Khudair	The Relationship Learning and Knowledge Based View of Strategy	2018	Стратегия – это адаптивность и инструментализм фирмы.	
6	S.A. Rehman Bukhari	What Is Strategy?	2019	Стратегия – это решение фирмы о том, как она собирается сражаться с конкурентами в будущем.	
Российские авторы					
7	Герчикова И.Н.	Менеджмент	1995	Стратегия – это разработка обоснованных мер и планов достижения намеченных целей [16].	
Российские авторы					
8	Джумиги Н.А.	Стратегия развития бизнеса – путь к созданию конкурентоспособных альтернатив	2010	Стратегия развития фирмы – это создание конкурентоспособных альтернатив.	
9	Антипатов Ю.А.	Актуальность разработки стратегии развития для предприятий малого бизнеса	2018	Стратегия – это определенная тенденция развития предприятия, план действий, направленный на повышение экономических показателей, укрепления позиций на рынке.	
10	Давыдова Г.В., Козлова О.С.	Особенности формирования стратегии экономического роста нефтедобывающей промышленности	2018	Стратегия экономического роста отрасли – это совокупность механизмов, способов и управленческих решений, которые необходимы для сохранения действующих и формирования долговременных путей экономического роста [17].	

Большинство данных формулировок рассматривают стратегию в общем виде, при этом рассматривая понятие с разных сторон. Так, можно выделить три основных направления, в отношении которых авторами приводится определение стратегии:

1. Стратегия как план действий;
2. Стратегия как поиск конкурентного положения;
3. Стратегия как совокупность целей фирмы и способов их достижения.

Тем не менее, упомянутые выше авторы рассматривали общую стратегию поведения фирмы на рынке, лишь косвенно касаясь ее развития. Для этого, взглянем подробнее на стратегии развития организации, которые могут осуществляться в двух направлениях:

1. развитие товарно-рыночного положения фирмы путем реализации стратегий роста, выживания или сокращения;
2. развитие внутренних организационных структур фирмы, применяя стратегии концентрации или кооперации деятельности.

Первый вариант подразумевает развитие организации путем совершенствования предоставляемого товара или услуги, улучшения рыночных позиций, второй – путем изменения организационной структуры фирмы, создание совместных производств и т.д.

Рассмотрим подробнее стратегии роста, которые были предложены Игорем Ансоффом в своей работе «Стратегический менеджмент», представленные в табл. 2.

Таблица 2

Классификация стратегий роста по И. Ансоффу

Товар \ Рынок	Старый	Новый
	Старый	Новый
Старый	Внедрение на рынок	Развитие рынка
Новый	Развитие товара	Диверсификация

Как можно наблюдать в таблице, выбор той или иной стратегии развития зависит от того, в отношении какого товара осуществляется стратегия роста (нового или существующего) и на каком рынке (текущий или новый). Внедрение на рынок характерно для ситуаций, когда рынок продолжает развиваться или ещё не насыщен. Развитие товара направлено на рост продаж за счёт разработки модифицированных или принципиально новых товаров. Стратегия развития рынка подразумевает продажу фирмой освоенных товаров на новых рынках. Стратегия диверсификации оправдана в тех случаях, когда отрасль не даёт фирме возможностей для дальнейшего роста или когда возможности роста за пределами этой отрасли значительно привлекательнее [11].

Соотношение стратегии развития и бизнес-модели

Тем не менее, многие авторы не сходятся во мнениях по поводу понятия «стратегии», считая, что приведенные выше понятия характеризуют не стратегию развития фирмы, а ее бизнес-модель. Поэтому, целесообразно произвести соотношение понятий «стратегия» и «бизнес-модель» и обозначить их связь. Однако, прежде определимся с тем, что представляет из себя бизнес-модель в общем смысле. Так, Крицкая М. в своей статье, опубликованной на сайте журнала «СБ-Контура», определяет бизнес-модель как «описание того, как бизнес зарабатывает деньги» и приводит три составляющих бизнес-модели [12]:

1. Все, что нужно, чтобы сделать что-то: дизайн, сырье, производство, труд и т.д.;
2. Все, что нужно, чтобы продать продукт: маркетинг, предоставление услуги, промоушен, продажи;
3. Как и что клиент платит: стратегия ценообразования, способы оплаты, сроки оплаты и т.д.

Н.М. Хубулава в своей работе исследует основные проблемы бизнес моделирования, при этом рассматривая бизнес определенной фирмы в целом как ее стратегию, в которую входят множество бизнес-моделей, которые призваны реагировать на рыночную ситуацию при наступлении возможных обстоятельств. Кроме этого, автор выделяет стратегические типы бизнес-моделей, к которым относятся наступательные, оборонительные, региональные, отраслевые, продуктовые, программно-целевые, индикативные и другие бизнес-модели, считая, что данные модели, скомпонованные в стратегию развития фирмы, являются эффективным инструментом для роста потенциальных возможностей фирмы [13].

Кулаченков А.А. и Гусарова О.М. в совместной работе определяют бизнес-модель как «максимально приближенное к реальности описание объекта или явления», а необходимость формирования бизнес-моделей обуславливают тем, что на с их помощью фирма может изучать реальные и прогнозируемые свойства объекта исследования. Моделирование происходит в два этапа:

1. Проектировка модели AS-IS «как есть», описывающее текущее состояние бизнеса фирмы;
2. Разработка модели TO-BE «как должно быть», определяющая идеальное состояние фирмы.

Затем, основываясь на результатах моделирования бизнеса, фирма применяет модель TO-BE на практике, и в дальнейшем, в случае ее успешной реализации, компания формирует стратегию развития, с учетом разработанной модели, на ближайшее будущее [14]. Таким образом, бизнес-модели рассматриваются как инструмент, с помощью которого фирма прогнозирует состояние бизнеса при определенных обстоятельствах в будущем и формирует стратегию дальнейшего развития.

В результате, можно заключить, что данные две работы сходятся во мнении о том, что стратегия фирмы является более широким понятием, включающим в себя и зависящим от разработанных фирмой бизнес-моделей. То есть, стратегия развития фирмы определяет общие направления развития компании, например, стратегия развития товара, нацеленная на реализацию новых продуктов на таком рынке, где фирма уже закрепились, а бизнес-модели призваны спрогнозировать эффективность реализации данной стратегии,

которые в совокупности конкретизируют и описывают способы осуществления выбранной стратегии при наступлении определенных обстоятельств на рынке.

Однако, существует и другие взгляды по поводу соотношения данных двух понятий. Так, Колесникова В.А. также рассматривает бизнес-моделирование как возможность для фирмы проанализировать свои сильные и слабые стороны и повысить показатели эффективности, однако, говорит о том, что не стратегия формируется на основе результатов моделирования, а наоборот, модели бизнеса строятся из разработанных компонентов бизнеса определенной компании, в которые входят общая стратегия развития фирмы и ее конкурентные стратегии. Более того, автор считает определение ориентира стратегии развития фирмы одним из этапов разработки бизнес-модели [15].

В итоге, можно выделить явные различия между двумя позициями в отношении того, как следует соотносить стратегию фирмы и ее бизнес-модель, которые представлены графически на рис. 1.

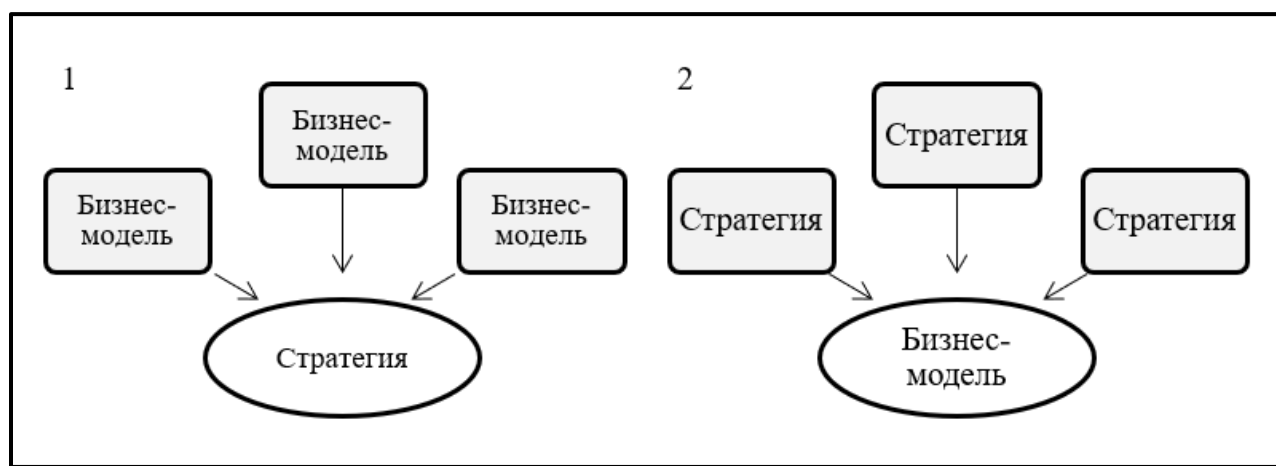


Рисунок 1. Соотношение стратегии фирмы и ее бизнес-модели

Таким образом, обозначив понятия «стратегия развития фирмы» и «бизнес-модель фирмы» и произведя их соотношение, можно сделать вывод о том, что наличие множества научных статей, касающихся определения данных понятий, говорит о том, что учеными до сих пор не принято единого решения по поводу того, что именно следует вкладывать в данные понятия и, соответственно, как их соотносить. В итоге, выбор того понятия, которое фирма выберет в качестве приоритетного и на основе которого будет осуществлять планирование бизнес-процессов, зависит в большей мере от того, какое соотношение стратегии и бизнес-модели руководство компании считает более адаптированным и целесообразным для применения в зависимости от отрасли, в которой осуществляется деятельность конкретной фирмы.

Библиографический список

1. В. С. Просалова и Е. Н. Смольянинова, «Теоретические подходы к формированию дефиниции стратегии,» Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки, pp. 9-16, 2011.
2. Д. Е. Климанов и О. А. Третьяк, «Бизнес-модели: основные направления исследований и поиск содержательного фундамента концепции,» Российский журнал менеджмента, т. 12, № 3, pp. 107-130, 2014.
3. P. Kotler, Marketing Management, Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc., 2000.
4. М. Е. Porter, Competitive Advantage, New York: The Free Press, 1985.
5. М. Е. Porter, Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction, New York: The Free Press, 1998.
6. А. Томпсон и А. Стрикленд, Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии, Москва: ЮНИТИ, 1998.
7. М. А. Rehman Bukhari, «What is strategy?,» ResearchGate, 2019.
8. В. А. Khudair, «The Relationship Learning and Knowledge Based View of Strategy,» Open Journal of Business and Management, т. 6, № 2, pp. 333-348, 2018.
9. Ю. А. Антипатов, «Актуальность разработки стратегии развития для предприятий малого бизнеса,» Вопросы науки и образования, № 19 (31), pp. 29-30, 2018.
10. Н. А. Джумиго, «Стратегия развития бизнеса - путь к созданию конкурентоспособных альтернатив,» Известия Алтайского государственного университета, № 1-2, pp. 23-235, 2010.
- I. Ansoff, Strategic Management, 1979.
11. М. Крицкая, «17 бизнес моделей. Придумать новую или использовать старую?,» Контур журнал, 2017.
12. Н. М. Хубулава и В. Г. Ларионов, «Проблемные аспекты бизнес-моделирования на предприятиях в условиях конкуренции,» Известия Байкальского государственного университета, т. 26, № 2, pp. 197-203, 2016.
13. А. А. Кулаченков и О. М. Гусарова, «Моделирование как способ стратегического планирования и организации бизнеса,» Научное обозрение. Педагогические науки, № 2-2, pp. 68-71, 2019.
14. В. А. Колесникова, «Моделирование бизнес-процессов как инструмент повышения эффективности деятельности организации,» Аллея науки, т. 2, № 5 (32), pp. 463-467, 2019.
15. И. Н. Герчикова, Менеджмент, Москва: Издательское объединение "ЮНИТИ", 1995.
16. Г. В. Давыдова и О. С. Козлова, «Особенности формирования стратегии экономического роста нефтедобывающей промышленности,» Известия Байкальского государственного университета, т. 28, № 1, pp. 74-79, 2018.

УДК 33.338

Резоев С.М. Экстернальность в оценке бизнеса собственниками компаний

Externality in business valuation by company owners

Резоев Салам Магомедович

Кандидат экономических наук
Кабардино-Балкарский Государственный Университет
Россия, г.Нальчик
Rezoev Salam Magomedovich
PhD in Economics
Kabardino-Balkar State University
Russia, Nalchik

Аннотация. Рассматривается проблема собственников в контроле над бизнесом. Показано, что многие владельцы бизнеса стараются сохранить контроль над предприятием, уделяя при этом меньше времени оперативной работе. Однако, зачастую, неправильные действия собственников бизнеса приводят к увольнению профессионалов, процветанию кумовства и протекционизма, стратегическим ошибкам и снижению конкурентоспособности компании. Предложены способы решения проблем недоверия и проверки правильности курса, выбранного наемными менеджерами.

Ключевые слова: Собственник, эффективность, конкурентоспособность, контроль, процесс, мотивация, решения.

Abstract. The problem of owners in control over business is considered. It is shown that many business owners try to maintain control over the enterprise, while devoting less time to operational work. However, often, the wrong actions of business owners lead to the dismissal of professionals, the prosperity of nepotism and protectionism, strategic mistakes and a decrease in the company's competitiveness. Methods are proposed for solving the problems of distrust and verifying the correctness of the course chosen by hired managers.

Keywords: owner, efficiency, competitiveness, control, process, motivation, decisions.

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

Каждый собственник достаточно часто задает себе вопрос о том можно ли сохранить контроль над бизнесом, уделяя меньше времени оперативной работе. Многие владельцы бизнеса этого хотят, но сами же этому препятствуют.

Соблазн успеть в полной мере насладиться успехом и пораньше выйти на заслуженный отдых, есть у многих собственников бизнеса. Но они опасаются (и вполне обоснованно), что наемные менеджеры будут в большей степени преследовать свои интересы, чем интересы компании [1]. Примеров тому великое множество. И в результате владельцы полностью не отходят от дел, периодически возвращаются после

длительных отпусков, пытаются разобраться в оперативной работе и перепроверить принятые в их отсутствие решения.

При этом, они в лучшем случае просто отвлекают от работы руководящих сотрудников, на которых замкнуты многие процессы в компании, а в худшем – устраивают разнос, отменяют принятые ими решения, дают набор новых указаний и улетают снова в теплые края с чувством выполненного долга [2]. Это так называемый синдром чайки. При этом сотрудники остаются полностью дезориентированными и демотивированными, а владельцев преследует тревога, и они периодически звонят с далеких курортов, пытаясь проверить, насколько хорошо выполняются их указания.

На наш взгляд, для собственников, желающих сохранить контроль над бизнесом, не погружаясь в оперативную работу, есть два способа решения проблем недоверия и проверки правильности курса, выбранного наемными руководителями.

Первый вариант – регулярное проведение аудитов внешними организациями. Очень распространен в западных компаниях, но пока не сильно прижился в российских. В такой практике есть множество плюсов: внешние аудиторы могут не только найти проблемы в организации бизнес-процессов компании, но и предложить решения по их устранению. Аудиторы с опытом могут подсказать проверенные практикой решения, на самостоятельное изобретение которых, у руководства компании уйдут месяцы или даже годы.

Привлечь внешних аудиторов – лучший способ внедрить современные инструменты управления, не изобретая велосипед, а также получить объективную, независимую оценку эффективности работы и сравнение с лидерами рынка [3]. Хотя в моей практике очень часто именно компании-лидеры в своих направлениях заказывали аудит сервисной организации, чтобы убедиться, что у них действительно все хорошо. Совершенству нет предела, и те, кто уже добился многого в России, начинают сравнивать себя с международными компаниями.

Второй вариант для собственников, не желающих привлекать внешних аудиторов – это систематизация работы с ключевыми сотрудниками в каждом подразделении. По сути, речь идет о создании совета директоров. Это более затратное, но в долгосрочной перспективе более верное решение, которое подходит для компаний среднего размера.

Вместо того, чтобы требовать от генерального директора объяснения деталей, которых он сам все равно предоставить не может, нужно проводить регулярные встречи с руководителями ключевых подразделений. Не нужно многочасовых совместных совещаний. Формат общения может быть любой удобный собственнику – в том числе, по Skype, Hangouts, с использованием совместных документов на Google Диск или планировщиков вроде доски Trello, куда можно записывать хорошие идеи или персональные задачи. Ну, а если в компании используются CRM вроде Sales Force или Битрикс 24, то все становится еще проще.

Смысл не в том, какие каналы коммуникации или формат общения использует собственник, а в том, какую информацию он получает [4]. Эта информация должна полностью описывать текущее состояние дел в компании на основе определенного набора KPI без лишних деталей. Эта информация должна быть легко

проверяемой, путем сопоставления с отчетами других подразделений и сравнения с показателями за прошлый период [5]. Набор KPI и комментариев к ним должен помимо текущей ситуации ясно показывать динамику развития бизнеса. Ну, а если, например, служба маркетинга занимается не только рассылкой поздравительных открыток, было бы идеально сравнить ряд KPI с показателями конкурентов.

Для владельца бизнеса ввести современную систему KPI – это все равно, что пилоту, много лет летавшему на старом самолете с многочисленными приборами и стрелочками, пересест в кабину современного лайнера, где вся информация выводится на дисплей компьютера. При этом компьютер не просто выводит информацию в структурированном виде, но и предлагает варианты действий, заранее просчитывая их последствия.

Также рассмотрим, как при этом должны строиться коммуникации владельцев и топ-менеджеров.

Прежде чем вводить систему KPI на уровне компании, или, тем более, ставить задачи маркетингу для конкурентной разведки, нужно разобраться с KPI на уровне отдельных подразделений. Давайте возьмем, к примеру, сервис. Как должна строиться работа собственника компании с руководителем сервиса в предлагаемой модели при постановке задач?

Допустим, собственник говорит руководителю сервиса: я хочу через год получить NPS (индекс удовлетворенности клиентов, напрямую влияющий на продажи компании) на уровне 80%, чистую прибыль от сервиса и запчастей – 37 млн рублей. И я готов инвестировать в сервис 15 млн. рублей, при условии, что эти деньги вернуться через два года, за счет роста прибыли сервиса. Сделаете?

Руководитель сервиса просчитывает варианты и говорит: мы, вероятно, сможем получить NPS 80% за счет введения дополнительных бесплатных услуг или сокращения времени выезда техника при аварии, а также за счет разработки мобильного приложения. Теперь вместо сканирования заявок на работы, клиенту потребуется нажать одну кнопку вызова техника, а проверить итог работы, и оплатить счета за запчасти можно будет в личном кабинете. Клиенты это оценят, поскольку это экономит их время. Но все это потребует набора новых сотрудников, расходы на их зарплату не окупятся в первый год, поэтому прибыль составит только 30 млн.

В дальнейшем мы переведем услуги на платную основу, (важно сразу об этом сообщить клиентам), или получим дополнительные заказы на сервисные работы за счет роста NPS, поскольку потенциал рынка это позволяет, или же есть возможность забрать клиентов у конкурентов. Кроме того, мы увеличим продажи запчастей за счет продаж через личный кабинет в мобильном приложении и подключения через него фрилансеров в регионах. Инвестиции в персонал, запчасти и IT составят 20 млн. рублей и вернутся через четыре года. Прибыль в 37 млн. рублей будет получена через два года.

Второй вариант – мы увеличиваем NPS с 65 до 67-70%, за счет расширения складского запаса и программы скидок. В этом случае прибыль составит требуемые 37 млн. рублей через год, инвестиций потребуется 5 млн. рублей и вернутся они через два года. Дальше уже владельцу компании нужно оценить,

насколько ему важны эти +10% NPS, позволит ли это увеличить прибыль от продаж оборудования в первый год, и исходя из этого, принять решение какой вариант выбрать.

В долгосрочной перспективе стратегии, ведущие к росту NPS, как правило, выигрывают, но допускать кассовых разрывов ради этого нельзя – бизнес может их просто не пережить [6]. В итоге владелец компании выбирает оптимальный для него вариант, определяется форма отчетности, набор KPI и порядок действий. Все дальнейшие коммуникации строятся на регулярной основе (один раз в две недели, один раз в месяц – в зависимости от отклонений план/факт). При такой организации работы владелец действительно может тратить на управление бизнесом несколько дней в месяц и при этом сохранять над ним полный контроль.

Почему собственники не используют эти два варианта для освобождения своего времени. В первом варианте (регулярное привлечение внешних аудиторов) мешают две проблемы: серая бухгалтерия и цена на услуги аудиторов. Обе эти проблемы решаемы, но владельцы обычно идут на поводу своих директоров, которые в красках описывают все ужасы стороннего вмешательства в свою вотчину [7].

Это естественно, мало кто из руководителей хочет, чтобы про недочеты в его работе узнали владельцы. Во время коротких «наездов» у них просто нет времени разобраться со всеми деталями, и проверить всю цепочку принятия решений, повлиявших на результат. А вот профессионалы могут и накопать что-нибудь совсем ненужное. К счастью для них, проверить работу специалиста может только другой специалист, более высокого уровня, услуги которого стоят недешево. Поэтому владельцы соглашаются со своими директорами, что не надо подпускать сторонних людей к корпоративным секретам [8]. На самом же деле им просто жалко денег.

Серой бухгалтерией в России никого не удивишь. Если бизнес станет интересен налоговой, они получают нужную информацию и без всяких аудитов. Кроме того, если речь идет о проверке бизнес-процессов и эффективности принятых решений, профессионалам совершенно не нужна налоговая отчетность и банковские выписки. Достаточно видеть основные KPI и финансовые показатели, чтобы раскрутить цепочку и найти проблемы.

Совершенно не обязательно делать комплексный аудит всей компании. Такую услугу могут оказать не многие организации, и стоит она будет очень недешево. Можно ограничиться аудитами основных подразделений – продаж, производства, сервиса, привлекая разных экспертов. А с финансами разбираться самостоятельно. В конце концов, это совсем не высшая математика – имея точное понимание, сколько должен зарабатывать сервис при текущей загрузке, трудозатратах, себестоимости и расценках на работы, можно очень просто сравнить эти данные с цифрами бухгалтерии компании и понять, на какие задачи расходуются ресурсы [9].

Во втором варианте (совет директоров) также есть неприемлемые для многих владельцев недостатки. Во-первых, это обучение персонала. Взять, к примеру, того же руководителя сервиса. Чаще всего это технический специалист, плохо разбирающийся в задачах аналитики и стратегического планирования. И хотя ничего сверхсложного в этом нет – простая логика и математика, самостоятельно с этими задачами

руководитель сервиса не справится. А инвестировать в обучение сотрудников большинство собственников не хотят. Во-вторых, владельцы компаний, как правило, стремятся к 100% загрузке персонала. В таком случае руководители подразделений просто физически не могут участвовать в разработке и реализации стратегии. Да и не хотят. Для них гораздо проще выполнять простые и знакомые текущие задачи.

Как строятся коммуникации владельцев и топ-менеджеров в реальности. В примере выше мы рассмотрели вариант построения коммуникаций между владельцем бизнеса и руководителем сервиса. Но на практике, в большинстве компаний, все складывается совсем по-другому. Как правило, на этапе постановки задачи происходит торг: владелец или директор старается нагрузить руководителя как можно большим количеством задач, а руководитель старается максимальное количество с себя спихнуть по разным причинам: не работает, дорого, задачи другого отдела, кризис, нет людей и т. д.. При этом, никто из них не знает точно реальных возможностей сервиса – какие результаты могут быть достигнуты и при каких условиях [10].

Сервис для них выглядит как черный ящик, его потенциал полностью не используется, а выводы о возможностях делаются только на основании статистики прошлых лет. На самом деле у черного ящика есть рычаг, повернув который с определенной силой на определенный угол, можно получить требуемый результат. Нужно только знать, как устроен механизм. Те, кто не знает, будут долго экспериментировать, расходуя деньги и время компании. Конечно, проще всего постучать по этому ящику рукой или молотком – как раньше стучали по телевизору, когда пропадало изображение, в надежде, что детали механизма встанут на место. Возможно, кому-то из наиболее грамотных сотрудников не понравится, что его постоянно бьют по голове, вместо того, чтобы четко обозначить задачи, предоставить ресурсы и ожидать реальный результат его действий. Возможно, этот человек уволится. Но это не важно.

Важно, чтобы владелец компании видел, что все работают, все при деле, а директор следит, чтобы ни минута оплаченного сотрудникам времени не пропала зря [11]. Он в этом видит свою миссию и ценность для владельцев. И если вдруг кто-то оторвется от работы и задаст вопрос – «а мы вообще в правильном направлении копаем?», то будет сразу обвинен в тунеядстве. Поощряя такое поведение наемных директоров, владельцы сами создают себе проблемы. Сотрудники не думают, потому что должны работать, а не думать. Директора не думают, потому что у них нет времени – они постоянно контролируют, чтобы сотрудники не бездельничали. А руководитель сервиса, в условиях ограниченных ресурсов, вынужден постоянно включаться в работу в роли «универсальной передачи» в самых проблемных местах, чтобы механизм просто работал, и сервис выполнял текущие задачи.

Резюмируя аналитическое исследование, отметим следующее. Владельцы бизнеса могли бы сохранять контроль над бизнесом, уделяя меньше времени текущей работе и принимая только ключевые решения, влияющие на развитие компании. Но этому препятствует их личное недоверие руководителям и нежелание инвестировать в развитие персонала [12]. Сохраняя видимость участия в оперативном управлении, владельцы все меньше погружаются в детали текущей работы. Важные решения принимаются людьми, не обладающими достаточной квалификацией, но имеющими личное доверие владельца.

Все это со временем приводит к увольнению профессионалов, процветанию кумовства и протекционизма, стратегическим ошибкам и снижению конкурентоспособности компании. Владельцы бизнеса вынуждены снова включаться в оперативную работу для устранения ошибок. Альтернативой этому может быть создание совета директоров из числа ключевых сотрудников, инвестиции в их обучение, а также периодическое привлечение независимых экспертов для оценки эффективности компании или отдельных подразделений.

Библиографический список

1. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.
2. Бородай В.А. Валидность методов управления в сервисной деятельности // 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. 202-209.
3. Петренко А.С., Бородай В.А. Мутуализм в сценарии развития российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 10 (116). С. 1.
4. Бородай В.А. Информационная энтропия в условиях таргетирования потребительского поведения // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). С. 35.
5. Минасян Л.А., Бородай В.А. Социально-психологическая доминанта в управлении изменениями сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 6 (100). С. 12.
6. Бородай В.А. Альтернатива долгосрочным прогнозам развития «когнитивно сложных систем» в российском обществе // Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг. - Ростов-на-Дону: Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета; Ростов-на-Дону, 2013. С. 30-32.
7. Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Дивергентное мышление в сервисной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 9 (103). С. 31.
8. Бородай В.А. Торговля в современном обществе: социально-институциональный анализ: моногр. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. -332 с.
9. Феоктистов Р.С., Бородай В.А. Трансформации сервисного бизнеса в русле инновационного развития // Экономические исследования и разработки. 2018. № 1. С. 51-57.
10. Бородай В.А. Сервис как идеология высокого смысла и новый взгляд на отношения в обществе // В сборнике: **ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ** Материалы III-й Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Донской государственный технический университет, Министерство культуры Ростовской области, Национальная академия туризма. 2017. С. 224-228.
11. Минасян Л.А., Казьмина Л.Н., Дудкина О.В., Бородай В.А. Интенциональность потоков коллективной коммуникации в ивент-индустрии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 6 (112). С. 34.
12. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.

Экономическая безопасность

УДК 33

Глущенко В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Проблемы обеспечения экономической безопасности Московского мегаполиса

Problems of ensuring the economic security of the Moscow megalopolis

Глущенко В.М.,

д.э.н., д.в.н., профессор, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации – Московский городской университет управления Правительства Москвы.

Новиков А.Н.,

к.э.н, доцент – Московский авиационный институт (национальный технический университет)

Пронькин Н.Н.,

к.э.н, доцент – ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет)

Glushchenko V.M.,

Doctor of Economics, Doctor of Economics, Professor, Honorary Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation - Moscow City University of Management of the Government of Moscow.

Novikov A.N.,

Ph.D., Associate Professor - Moscow Aviation Institute (National Technical University)

Pronkin N.N.,

Ph.D., Associate Professor - FGAOU VO First Moscow State Medical University named after I.M. Sechenov of the Ministry of Health of the Russian Federation (Sechenov University).

Аннотация. В статье рассматриваются основные проблемы обеспечения экономической безопасности московского мегаполиса, а также концептуальная модель экономической безопасности мегаполиса.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы, защита, объекты воздействия, информационная система.

Abstract. The article deals with the main problems of ensuring the economic security of the Moscow megalopolis, as well as the conceptual model of the economic security of the megalopolis.

Keywords: economic security, threats, protection, objects of influence, information system.

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

Необходимость защиты интересов человека, общества и государства существовала всегда, существует сегодня и будет существовать до тех пор, пока будет существовать жизнь на нашей планете.

В настоящее время этот вопрос приобретает особое значение для России, т.к. наша страна переживает весьма сложный для неё период – переход к другой общественной формации и связанный с этим переход к новым, в том числе и экономическим, отношениям.

Сегодня мы являемся очевидцами угрожающего роста самого уродливого преступного проявления за всю историю человечества – глобального международного терроризма. Стало очевидным, что для многих государств пришло время выбора новой парадигмы существования, а точнее – выживания всей нашей цивилизации. И Россия в этом плане не является исключением.

В нынешних условиях общественной жизни страны вопрос об обеспечении безопасности в широком смысле должен решаться по-новому, по-особому, ибо предыдущая модель обеспечения безопасности личности и общества была рассчитана на определенный тип экономических отношений. Со сменой этих отношений и система обеспечения экономической безопасности должна быть иной, прямо вытекающей из нынешней ситуации и ей адекватной.

Эффективность мероприятий исполнительной власти по обеспечению безопасности зависит от экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социальная направленность политики, достаточный оборонный потенциал даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов. Поэтому безопасность представляет собой наряду с защищенностью национальных интересов также готовность и способность институтов власти создать механизмы реализации и защиты национальных интересов развития отечественной экономики, поддержания социально-политической стабильности общества.

Безопасность московского мегаполиса формируется и обеспечивается воздействием взаимосвязанной совокупности внутренних и внешних факторов, благоприятствующих эффективному росту экономики, её способности удовлетворять потребности личности, общества, обеспечивать международную конкурентоспособность, гарантировать защиту от различного рода угроз и потерь.

Когда речь идет о экономической безопасности столичного мегаполиса, то прежде всего, следует понимать его защищенность от указанных выше угроз, стабильность функционирования его экономики и всех городских систем, а также их динамичное развитие.

Под экономической безопасностью мегаполиса понимается совокупность текущего состояния в условиях факторов, характеризующих стабильность и устойчивое развитие его экономики, самостоятельность в рамках действующего законодательства и интеграция с экономикой Российской Федерации.

Экономическая безопасность характеризуется уровнем развития производительных сил и экономических отношений, направленных на реализацию потребностей личности, общества, мегаполиса, наличием полезных ископаемых, развитой инфраструктуры, квалифицированной рабочей силы и системы ее подготовки, а также характером интеграции в систему мировых хозяйственных связей. Концептуальная модель экономической безопасности мегаполиса приведена на рисунке 1.

Объектами экономической безопасности Москвы являются его граждане, коллективы и организации и городское хозяйство в целом.

Предметом деятельности Правительства Москвы в области обеспечения экономической безопасности мегаполиса в первую очередь должно быть:

- определение и мониторинг факторов, подрывающих устойчивость социально-экономической системы города Москвы;

- формирование в городе Москве социально-экономической политики и стратегии, устраняющей или смягчающей вредное воздействие таких факторов в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- определение критериев и параметров экономики города Москвы, отвечающих требованиям социально-экономической безопасности и обеспечивающих защиту приоритетных интересов, как города Москвы, так и страны в целом;
- определение механизма обеспечения экономических интересов города Москвы, их защита на основе применения всеми институтами городской власти правовых, экономических и административных мер воздействия.

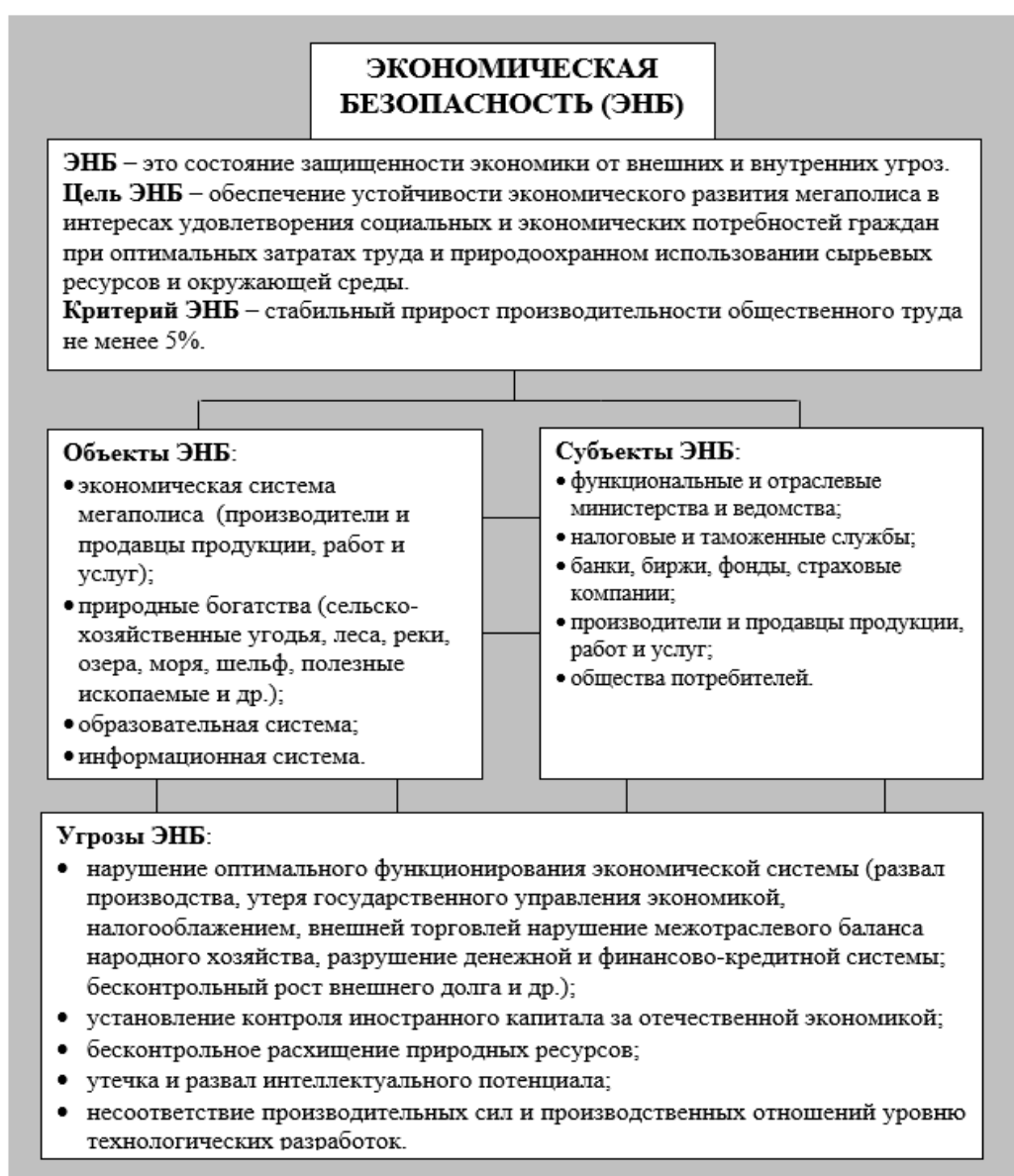


Рисунок 1. Концептуальная модель экономической безопасности мегаполиса

В полной мере осуществляя такую деятельность, город Москва занимает ведущее место среди других субъектов Федерации по обеспечению экономической безопасности России.

Анализ сложившейся ситуации в городе Москве свидетельствует о том, что в настоящее время расширился спектр угроз, возросли масштабы наносимого ими ущерба жизненно важным интересам и экономической безопасности жизнедеятельности личности и в целом москвичей.

Библиографический список

1. Komarova A., Tsvetkova L., Kozlovskaya S., Pronkin N. Organisational educational systems and intelligence business systems in entrepreneurship education. Journal of Entrepreneurship Education. 2019. Т. 22. № 5. С. 15.
2. Kurilova, A., Lysenko, E., Pronkin, N., Mukhin, K., & Syromyatnikov, D. The impact of strategic outsourcing on the interaction market in entrepreneurship education. Journal of Entrepreneurship Education. 2019. Т. 22. № 4. С. 15.
3. Глущенко В.М., Пронькин Н.Н. и др. Экономическая безопасность в сфере государственных и муниципальных закупок. Пособие для государственных гражданских служащих г. Москвы, обучающихся по образовательной программе профессиональной переподготовки "Управление государственными и муниципальными заказами" / В. М. Глущенко [и др.]. Москва, 2011.
4. Глущенко В.М., Пронькин Н.Н. и др. Экономическая безопасность в сфере государственных и муниципальных закупок. Учебно-методический комплекс для государственных гражданских служащих г. Москвы, обучающихся по образовательной программе профессиональной переподготовки "Управление государственными и муниципальными заказами" / В. М. Глущенко [и др.]. Москва, 2011.
5. Информационная безопасность мегаполиса на примере города Москвы. Монография / Н.Н. Пронькин – М.: ООО «Экслибрис-Пресс», 2017. – 112 с.
6. Информационная безопасность мегаполиса на примере города Москвы. Монография / Н.Н. Пронькин – М.: ООО «Экслибрис-Пресс», 2017.
7. Исследование проблем кадровой политики в городе Москве. Итоговый отчет о НИР / Бандурин В.В., Гапоненко В.Ф., Глущенко В.М., Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.
8. Кадровая стратегия Москвы: теория и методы обоснования структур исполнительной власти. Монография / А.К. Алексеев, В.М. Глущенко, В.С. Елизаров, В.М. Крашенинников, А.И. Прокофьев, Н.Н. Пронькин; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.
9. Кудрявцев А.С., Пронькин Н.Н. и др. Информационные системы в управлении городским хозяйством. Учебно-методический комплекс для направления 230200.62 "Информационные системы" очной

формы обучения высшего профессионального образования. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.

10. Московский мегаполис: системный анализ, междисциплинарный подход, информационные технологии управления. Монография / В.М. Глущенко, Н.Н. Пронькин, Г.Ф. Шилова и др.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2012.

11. Пронькин Н.Н. Моделирующий комплекс информационных и расчетных задач "Паритет". Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 2019661181. Заявка № 2019660121 от 14.08.2019. Оpubл. 21.08.2019.

12. Пронькин Н.Н. Программа загрузки баз данных моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № **019667818**. Оpubл. 30.12.2019.

13. Пронькин Н.Н. Программа обработки и вывода результатов моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 2019663074. Заявка № 2019661592 от 20.09.2019. Оpubл. 09.10.2019.

14. Пронькин Н.Н. Программа формализованной карты моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № **019667819**. Оpubл. 30.12.2019.

15. Разработка специального математического и программного обеспечения выработки стратегических решений по кадровой политике города Москвы. Отчет о НИР за 2 этап / Бандурин В.В., Гапоненко В.Ф., Глущенко В.М., Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.

16. Российская социальная система: оглянуться в ушедшее время. Ради будущего. (Синергетика в гуманитарных науках). Под ред. профессора Старостенкова Н.В.: Монография. / Ляпунова Н.В., Потехина Е.В., Пронькин Н.Н., Старостенков Н.В., Шилова Г.Ф. – М.: Экслибрис-Пресс, 2017. – 152 с.

17. Система государственных и муниципальных заказов: теория и практика. Учебник. / Баклановский С.В., Буранов С.Н., Глущенко В.М. и др. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2007.

18. Теоретические и методологические аспекты обоснования рационального состава и численности органов исполнительной власти города Москвы. Отчет о НИР за 1 этап / Бандурин В.В., Гапоненко В.Ф., Глущенко В.М., Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2010.

Экономическая теория

УДК 33

Омаров А.И., Фарманова Г.А. Проблема формирования новых институтов в переходных экономиках

The problem of the formation of new institutions in transition economies

Омаров Амма Иминович

3 курс 1 группа Фик ДБО Экономический факультет
Дагестанский государственный университет
г. Махачкала

Фарманова Герек Абдулнасировна

3 курс 1 группа Фик ДБО Экономический факультет
Дагестанский государственный университет
г. Махачкала

Научный руководитель

Аликеримова Т. Д.

Старший преподаватель кафедры

«Политическая Экономика» «ДГУ», экономический факультет

Россия, г. Махачкала

Omarov Amma Iminovich

3 course 1 group Fik RBS Faculty of Economics

Dagestan State University

Makhachkala

Farmanova Gerek Abdunnassirovna

3 course 1 group Fik RBS Faculty of Economics

Dagestan State University

Makhachkala

scientific adviser

Alikerimova T. D.

Senior Lecturer

"Political Economy" "DSU", Faculty of Economics

Russia, Makhachkala

Аннотация. В исследовании рассматриваются основные теоретические аспекты современных проблем в формировании новых институтов в условиях переходных экономик. Рассматриваются переходные экономики некоторых развитых и развивающихся стран, также рассматриваются взгляды разных авторов на формирование новых институтов. Кроме того, в исследовании с позиции институционализма показан механизм формирования новых институтов, влияющих на развитие экономики стран с переходной экономикой.

Ключевые слова: институционализм, переходная экономика, институт, формы собственности, школы экономической мысли, монетарная политика, приватизация.

Abstract. The study discusses the main theoretical aspects of modern problems in the formation of new institutions in transition economies. The transition economies of some developed and developing countries are examined, and the views of various authors on the formation of new institutions are also considered. In addition, the study from the perspective of

institutionalism shows a mechanism for the formation of new institutions that affect the development of economies in transition.

Keywords: *institutionalism, transitional economy, institution, forms of ownership, schools of economic thought, monetary policy, privatization.*

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

В настоящее время прошедшие свои изменения школы экономической мысли претерпели множество различных модернизаций. Существовавшие ранее школы экономической теории пытались объяснить многочисленные закономерности и нестыковки в законах экономического времени. Так, в результате изменений, такие школы экономической мысли как кейнсианство, монетаризм и институционализм, объяснили смысл и основные закономерности экономического развития.

Стоит отметить, что в зависимости от определенного периода времени, господствовавшие в те времена экономические школы по-своему пытались объяснить закономерности развития. Как отмечают современные исследователи, также в зависимости от идеологической направленности также преобладала та или иная концепция.

Проведя анализ различных экономических трудов по формированию новых институтов в переходных экономиках, мы сделали вывод, что прямое следование различным выводам тех или иных экономических школ не является абсолютно оправданным, и все чаще не приносит желаемых результатов.

На наш взгляд, на современном этапе все большее количество экономических трудов анализирует современные тенденции формирования новых институтов с позиции кейнсианских, монетарных и институциональных школ. Стоит также отметить, что незаслуженно трудовая экономическая теория сознательно не используется в подобного рода исследованиях.

Как показывают исследования Байматова А.А., на современном этапе очень часто формирование новых институтов в странах с переходной экономикой связывают с всплеском интереса к институциональной теории, очень хорошо объясняющей удачу и просчеты в рыночных преобразованиях [1, с.25].

Также можно отметить роль исследования Ворониной Н.А., которая считает, что институциональная теория, объясняющая формирование новейших институтов служит также и основой для дальнейших трансформаций в странах с переходной экономикой.

Таким образом, развитие институтов в странах с переходной экономикой целиком объясняется институциональной теорией, так как в ней есть все необходимые механизмы с позиции экономической составляющей. Следовательно, при помощи данной теории легко объяснить все трансформации институтов, происходящих на современном этапе.

Можно смело утверждать, что подтверждается также и выводами Чеснокова А.А., что во время модернизации экономики в странах во время переходного периода есть необходимость в новых или промежуточных экономических институтах, которые могут быть либо [5, с.19]:

- позаимствованы извне;
- сформированы в рамках текущих изменений в экономиках.

На наш взгляд, наиболее предпочтительным вариантом для развития новых институтов в переходных экономиках является второй вариант, но при этом возможны значительные социальные издержки, так как для появления нового института необходимо формирование общественного мнения. То есть, общество должно быть готова к подобным институтам.

Как еще хотелось бы отметить, полностью объяснить с позиции институционализма появление новых институтов не является совсем корректным. Можно лишь заметить, что на основе всех рассмотренных экономических теорий можно провести преобразования в переходных экономиках. При этом важную роль играет институционализм.

Как отмечается в некоторых исследованиях, например, исследованиях Дохолян С.В., развитие и формирование новых институтов невозможно без осуществления мер по либерализации, приватизации, а также коренной перестройки самой структуры экономики [3, с.144]. Важное значение имеет формирование основных рыночных институтов. Как считают эксперты Высшей школы экономики, а также эксперты Всемирного банка, а также МВФ, формирование новых институтов в странах с переходной экономикой возможно лишь при полной модернизации всей экономической структуры с внедрением фискальной, налогово-бюджетной, финансовой областях. При этом особо подчеркивается важность использования мер государственного регулирования. Данные рекомендации были объединены в единый документ, получивший название «Вашингтонский консенсус». В исторической ретроспективе он был разработан для стран Латинской Америки, которые находились на этапе проработки экономики и им требовалось развитие и формирование новых институтов.

Однако тут необходимо сделать оговорку, что данные рекомендации подошли не для всех стран, например, предложения по внедрению в КНР подверглись критике со стороны видных экономических деятелей. Впоследствии критика многократно подтвердилась на опыте реформирования экономик восточноевропейских стран и Российской Федерации. Это можно объяснить тем, что ранее существовало мнение, что процессы формирования новых институтов в странах с переходной экономикой возможны только лишь после устранения старых институтов, что являлось ошибочным. На наш взгляд, административно-плановые системы в странах с переходной экономикой являются несовместимыми с развитием и формированием новейших экономических институтов. Необходимы также и особенности экономической политики, а также важное значение имеет время проведения реформ.

Важное значение приобретают такие условия для формирования новых институтов в условиях переходных экономик как изменения в структуре собственности, развитие рынка капиталом, фондовых бирж.

Кроме того, немаловажное значение имеет создание определенных условий для развития внутренней конкуренции и повышения инвестиционной привлекательности.

Как раз-таки большинство стран с переходной экономикой включало в себя подобные направления. Тем не менее, у ряда исследователей возник ряд вопросов, касающихся того, насколько последовательными и своевременными должны быть усилия по внедрению новых институтов. Особенно показательным, на наш взгляд, является опыт многих стран Восточной Европы. Так, тогда остро стоял вопрос реформирования и создания нового института частной и государственной собственности. Вопрос решился путем проведения приватизации государственной собственности. При этом, в данных странах не было обращено пристального внимания на скорость проведения данных преобразований. В результате чего этот процесс привел к негативным последствиям. Отрицательным явлением формирования новых институтов в тех условиях стало опережение создания нового правового поля, необходимого для корректного нормативно-правового регулирования новых институтов, в результате чего социальные группы, приближенные к власти, использовали их в своих интересах.

А все обслуживающие институты просто появлялись с опозданием. Тем самым проработка нового законодательства не поспевало за созданием институтов и возникали такие ситуации, при которых вставала необходимость внедрения корректирующих норм.

Как показывает практика, не все рассматриваемые страны следовали рекомендациям западных экономистов. Так, Китай являлся одной из стран, разработавший собственный путь формирования новых институтов. На наш взгляд, странам с переходной экономикой в обязательном порядке следует перенять опыт Китая, так как его действия по развитию новых институтов связан не только с экономическими успехами, но и с наличием определенной и вполне здоровой идеологической установки. Да, эта установка граничила с целью объединения коммунистической идеологии под рядом стран. Но при этом, формирование новых институтов прошло наиболее гладко и эффективно.

Как отмечают некоторые исследователи, опыт Китая по формированию новых институтов во время рыночных преобразований в собственной экономике являлся последовательным и прагматичным. Китайские реформаторы использовали различные подходы и достижения различных экономических школ для безболезненного внедрения новых институтов. Поэтому шаг за шагом, экономическая реформа способствовала постепенному и своевременному внедрению новейших институтов в общество. Одним из направлений формирования новых институтов явилась задача по ускоренному развитию реальной экономики. При этом экономистами ставилась задача по значительному повышению уровня жизни населения при помощи стимулирующих механизмов. Вся задача была разбита на несколько этапов. Если на первых двух этапах намечалось увеличение внутреннего валового продукта в несколько раз, то на третьем этапе повышался материальный достаток населения. При этом параллельно проводились работы по проработке нормативно-правовой базы в целях формирования новейших институтов.

Как показало время, самым быстроразвивающимся институтом в Китае стал фондовый рынок. Тем не менее, Петросянц Д.В. считает, что, как и в России, в Китае не обошлось без специфических особенностей становления институтов. Необходимо подчеркнуть, что фондовый рынок Китая в процессе переходной экономики стал механизмом перераспределения необходимых ресурсов в экономике. Он стал основным элементом мобилизации сбережений и материального стимулирования субъектов хозяйственной деятельности [4, с.11].

В ходе проведенного исследования мы выяснили, что формирование новых институтов в странах с переходной экономикой зависит от институциональных рыночных изменений. Ярким примером служит опыт Китая, говорящий о возможности достижения максимальной результативности за счет применения прагматических и национальных особенностей государственности. В процессе многочисленных решений, были достигнуты определенные цели, а также переосмыслены результаты развития других переходных опыта. Тем самым, рассматриваемая страна стала одной из самых прогрессивных в области формирования новых институтов.

Процесс рыночных преобразований еще не завершен. Но уже сегодня можно сказать, что происходящие фундаментальные изменения в экономике успешно подкрепляются институциональными реформами. При этом активно используются переходные формы рыночных институтов. Наиболее продвинутыми оказались преобразования форм собственности, наименее - формирование рынка капитала. В процессе эволюции собственности возникли новые виды коллективной и смешанной форм, способствующие становлению частной собственности.

По нашему мнению, основные подходы к институциональному реформированию в КНР могут представлять практический интерес для других переходных экономик. Эти подходы включают в себя: практицизм, осторожность и последовательность; учет национальных особенностей и интересов в достижении выбранной стратегической цели; сохранение и постепенное совершенствование старых институтов при одновременном выращивании новых.

Библиографический список

1. Байматов А.А. Институциональные факторы устойчивого развития предпринимательского сектора региональной экономики // Бизнес. Образование. Право. - 2019. - №1. - с.25-31.
2. Воронина Н.А. Институты развития и точки экономического роста как факторы стимулирования предпринимательской активности в регионе // Монография. - 2018. - с.173.
3. Дохолян С.В. Альтернативные финансовые институты: возможности формирования и особенности функционирования в рыночной среде российского экономического пространства // Региональные проблемы преобразования экономики. - 2019. - №2. - с.144-153.
4. Петросянц Д.В. Институциональные преобразования предпринимательской среды в современной России // Гуманитарные науки, вестник Финансового университета. - 2018. - №3. - с.11-18.
5. Чесноков А.А. Проблемы становления базовых экономико-правовых институтов Российской Федерации // Вестник Восточно-Сибирского института МВД РФ. - 2019. - №2. - с.19-32.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 1/2020

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. 9,5. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1