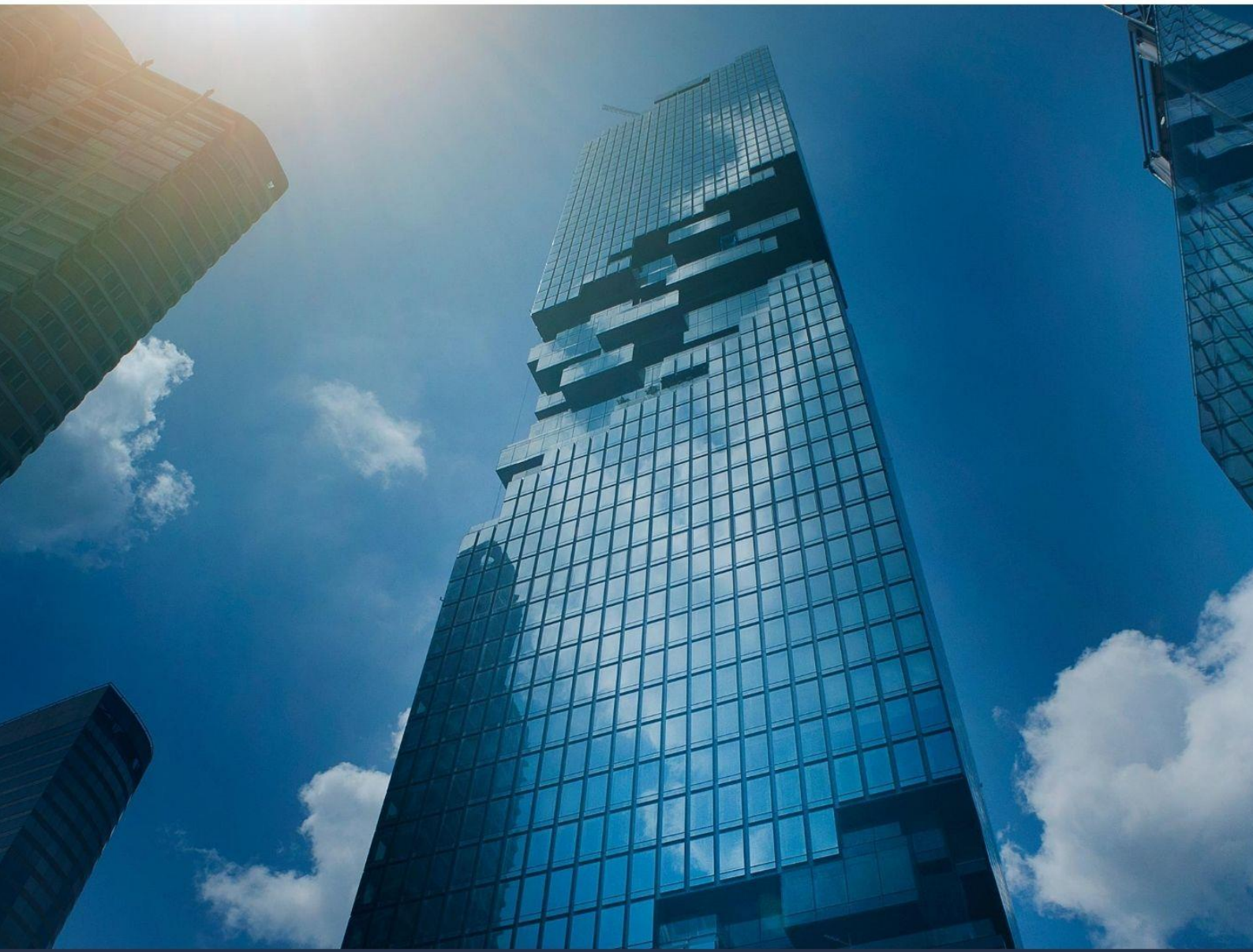
ИЮЛЬ 2020| ВЫПУСК №7

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

## НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ



**EDRJ.RU**
ISSN 2542-0208

**Экономическая теория**
**Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами**
**Управление инновациями**
**Экономика и управление в образовании**
**Государственное управление**
**Региональная экономика**
**Мировая экономика**
**Логистика**

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

## НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 7/2020

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» – №7– 2020. – 91 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 университет 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. ФГБО 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) ФБГОУ 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, 2015-2020*

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

# Оглавление

МАРКЕТИНГ ..... 6
Богатырева Е.В., Сергеева С.М., Новикова Ж.В. Роль кластеров в повышении конкурентоспособности сферы гостеприимства ..... 6
Ермаков Е.А., Береза Ю.В., Сергеева С.М., Новикова Ж.В. Конкурентоспособные направления развития индустрии питания ..... 13
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА ..... 18
Тиндова М. Г. Построение swot-модели оценки социально-экономического развития регионов (на примере Саратовской области) ..... 18
РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ ..... 28
Кусерова А. И. Формирование туристского продукта на основе сырной индустрии Республики Мордовия..... 28
Петрова М.В. Отечественный и зарубежный опыт развития сельских территорий на основе общественного самоуправления и сельского туризма..... 38
ЭКОНОМИКА И ПРАВО..... 46
Яроцкая Е.В., Любицкая Е.В. Исторические аспекты развития правового регулирования методики государственной кадастровой оценки земель и оценочного зонирования в период земельной реформы..... 46
ЭКОНОМИКА ОБРАЗОВАНИЯ..... 55
Глущенко В.М., Пронькин Н.Н., Симаков А.И. Роль образования в человеческом капитале..... 55
Пономарева О.Н. Модели университетов, обеспечивающие развитие инновационной деятельности..... 70
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ ..... 80
Черепанова Т.Г. Анализ формирования маркетинговой политики предприятия..... 80

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

# Маркетинг

УДК 33

## Богатырева Е.В., Сергеева С.М., Новикова Ж.В. Роль кластеров в повышении конкурентоспособности сферы гостеприимства

The role of clusters in increasing competitiveness of the hospitality sphere

**Богатырева Екатерина Витальевна**
студент
Московский государственный университет пищевых производств
**Сергеева София Михайловна**
старший преподаватель кафедры индустрии питания, гостиничного бизнеса и сервиса
Московский государственный университет пищевых производств
**Новикова Жанна Викторовна**
к.т.н., доцент, профессор кафедры индустрии питания, гостиничного бизнеса и сервиса
Московский государственный университет пищевых производств
Bogatyreva Ekaterina Vitalievna
student
Moscow State University of Food Production
Sergeeva Sofia Mikhailovna
Senior Lecturer at the department of food industry, hotel business and service
Moscow State University of Food Production
Novikova Zhanna Viktorovna
Ph.D., Associate Professor, professor at the department of food industry, hotel business and service
Moscow State University of Food Production

***Аннотация.*** *Актуальность темы также обосновывается тем, что в России развитие кластеров является одной из важных составляющих государственной поддержки при комплексном освоении рынка во всех регионах. Такой подход позволяет расширять практику управления регионами посредством модернизации кластеров и повышает взаимодействие с государством при организации процессов их развития.*

*В работе обобщены и систематизированы основные направления инновационного развития, как фактора стратегического управления и повышения конкурентоспособности предприятий в сфере гостеприимства.*

*Обоснована необходимость задействования в сфере гостеприимства России организационных, технологических, производственных, логистических, экономических, социальных инноваций. Выделены специфические российские проблемы, которые сдерживают развитие сферы гостеприимства.*

*Показано, что одним из наиболее эффективных путей социально-экономического развития является применение кластерного подхода, в том числе, и в качестве основы для стимулирования инновационной деятельности.*

***Ключевые слова:*** *общественное питание, кластерный подход, формирование кластера, Российская Федерация, инновационная деятельность, региональный кластер, сфера гостеприимства*

***Abstract.*** *The relevance of the topic is also justified by the fact that in Russia the development of clusters is one of the important components of state support for the integrated development of the market in all regions. This approach allows*

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

*you to expand the practice of regional management through the modernization of clusters and increases interaction with the state in organizing their development processes.*

*The paper generalizes and systematizes the main directions of innovative development as a factor in strategic management and increasing the competitiveness of enterprises in the hospitality industry.*

*The necessity of involving organizational, technological, industrial, logistics, economic, social innovations in the hospitality industry of Russia is substantiated. The specific Russian problems that hinder the development of the hospitality industry are highlighted.*

*It is shown that one of the most effective ways of socio-economic development is the application of the cluster approach, including as a basis for stimulating innovation.*

***Keywords:*** *catering, cluster approach, cluster formation, Russian Federation, innovation, regional cluster, hospitality*

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»

Ключевым направлением достижения экономического роста и повышения качества жизни населения в современном мире является развитие инновационной деятельности, широкое распространение инновационных технологий, продуктов и услуг. В настоящее время в развитых странах 70-85% прироста валового внутреннего продукта приходится на долю новых знаний, воплощаемых в инновационных технологиях производства и управления. Это позволяет делать вывод о становлении общества, основанного на знании. Знание, воплощенное в инновационной продукции, становится основным капиталом в обществе на постиндустриальной стадии его развития. Усиление роли и значения инновационной деятельности в общественном развитии приводит к тому, что темпы разработки и реализации инноваций резко возрастают.

Сфера общественного питания являлась и является по сей день одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики. Но активно развивающийся рынок вынуждает предпринимателей формировать преимущества, которые позволят им конкурировать с аналогичными предприятиями. Именно поэтому возникает необходимость задействования в сфере гостеприимства России организационных, технологических, производственных, логистических, экономических, социальных инноваций.

При выборе стратегии развития, на сегодняшний день, предприниматели в основном берут во внимание текущую прибыль, упуская долгосрочные перспективные пути развития. Тогда как внедрение инновационных методов на предприятии осуществляется уже по факту падения спроса и уменьшения эффективности

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

инвестиций. Таким образом, все вышесказанное подтверждает актуальность исследования новых форм организации в сфере гостеприимства, в том числе изучение способов формирования кластеров.

Как показывает экономическая практика, формирование кластеров обеспечивает большой инвестиционный потенциал, а также положительно влияет на развития инфраструктуры региона и становится основой для развития новых отраслей изучаемой сферы. Опыт США, Японии, Финляндии, Германии показал, что формирование кластера приводит к повышению производительности компаний и отраслей в целом; созданию возможностей для внедрения инновационных технологий во все предприятия, не зависимо от их размера; стимулированию и облегчению создание нового бизнеса, необходимого для расширения кластера. Следовательно, формирование кластера в регионе способствует повышению показателей экономике и, соответственно, уровню жизни населения.

В настоящее время термин «кластер» понимают, как объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг [2]. Главными отличиями кластера от других форм организации предприятий является наличие внутренней конкурентной среды и высокой конкурентоспособности на мировом рынке. Таким образом, в кластерах складывается сложная система конкуренции и кооперации, которые дополняют друг друга.

На данный момент использование кластерного подхода является неотъемлемой частью стратегий развития все большего количества субъектов Российской Федерации, так как регионы, на территории которых сформированы и успешно функционируют кластеры, лидируют в экономическом развитии. Но для любого вида деятельности требуется пространственная организация: инфраструктура, плотность взаимодействия с учетом деятельности и система коммуникаций. Суть кластерного подхода в регионах состоит в том, чтобы на данной территории выстроить максимально длинную цепочку добавленной стоимости с высокой концентрацией различных видов деятельности и максимизировать прибыль, которая потом пойдет на развитие региона. Таким образом, если территория субъекта большая, но количество различных видов предприятий маленькое, то создание кластера в таком регионе будет не целесообразным.

В настоящее время для России была принята Стратегия инновационного развития на период до 2020-го года, согласно которой одной из главных целей инновационной политики регионов рассматривается создание инновационных

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

кластеров – кластеров, в которых пересекается несколько видов деятельности, технологических цепочек, областей знаний. Поскольку деятельность кластеров влияет на экономику региона в целом важную роль играет Нормативное закрепление механизмов политики кластеров на уровне субъектов Российской Федерации. Однако, в отличие от Европы в России нет целевого выделения средств на развитие кластерной системы. На данный момент правительством РФ финансируются лишь отдельные проекты, но и здесь нет комплексного подхода, так как выделяемые средства часто находятся в разных министерствах и ведомствах, что создает определенные проблемы при их получении.

У предприятий, расположенных на одной территории много возможностей и точек взаимодействия, что способствует формированию кластера. Однако, у каждого региона РФ различные внутренние резервы для реализации кластерного подхода. В отличие от других форм кооперации малого, среднего и крупного бизнеса чаще всего региональные кластеры имеют следующие отличительные особенности. Также выделяются инструменты, способствующие формированию регионального кластера и улучшения его эффективности (рисунок 1).

Рисунок 1. Инструменты формирования регионального кластера

В настоящее время одной из самых конкурентных и перспективных отраслей российской экономики является сфера гостеприимства. В каждом субъекте

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Российской Федерации имеются десятки, сотни, тысячи предприятий питания. Однако, большая их часть не способна выдержать конкуренцию. Особенно, это касается предприятий малого и среднего бизнеса, которые не способны конкурировать с сетевыми гигантами. Создание и поддержание конкурентоспособности на должном уровне невозможно без применения современных маркетинговых и экономических технологий.

Для развития и повышения эффективности деятельности предприятий общественного питания также можно использовать кластерный подход. Отсюда можно выделить предпосылки и условия создания кластера в сфере индустрии питания и гостеприимства (рисунок 2)

Рисунок 2. Инструменты по развитию кластера общественного питания

В регионах основой создания кластера для начала может стать самостоятельная кооперация малых и средних предприятий индустрии питания. Так же участниками кластера могут являться: предприятия поставляющие услуги, оборудование и

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

различные товары; предприятия инфраструктуры; научно-исследовательские и образовательные учреждения.

Основные участники кластера общественного питания представлены на рисунке 3.

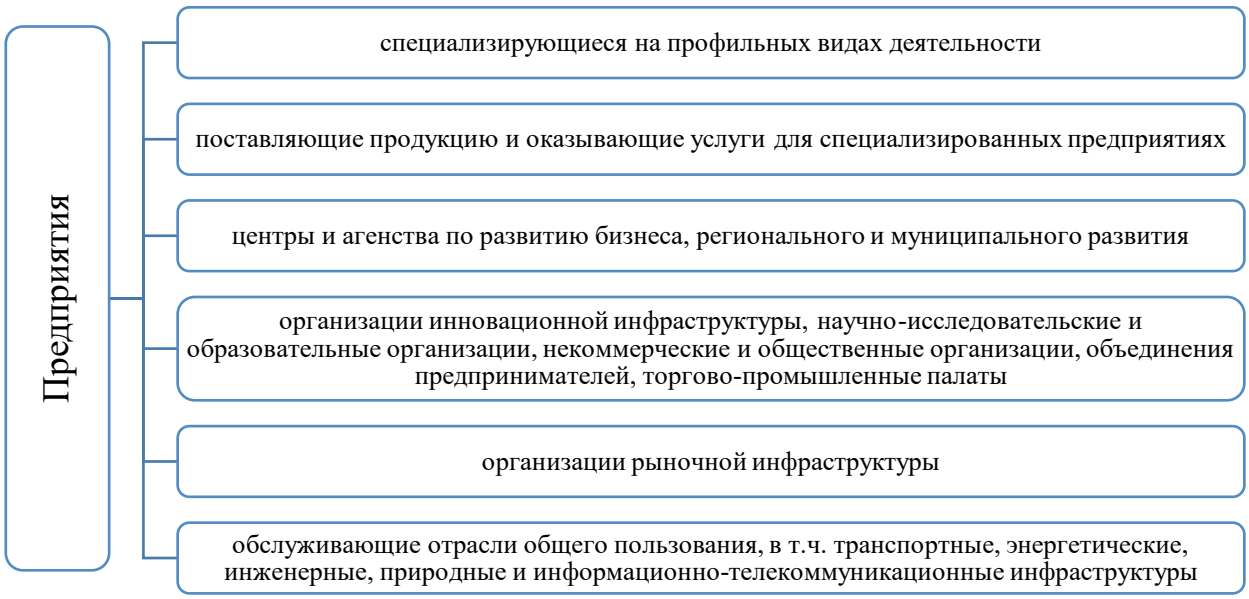



Рисунок 3. Основные участники кластера общественного питания

Формирование кластера общественного питания позволит повысить качество услуги питания так, как потенциал региональной базы продовольственного сырья будет использован наиболее полно; будут использоваться новые технологии в производстве; предприятия общепита перейдут на широкомасштабное использование полуфабрикатов; промышленные предприятия будут ориентированы на выпуск инвентаря, оборудования, предметов для оснащения предприятий кластера.

Таким образом, высокая конкурентоспособность предприятий общественного питания невозможна без хорошо развитых смежных отраслей – машиностроения, пищевой промышленности, агропромышленного комплекса и др.

Многолетний отечественный и зарубежный опыт в попытках создания различных кластеров показал, что нет однозначных подходов и методов в формировании региональных кластеров. Но несмотря на множество вариантов кластеров, все они имеют общие черты: локальная концентрация предприятий, различная специализация участников, внутренняя конкуренция и кооперация, инновационность.

Так, выполнение проекта по созданию регионального кластера позволяет реализовать одно из направлений стратегического развития региона - совместное

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

использование ограниченных ресурсов для большей эффективности производства и развития экономики в целом, повышения уровня жизни населения, укрепления позиций региона в стране.

Библиографический список

1. Портер, М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 602 с.

2. Рассказова, А. Н. Кластер как основа управления промышленными предприятиями // Молодой ученый. – 2010. – №10. – С. 97-103. – URL https://moluch.ru/archive/21/2142/ (дата обращения: 14.07.2020)

3. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. — Текст: электронный // КонсультантПлюс: [сайт]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/ (дата обращения: 14.07.2020).

4. Жданова, О. И. Кластер как инструмент промышленной политики региона / О. И. Жданова. // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № №9(66). – С. 60-67.

5. Чугунова, О.В. Инновационные направления развития сферы общественного питания // Научное обозрение. Экономические науки. – 2017. – № 3. – С. 29-39. – URL: https://science-economy.ru/ru/article/view?id=928 (дата обращения: 14.07.2020).

6. Феденко, А. А. Преимущества кластеров предприятий питания в рамках стратегий регионального развития / А. А. Феденко, Ж. В. Новикова. – Текст: непосредственный // Современное состояние и потенциал развития туризма в России. – Омск: Омский государственный технический университет, 2018. – С. 222-226.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 640.4

# Ермаков Е.А., Береза Ю.В., Сергеева С.М., Новикова Ж.В. Конкурентоспособные направления развития индустрии питания

## Competitive directions of food industry development

**Ермаков Егор Андреевич**
магистрант
Московский государственный университет пищевых производств
**Береза Юлия Владимировна**
студент
Московский государственный университет пищевых производств
**Сергеева София Михайловна**
старший преподаватель
Московский государственный университет пищевых производств
**Новикова Жанна Викторовна**
к.т.н., доцент
Московский государственный университет пищевых производств
Ermakov Egor Andreevich
undergraduate
Moscow State University of Food Production
Bereza Julia Vladimirovna
student
Moscow State University of Food Production
Sergeeva Sofia Mikhailovna
assistant Professor
Moscow State University of Food Production
Novikova Zhanna Viktorovna
Ph.D., Associate Professor
Moscow State University of Food Production

***Аннотация.*** *В статье рассматриваются тенденции развития индустрии питания, анализируются состояние ресторанного рынка и перспективные направления развития предприятий в условиях конкурентной среды в Российской Федерации.*

***Ключевые слова:*** *индустрия питания, стратегия развития ресторана гастромаркет, молекулярная гастрономия*

***Abstract.*** *The article discusses the development trends of the food industry, analyzes the state of the restaurant market and promising areas for the development of enterprises in a competitive environment in the Russian Federation.*

***Keywords:*** *food industry, restaurant development strategy, gastromarket, molecular gastronomy*

Рецензент: Захарова Светлана Германовна - Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления в Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского

Сфера индустрии питания является одной из перспективных отраслей экономики России, что обусловлено как целью удовлетворения культурных, физиологических и других потребностей населения, так и предоставлением возможности развития малого

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

и среднего бизнеса в положительной динамике, обеспечением населения рабочими местами и, как следствие, замыкая денежный оборот, пополнением доходной части бюджета России в целом. Но, как правило, такая динамика развития отрасли, сопровождается увеличением конкуренции на рынке, что вынуждает предприятия индустрии питания адаптироваться к динамичным условиям современной экономики.

В связи с высокой конкуренцией в данном сегменте удовлетворенность ожиданий клиентов выступает решающим фактором развития предприятия. На покупательское поведение потребителей ресторанных услуг оказывает эффективное управление предприятием индустрии питания, однако мотивы потребителей отнюдь не однородны, что требует решения задачи сегментирования рынка ресторанных услуг.

При этом основной тенденцией развития сектора индустрии питания является консолидация, как на местном уровне, так и на уровне Российской Федерации. Продовольственный рынок очень фрагментирован и имеет значительную долю независимых пищевых предприятий.

По данным исследовательского агентство NPD изменение ресторанного рынка доля сетевых предприятий питания постоянно увеличивается из года в год, особенно в глобальных сетях. В таблице 1 приведены изменения ресторанного рынка за период январь-октябрь 2019 года в сравнении с аналогичным периодом 2018 г [1].

Таблица 1

Изменения ресторанного рынка за период январь-октябрь 2019 года к аналогичному периоду 2018 г.

| Наименование сегмента | Доля в расходах, % | Изменение расходов к аналогичному периоду 2018 г, % | Изменение среднего индивидуального чека к аналогичному периоду 2018 г, % |
|---|---|---|---|
| Рынок в целом | 100 | 5 | 0 |
| Фаст-фуд | 51 | 17 | 1 |
| Рестораны полного обслуживания | 23 | -11 | 3 |
| Кофейни | 5 | 7 | 0 |
| Столовые | 8 | 4 | 3 |
| Остальные (розница, отели, бары, траспорт, вендинг) | 13 | -3 | 0 |

На рисунке 1 представлены основные сегменты ресторанного рынка.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

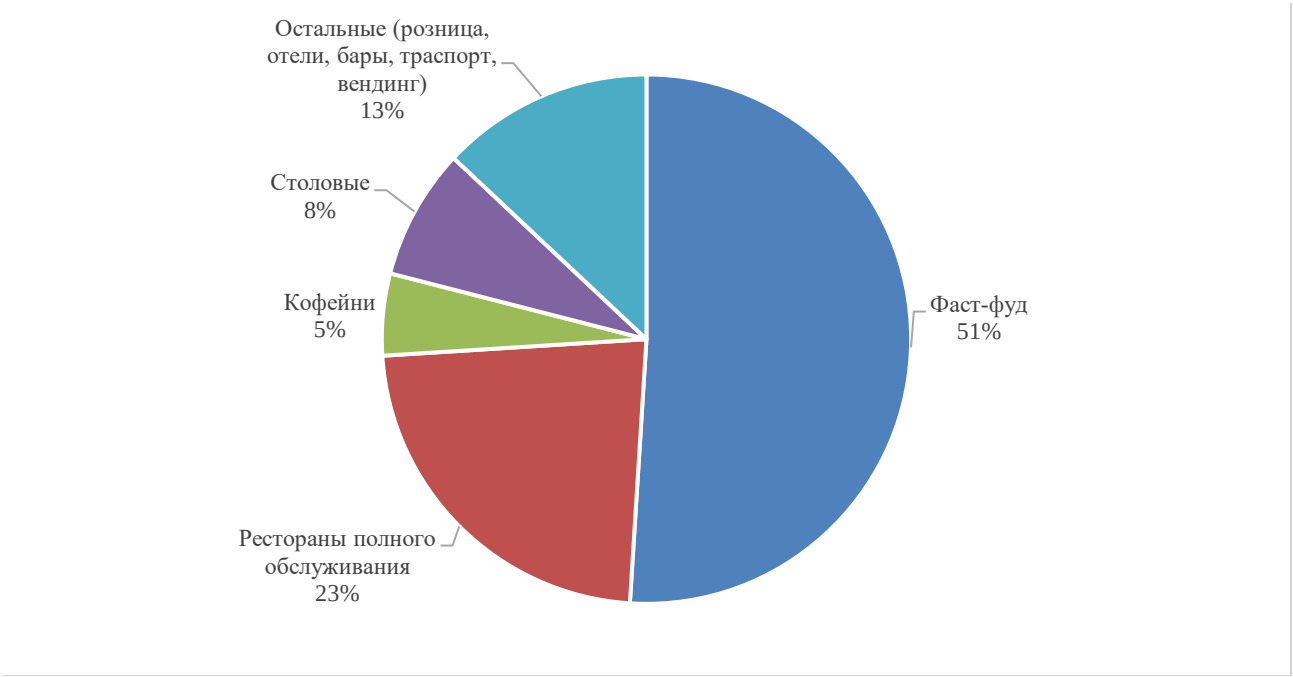



Рисунок 1. Основные сегменты ресторанного рынка за период январь-октябрь 2019 г.

В целом доля ресторанного бизнеса в расходах населения увеличилась на 5%, количество фаст-фуд предприятий увеличилось на 17%, в отличии от ресторанов полного обслуживания: их доля сократилась на 11%, кофейни и столовые также остаются востребованы (их прирост 7% и 4%, соответственно).

Индустрия питания, призвана обеспечить население необходимой качественной кулинарной продукцией, стандартными услугами и сервисом. В общем объеме розничной торговли страны общественное питание занимает десятую часть. Если в крупных городах этот показатель близок или даже превосходит расчетный нормативный показатель, то в малых городах он далек от оптимального. Рынок индустрии питания еще далек от перенасыщения и продолжает формироваться [2, 3].

Развитие сектора индустрии питания тесно связано с современными тенденциями, востребованными у потребителя. Во-первых, растет количество людей, которые заботятся о своем здоровье, особенно в городах. Это увеличивает спрос на натуральные и свежие продукты, продукты ручной работы. Спрос на натуральные продукты в Москве удовлетворяется появлением гастрономических кластеров. Фудмоллы и гастромаркеты, появившиеся в процессе глобального трансформирования рынков в модные и актуальные гастрономические пространства, не являются рынками в обычном понимании, грань между рынком, как местом покупки продуктов питания и культурным центром размыта: цены на продукты в этих местах довольно высоки, а сами

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

рынки организованы в соответствии с европейской формой. По сути, этот формат предполагает предложение разных отдельных операторов под одной крышей, объединенных либо одной темой, либо одними владельцами и вдохновителями.

Во-вторых, если говорить о тенденциях здорового образа жизни, то не должны оставлять без внимания появление веганских и вегетарианских кафе, так как во всем мире растет число людей, придерживающихся вегетарианского образа жизни. Предприниматели меняют формат своего бизнеса, вводят в меню вегетарианские блюда, делают свои предприятия питания доступными для людей, имеющих такие предпочтения [5].

В-третьих — это инновационные аспекты развития технологического направления в общественном питании, которые привлекают внимание специалистов разных отраслей на разных уровнях. В последние годы все более популярной становится «молекулярная гастрономия» как за рубежом, так и в России. Это сложная концепция, которая включает в себя популярную тенденцию в кулинарии и научное направление. Молекулярная гастрономия как направление в кулинарии основана на подходе к продуктам питания как к коллоидной системе с определенными физико-химическими свойствами и использовании знаний о законах физической, коллоидной и органической химии в кулинарии. Цель молекулярной гастрономии как современного аспекта развития технологического направления в общественном питании заключается в поиске механизмов кулинарных преобразований и процессов который позволит удовлетворить потребности даже самых привередливых потребителей, с одной стороны и предлагает неожиданные новые продукты на рынке ресторанов, которые влияют на повышение спроса и увеличение продаж на предприятиях питания, с другой стороны, Усиление и массовое распространение этого аспекта неизбежно приведет к изменению системы управления технологическим процессом на предприятиях индустрии питания [4].

В современных условиях конкурентной среды отрасли общественного питания представляется целесообразным интенсивное развитие рынка общественного питания посредством предложения ресторанам комплексного подхода к продвижению на потребительский рынок продукции с учетом анализа типа конкретного ресторана и первичных целей его посещения у потенциальных посетителей.

Так, формирование меню и введение новых технологий, лояльных продуктов питания, выявленных посредством систематизации типовых задач по типам ресторанов и соответствующих ожиданиям потребителя, оказывает эффект притяжения гостей различных сегментов, с одной стороны, и позволяет нивелировать затраты на иные форматы маркетинговой стратегии развития ресторана – с другой.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Библиографический список

1. Людковская, Анна Пять главных трендов российского фудсервиса 2020 г / Анна Людковская. – Текст : электронный // npd : [сайт]. – URL: https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2020/five-trends-of-russian-foodservice-2020/ (дата обращения: 10.06.2020).

2. Расширение возможностей организации уличной еды / И. У. Кусова [и др.]. – Текст : непосредственный // Инновации в товароведении, общественном питании и длительном хранении продовольственных товаров Сборник материалов VII Межведомственной научно-практической конференции. – Москва : Франтера, 2015. — С. 198-201.

3. Семченко, И. В. Тренды развития предприятий питания / И. В. Семченко, И. Беляева. – Текст : непосредственный // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: мат. VII Междунар. Интернет-конф. - : 2018. – С. 128-132.

4. Herve, T. Molecular Gastronomy / T. Herve. : Columbia University Press, 2006. – 392 с. – Текст : непосредственный.

5. Holmes, M. R. Local and organic food on wheels: exploring the use of local and organic food / M. R. Holmes, R. Dodds. – Текст : непосредственный // Journal of Foodservice Business Research. – 2018. – № 21. – DOI: org/10.1080/15378020.2018.1465771.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Региональная экономика

УДК 519.237.5

# Тиндова М. Г. Построение swot-модели оценки социально-экономического развития регионов (на примере Саратовской области)

Building a swot-model for assessing the socio-economic development of regions (on the example of the Saratov region)

**Тиндова М. Г.**
к.э.н., доцент кафедры прикладной математики и системного анализа
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.
Tindova M.G.
Candidat of Sciences (in Economics), Associate Professor
Department of Applied Mathematics and System Analysis
Yuri Gagarin State Technical University of Saratov

***Аннотация.*** *В работе проводится анализ традиционных методов региональной статистики, исследуются их сильные и слабые стороны. В частности, рассматриваются возможности факторного анализа: его алгоритм, правила отбора переменных в модель, типы и виды моделей факторного анализа. Кроме того, в работе рассматривается регрессионный анализ как способ оценки социально-экономического положения регионов, анализируются возможности моделей с фиксированной матрицей данных, а также моделей со случайной матрицей данных. Основное внимание в работе уделено SWOT-анализу как инструменту стратегического планирования: рассматривается его алгоритм, способы построения стратегий, методы управления процессом. В качестве примера рассмотрен процесс построения SWOT-модели оценки социально-экономического положения Саратовской области.*

***Ключевые слова:*** *социально-экономическое развитие регионов; SWOT-анализ; региональная экономика*

***Abstract.*** *In this paper, the author analyzes traditional methods of regional statistics, examines their strengths and weaknesses. In particular, the author considers the possibilities of factor analysis: its algorithm, rules for selecting variables in the model, types and types of factor analysis models. In addition, the author considers regression analysis as a way to assess the socio-economic situation of regions, analyzes the possibilities of models with a fixed data matrix, as well as models with a random data matrix. The author focuses on SWOT-analysis as a tool for strategic planning: algorithm, methods for building strategies, and methods for managing the process. As an example, the author considers the process of building a SWOT-model for assessing the socio-economic situation of the Saratov region.*

***Keywords:*** *socio-economic development of regions; SWOT-analysis; regional economy*

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

**Введение.** Изучение массовых экономических и социальных явлений, выявление присущих им закономерностей и взаимосвязей, определение количественных и качественных характеристик в конкретных условиях места и времени является необходимым элементом принятия управленческих решений на микро- и макроуровне.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Чаще всего для подобного изучения привлекаются инструменты социально-экономической статистики, предметом изучения которой является национальная экономика страны, а объектами исследования – массово-экономические и социальные явления, происходящие как на уровне экономики страны в целом, рассматриваемой в виде единого народно-хозяйственного комплекса, так и на уровне развития регионов.

Основной задачей при этом является подготовка и представление полной и достоверной информации о состоянии и развитии экономики с целью стратегического планирования развития страны и регионов.

Цель работы состоит в изучении методов стратегического планирования развития регионов, основанных на инструментарии социально-экономического моделирования, а также в оценке социально-экономического положения Саратовской области.

Стратегическое планирование развития регионов должно базироваться не только на исходном уровне социально-экономического развития региона, но и учитывать его особенности: производственную структуру, географическое положение, производственную специализацию и пр. [1]

Содержание анализа регионов в силу специфичности природных, экономических и социальных условий, может сильно различаться и, поэтому сущность такого анализа состоит в выявлении сильных и слабых сторон региона, факторов, негативно влияющих на положение и развитие регион, с последующим прогнозом путей улучшения развития региона, решения его проблемных моментов.

Анализ социально-экономического развития территории является одним из основных и традиционных методов региональной экономики. Он основывается на использовании системы статистических показателей, которые характеризуют основные явления и пропорции, существующие в региональной экономической системе, и, поэтому относится к группе статистических методов. Цель этого анализа – выявить диспропорции и неиспользуемые возможности экономического роста для последующего обоснования вариантов стратегии социально-экономического развития региона [2].

Анализ социально-экономического развития нацелен на изучение: состояния окружающей среды и природно-ресурсного потенциала региона; динамики населения; безработицы; качества жизни населения; уровня экономического развития региона; межрегиональных экономических связей; инвестиционные возможности региона.

Другими словами, анализ делится на: экономический (т.е. анализ, направленные на изучение финансовой стороны развития региона); географический (когда изучается

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

обеспеченность природно-экологическими и культурно-историческими ресурсами); демографический (характеризующий воспроизводство населения) и социальный (изучающий показатели уровня образования, здравоохранения и др.)

На уровне регионов в качестве экономического показателя можно рассматривать показатель валового регионального продукта (ВРП) в абсолютных величинах или на душу населения. Кроме того, показатели инвестиций в регионе, средний уровень доходов населения и степень их дифференциации, уровень потребления материальных благ и услуг и пр. К социальным показателям можно отнести: уровень образования, продолжительность жизни, уровень здравоохранения (т.е. обеспеченность поликлиниками, больницами, аптеками и пр.). К географическим – состояние окружающей среды; расходы на очистку сточных вод и пр.

**Методология.** Методологической основой изучения указанных показателей является инструментарий таких методов математического моделирования как факторный анализ; регрессионный анализ; SWOT-анализ; имитационный анализ и некоторые другие. Указанные методы могут применять индивидуально или в сочетании друг с другом.

Под факторным анализом понимается методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей [3].

В общем случае можно выделить следующие основные этапы факторного анализа:

1. исходя из цели анализа, отобрать факторы, определяющие результативные показатели;

2. классификация и систематизация факторов с целью определения формы математической зависимости между факторами и результативным показателем;

3. моделирование взаимосвязей между результативным и факторным показателями;

4. оценка силы влияния каждого фактора на изменение величины результативного показателя;

5. внедрение полученной факторной модели для управления экономическими процессами.

Отбор факторов для анализа того или иного показателя осуществляется на основе теоретических и практических знаний в конкретной отрасли. При этом обычно исходят из принципа: чем больший комплекс факторов исследуется, тем точнее будут результаты анализа. Однако большое внимание при этом должно уделяться систематизации факторов.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Важным методологическим вопросом в факторном анализе является определение формы зависимости между факторами и результативными показателями, а также моделирование этих зависимостей.

В зависимости от типа факторной модели различают два основных вида факторного анализа – детерминированный и стохастический. Детерминированный факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер, т. е. когда результативный показатель факторной модели представлен в виде произведения, частного или алгебраической суммы факторов.

Стохастический анализ представляет собой методику исследования факторов, связь которых с результативным показателем в отличие от функциональной является неполной, вероятностной (корреляционной).

Наиболее распространен детерминированный факторный анализ, поскольку, будучи достаточно простым в применении, он позволяет увидеть логику влияния факторов, количественно оценить это влияние, и понять, что целесообразно изменить для повышения эффективности производства.

Кроме деления на детерминированный и стохастический, различают следующие типы факторного анализа: - прямой и обратный; - одноступенчатый и многоступенчатый; - статический и динамичный; - ретроспективный и перспективный (прогнозный).

В регрессионном анализе результативный показатель Y рассматривается как зависимая переменная (функция) от ряда признаков $x_1,\ldots, x_n$. Для оценки эффективности регрессионной диагностической модели вводится вектор остатков $\varepsilon=(\varepsilon_1, \ldots, \varepsilon_n)$, который отражает влияние на Y совокупности неучтенных случайных факторов, либо рассматривается как мера достижения необходимого уровня аппроксимации результативного показателя Y [4].

Различают два подхода в зависимости от происхождения матрицы данных. В первом считается, что признаки $x_i$ являются детерминированными и случайной величиной является только зависимая переменная Y . Эта модель используется наиболее часто и называется моделью с фиксированной матрицей данных.

Во втором подходе считается, что и признаки $x_1,\ldots, x_n$ и Y – случайные величины, имеющие совместное распределение. В такой ситуации оценка уравнения регрессии есть оценка условного математического ожидания случайной величины Y в зависимости от случайных величин $x_1,\ldots, x_n$. Данная модель называется моделью со случайной матрицей данных.

SWOT-анализ начал широко применяется в процессе стратегического планирования в 60-х годах прошлого века и первоначально был основан на озвучивании

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

и структурировании знаний о текущей ситуации и тенденциях. Позднее SWOT-анализ стал использоваться в более широком приложении – для конструирования стратегий. В результате выполнения классического SWOT-анализа создается структурированная информация в рамках единой SWOT-модели. Цель построения расширенной SWOT-матрицы состоит в том, чтобы сфокусировать внимание аналитика на построении четырех групп различных стратегий, каждая из которых использует определенную парную комбинацию внутренних и внешних обстоятельств: силы – возможности (S – O); силы – угрозы (S – T); слабости – возможности (W – O); слабости – угрозы (W – T) [5].

В результате анализа показателей из каждой пары формируется набор стратегий. В зависимости от вида получаемых стратегий выделяются следующие способы руководства ими:

1. цель любой из стратегий вида W–T состоит в том, чтобы минимизировать слабости и угрозы;

2. стратегии W–O пытаются минимизировать слабости и одновременно максимизировать возможности;

3. цель стратегии S – T состоит в том, чтобы максимально развить силы, и минимизировать угрозы;

4. стратегии S – O стремятся к тому, чтобы максимизировать одновременно как силы, так и возможности.

На сегодняшний день SWOT-анализ во всех своих модификациях является наиболее удобным и надежным инструментом стратегического планирования.

Поскольку организационные структуры в современном мире постоянно усложняются, то управление ими становится все более трудным и требует применения современных информационных технологий. Поэтому одним из наиболее важных орудий анализа структуры сложных процессов и систем стало имитационное моделирование, которое базируется на конструировании моделей реальной системы и постановки экспериментов на этой модели с целью либо понять поведение системы, либо оценить различные стратегии, обеспечивающие функционирование данной системы [6].

Следует отметить, что в условиях неоднозначности будущих значений социально-экономических показателей имитационное моделирование можно считать одним из надежных способов из идентификации.

**SWOT-анализ социально-экономического положения Саратовской области.** Для проведения анализа социально-экономического положения Саратовской области воспользуемся инструментарием SWOT-анализа, поскольку он позволяет выделить сильные и слабые сторон объекта, а также исследовать его стратегические возможности и потенциальные угрозы.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Для проведения SWOT-анализа использовались официальные данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области, официальные документы и отчеты, представленные на официальном сайте Администрации Саратовской области [7].

В соответствии с общей методологией проведения анализа сначала были выявлены сильные стороны социально-экономического положения Саратовской области, которые представлены на рисунке 1.

*Рисунок 1. Сильные стороны социально-экономического положения Саратовской области*

Одной из наиболее успешных отраслей экономики Саратовской области является растениеводство. В ряде сельскохозяйственных предприятий внедряются технологии сберегающего земледелия, которые резко сокращают затраты труда и энергоносителей, восстанавливают структуру, состав и биологическое многообразие почвы, сводят до минимума загрязнение воды и воздуха.

В области осуществляется государственная поддержка из средств областного и федерального бюджета в виде субсидий на производство животноводческой и племенной продукции, осуществление мероприятий по повышению плодородия почв, расширение посевов зерновых и зернобобовых культур, приобретение

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

сельскохозяйственной техники и технологического оборудования, приобретения горючего и смазочных материалов.

Низкий инвестиционный риск региона в сфере сельского хозяйства делает регион привлекательным для инвесторов. На протяжении ряда лет в Саратовской области осуществляется широкомасштабная работа по привлечению отечественных и иностранных инвестиций в экономику региона. По итогам 2017 года объем инвестиций в основной капитал в Саратовской области составил 145,5 млрд. руб., рост, начиная с 2007 года, составляет около 3% в год.

Географическое положение (наличие рынков сбыта) и природно-климатические условия также способствуют организации конкурентоспособного производства сельскохозяйственной продукции. Кроме того, выгодное географическое положение создает хорошие предпосылки для развития легкой промышленности области.

В 2017 году объем отгруженных товаров, работ услуг собственного производства по обрабатывающим предприятиям составит 352,5 млрд. руб., темп роста к оценке 2016 года составит 2,3%, объем подрядных работ в строительстве – 55,8 млрд. руб., темп роста 1,8%, оборот розничной торговли – 333,2 млрд. руб., темп роста 4,3%.

Еще одной сильной стороной социально-экономического положения Саратовской области является социальная поддержка населения: высокая доля расходов бюджета идет на выплаты пенсий и образование, что способствует как развитию человеческого капитала, так и поддержке внутреннего спроса в регионе. Средства, направленные на развитие социальной сферы, оцениваются в 11,4 млрд. руб., или 33,4% бюджета Саратовской области в 2017 году.

В социальной сфере последние несколько лет отмечается устойчивый рост показателей, характеризующих уровень жизни населения: темпы роста денежных доходов населения в виде среднемесячная заработной платы среднего размера назначенных пенсий (средний рост 2%).

Относительно высокий уровень платежеспособного спроса стимулирует спрос на потребительских рынках региона. Население использует на приобретение товаров и оплату услуг 69,5% доходов, 8,4% – на оплату налогов и взносов, 4,8% – на приобретение валюты, 3,8% – на покупку недвижимости, 1,2% – на накопление рублевых сбережений во вкладах и ценных бумагах [7].

Кроме того в регионе развивается система поддержки малого бизнеса, что способствует улучшению институциональных условий работы бизнеса. Данное направление рассматривается в качестве одного из приоритетов политики Саратовской области, решающей двуединую социально-экономическую задачу.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

На территории области на 2017 год осуществляют свою деятельность 46,4 тыс.шт. субъектов предпринимательства, из них 28,7 тыс.шт. – малые. Общая среднесписочная численность работающих на малых предприятиях области в 2017 года составила 133,5 тыс.чел.

В 2017 году на учете в Управлении занятости населения состояло 57 тыс. незанятых трудовой деятельностью граждан, из них 37,5 тыс.чел. в возрасте 20-29 лет, официально зарегистрированных – 11,2 тыс.чел.. Итоговая безработица составила 4,7%. Кроме того, 34,6% от общего числа безработных имели среднее профессиональное образование. Работодатели заявили потребность в 23,9 тыс. работников и этот показатель сократился на 7% по сравнению с предыдущим годом.

Слабые стороны социально-экономического положения Саратовской области представлены на рисунке 2.

В соответствии со статистическими данными в Саратовской области наблюдается снижение развития животноводства: в 2017 году по сравнению с 2016 годом в хозяйствах всех категорий на 3,5% сократилось поголовье крупного рогатого скота, в том числе коров – на 1,06%. Кроме того, наблюдается снижение показателей в производстве других сельскохозяйственных продуктов: яиц, молока, мяса птицы (на 3% к уровню предыдущего года).

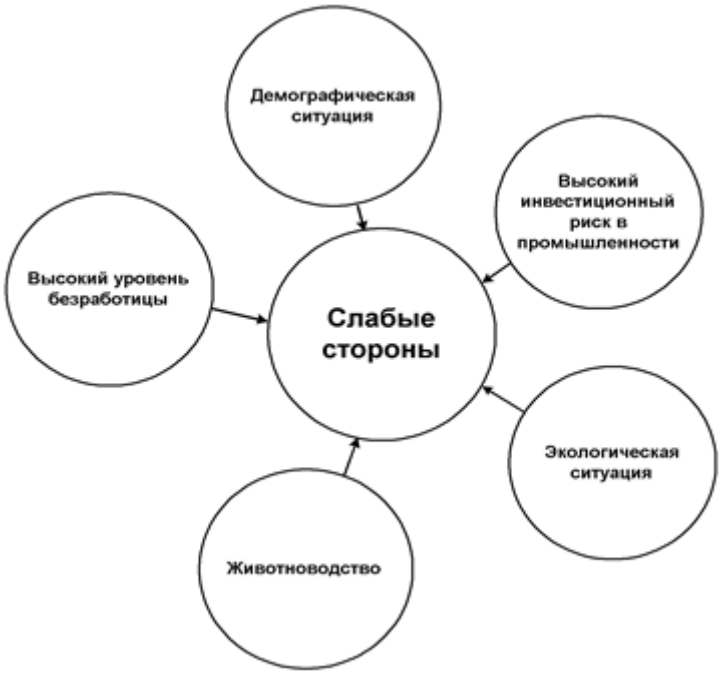



*Рисунок 2. Слабые стороны социально-экономического положения Саратовской области*

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

В области так же наблюдается слабый объем инвестирования в производство из-за высокого инвестиционного риска в промышленности, что, прежде всего, связано с отсутствием наукоемкого производства в регионе, а также с трудностями в развитии обрабатывающих производств.

Все это приводит к сложной демографической ситуации в области характеризующейся оттоком населения (численность постоянного населения сокращается в среднем на 0,6% в год). При этом уменьшение численности сельского населения происходило несколько быстрее, чем городского.

Одной из самых болевых проблем социального развития региона остается высокий уровень смертности населения – 13,6 промилле. По данным органов службы занятости социально-трудовая сфера области характеризуется сокращением численности населения трудоспособного возраста, и, как следствие, снижением численности трудовых ресурсов области.

Сложной остается по-прежнему экологическая ситуация в Саратовской области. Регион занимает 43 место среди регионов России. Наиболее сильными и опасными источниками воздействия на природу являются промышленные объекты.

Таким образом, в результате проведения SWOT-анализа получаем следующие стратегии развития региона.

1. стратегия W-T: перспективным с точки зрения вложений является растущий рынок платных услуг, особенно следует обратить внимание на социальные услуги (образование, культура, здравоохранение);

2. стратегия W–O: для реализации потенциала сельскохозяйственной отрасли необходимы инвестиции в технологии, квалифицированную рабочую силу, качественный посадочный материал, а также система государственной поддержки отрасли;

3. стратегия S – T: перспективным являются союзы и совместные предприятия с иностранными производителями сельскохозяйственной продукции, а также организация фермерских хозяйств;

4. стратегия S – O: в пищевой промышленности, которая преобладает в структуре промышленного производства, перспективным является выпуск продукции с высокой добавленной стоимостью.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Библиографический список

1. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Стратегическое планирование / Екатеринбург УрФУ. 2011

2. Зуева И.А. О развитии методики анализа и оценки социально-экономического развития регионов // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. С. 56-69

3. Ким Дж.-О. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ [Электронный ресурс]. URL: https://obuchalka.org/20190819112785/faktornii-diskriminantnii-i-klasternii-analiz-kim-dj-o-muller-ch-u-klekka-u-r-enukov-i-s-1989.html (дата обращения: 20.04.2020)

4. Тиндова М.Г. Инструментальные методы сравнительного подхода / М.Г. Тиндова; под ред. В.В. Носова; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. Бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Саратовский гос. социально-экономический ун-т». Саратов. 2012.

5. Подгорнов В.В. SWOT-анализ как инструмент управления интегрированной экономической системой // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. С. 45-62

6. Булыгина О.В., Емельянов А.А., Емельянова Н.З. Имитационное моделирование в экономике и управлении / Москва. 2019. Сер. Высшее образование: Бакалавриат

7. Регионы России. Социально-экономические показатели // Стат. сб. / Госкомстат России [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/region_stat/sep_region.html (дата обращения: 20.04.2020).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Рекреация и туризм

УДК 338.482.22(470.345)

# Кусерова А. И. Формирование туристского продукта на основе сырной индустрии Республики Мордовия

Formation of a tourist product based on the cheese industry of the Republic of Mordovia

**Кусерова Анна Ивановна**
старший преподаватель кафедры туризма
Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва,
г. Саранск
Kuserova Anna Ivanovna
senior lecturer of the department of tourism
National Research Ogarev Mordovia State University,
Saransk

***Аннотация.*** *В статье дается краткая характеристика понятия «туристский продукт» и особенностей его формирования. Представлены факторы развития производства сыра в Республике Мордовия, охарактеризованы основные предприятия сырной индустрии. На базе трех главных предприятий разработан проект гастрономического сырного тура по Республике Мордовия и Нижегородской области.*

***Ключевые слова:*** *туризм, туристский продукта, формирование турпродукта, сырная индустрия, Республика Мордовия, гастрономический тур.*

***Abstract.*** *The article gives a brief description of the concept of «tourist product» and the features of its formation. Factors of development of cheese production in the Republic of Mordovia are presented, the main enterprises of the cheese industry are characterized. On the basis of three main enterprises, a project for a gastronomic cheese tour in the Republic of Mordovia and the Nizhny Novgorod region has been developed.*

***Keywords:*** *tourism, tourist product, formation of tourist product, cheese industry, the Republic of Mordovia, gastronomic tour.*

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

Сырная индустрия – достаточно развитая отрасль пищевой промышленности мира. Сыр известен с древности, поэтому можно считать сырную индустрию еще и одной из старейших отраслей. Ведущими производителями сыра являются страны Западной Европы, США, Канада, Мексика, Аргентина, Бразилия, Россия. Основными потребителями сыра также являются европейские страны. Туры на базе сырной индустрии в нашей стране есть, но пока их недостаточно, и данный вид туризма развит в меньшей степени, по сравнению со странами Европы. Основу «сырных» турпродуктов

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

в России составляют гастрономические событийные мероприятия и интерактивные экскурсии.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристский продукт – право на тур, предназначенное для реализации туристу. Турпродукт формируется исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста [6]. Как правило, турпродукт включает три основных составляющих: тур, туристская услуга и товары туристско-сувенирного назначения. Процесс формирования туристского продукта проходит несколько этапов:

1) поиск и отбор идей;
2) разработка замысла турпродукта и его проверка;
3) разработка маркетинговой стратегии турпродукта;
4) создание турпродукта;
5) апробация турпродукта на рынке;
6) коммерциализация турпродукта.

В настоящее время Мордовия – индустриально-аграрная республика, однако сельскохозяйственная составляющая играет значительную роль в валовом региональном продукте. В нашей республике достаточно развитая животноводческая база, например, по производству молока на душу населения Мордовия занимает первое место в Приволжском федеральном округе. Помимо крупных специализированных предприятий, производством сыра в республике занимаются фермерские хозяйства и другие предприятия пищевой промышленности – маслодельный завод «Атяшевский», агрофирма «Октябрьская», агрофирма «Юбилейная», АО «Надежда», ООО «Новомилк», ООО «Глубинка», молочный комбинат «Мордовочка» и др.

В Мордовии действительно научились делать высокотехнологичные и требующие длительного хранения сорта сыра. Эксперты молочной отрасли России выделяют мордовских производителей сыра как одних из лучших в стране. «Сыры Мордовии» сегодня – это бренд, объединяющий несколько предприятий, в том числе сыродельный комбинат «Ичалковский», сыроваренный завод «Сармич» и маслосырзавод «Починки» [8].

Сыродельный комбинат «Ичалковский» (рисунок 1) – это старейшее предприятие Мордовии, основанное в 1929 г., лидер сыроделия не только Поволжья, но и всей России. Ичалковский комбинат часто выделяют среди российских сыродельных предприятий именно за твердые сорта сыра, поскольку там первыми в России стали производить твердые сыры.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Рисунок 1. ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский» [5]

Гораздо более молодое, но не менее важное предприятие – сыроваренный завод «Сармич», расположенный в городе Инсаре (рисунок 2). Завод запущен в эксплуатацию в 2011 г., и сегодня это одно из самых современных и крупных сыроваренных предприятий в России, а также это единственный за последние десятилетия отечественный завод, построенный «с нуля». Производство максимально автоматизировано, используется лучшее оборудование из Франции, Испании, Италии, Германии. Полные возможности завода еще не достигнуты, хотя уже сейчас перерабатывается по 350 т молока в сутки и выпускается 9 тыс. т сыра. «Сармич» выпускает твердые сыры «Пармезан» и «Гранд», полутвердые «Гурман», «Королевский», «Княжеский», «Маасдамер», «Монарх», «Тильзитер» и другие сорта, неоднократно признаваемые лучшими на различных всероссийских и международных выставках.

Рисунок 2. ООО Сыроваренный завод «Сармич» [7]

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Еще одним важным предприятием сырной индустрии Мордовии является маслосырзавод «Починки». Хотя территориально он относится к Нижегородской области, его продукция входит в состав бренда «Сыры Мордовии». Основное направление деятельности – заготовка и переработка коровьего молока. Завод специализируется на выпуске полутвердых сыров: «Волжский», «Гауда», «Нижегородский», «Пошехонский» и др. (рисунок 3).

Рисунок 3. Маслосырзавод «Починки» [4]

Каждое их этих трех предприятий проводит свои самостоятельные экскурсии на производстве, где экскурсантам предлагается возможность представить себя полноправными работниками предприятия, пройти санитарно-контрольный пункт и получили спецодежду. В рамках экскурсии можно посетить цех по производству нормализованного молока, цех по производству плавленых и твердых сыров, цех по производству сливочного масла. Можно увидеть своими глазами процесс отправки сформированных сыров на засолку, дозревание сыров, их упаковку и многое другое. Туристам предлагается попробовать все виды сыров и уловить тонкий вкус и аромат каждого.

Но каждое предприятие, конечно же, интересно по-своему. И для того, чтобы произвести сравнение, увидеть разные технологии производства, попробовать различные виды сыров, в Мордовии не хватает отдельного туристского продукта, который будет востребован как туристами с близлежащих регионов, так и проживающими на территории Мордовии.

Поэтому предлагается гастрономический сырный тур выходного дня по

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Мордовии и Нижегородской области. Первый день будет представлять собой посещение таких предприятий как ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский», МСЗ «Починки». Время в дороге займет около трех часов. После посещения первого предприятия и дегустации продуктов, в туре заложен обед в ресторане «Починъ», затем посещение второго предприятия. После экскурсии туристы отправятся в столицу республики, чтобы отужинать и переночевать в гостинице «Саранск». Во второй день тура предусмотрено посещение ООО Сыроваренный завод «Сармич», который известен своим высокотехнологичным производством на всю Россию. После экскурсии на заводе туристы вернутся в город, чтобы отобедать и посетить обзорную экскурсию «Шумбрат, Саранск!», где они познакомятся со всеми основными достопримечательностями города и увидят его историческую часть, затем следует ужин и отъезд по домам. Программа пребывания на маршруте изложена в таблице 1.

Таблица 1

Программа пребывания

| 1 день | |
|---|---|
| Время | Мероприятие |
| 09:00 | Выезд из г. Саранск |
| 10:00 | Экскурсия на предприятии ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский» |
| 13:40 | Обед в ресторане «Починъ» |
| 15:00 | Экскурсия на предприятии МСЗ «Починки» |
| 19:30 | Ужин в ресторане «Барон Мюнхгаузен» и свободное время |
| 2 день | |
| 09:20 | Завтрак в ресторане «Барон Мюнхгаузен» |
| 10:00 | Выезд из г. Саранск |
| 11:20 | Экскурсия на предприятии ООО Сыроваренный завод «Сармич» |
| 15:00 | Обед в ресторане национальной кухни «Мордовское подворье» |
| 17:00 | Экскурсия по городу «Шумбрат, Саранск!» |
| 19:00 | Ужин в ресторане «Барон Мюнхгаузен» (по желанию туриста) |
| 20:00 | Отъезд туристов |

В таблице 2 представлен паспорт маршрута проектируемого тура.

Таблица 2

Паспорт туристского маршрута

| Характеристика маршрута | Информация о маршруте |
|---|---|
| Наименование муниципального образования | Республика Мордовия, Нижегородская область |
| Вид туризма | Гастрономический, промышленный |
| Вид туристского маршрута | По способу передвижения: автобусный и пеший; по построению: радиальный |
| Пункт начала маршрута | г. Саранск – с. Ичалки – с. Починки – г. Саранск – г. Инсар |
| Пункт окончания маршрута | г. Саранск |
| Протяжённость маршрута | 330 км |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Характеристика маршрута | Информация о маршруте |
|---|---|
| Перечень объектов показа на маршруте | ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский», МСЗ «Починки», ООО Сыроваренный завод «Сармич» |
| Перечень объектов показа на обзорной экскурсии | Площадь Тысячелетия, Памятный камень, фонтан «Звезда Мордовии», Национальная библиотека им. А. С. Пушкина, туристско-информационный центр Республики Мордовия, Универсальный зал, Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, Мордовский республиканский музей изобразительных искусств имени С. Д. Эрьзи, центральный офис АО «Почта России», памятник адмиралу Ф. Ф. Ушакову, Кафедральный собор святого праведного воина Феодора Ушакова, скульптурная группа «Семья», памятник патриарху Никону, парк культуры и отдыха им. А. С. Пушкина, монумент «Навеки с Россией», музейно-этнографический комплекс «Мордовское подворье», музейно-архивный комплекс, часовня Александра Невского, памятник героям Первой мировой войны, площадь Победы, Советская площадь, администрация г. о. Саранск, Дом Республики, памятник В. И. Ленину, Дом Советов, стадион «Мордовия Арена» |
| Целевая аудитория маршрута | Специалисты сырной индустрии, семейные туристы, участники гастрономических и этнических туров |

Продолжительность путешествия: 2 сут. (двое суток).

Число туристов в группе: 20 + 1 гид-экскурсовод.

Стоимость (ориентировочная): 106 453,2 тыс. руб., стоимость на одного человека 5 322,66 тыс. руб. с учетом НДС.

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту: г. Саранск – с. Ичалки – с. Починки – г. Саранск – г. Инсар – г. Саранск.

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: гостиница «Саранск» 10 номеров 1 категории «Комфорт» (двухместный).

Перевозки предполагается осуществлять на специализированных туристских автобусах (аренда) вместимостью до 25 чел.

Питание туристов осуществляется следующими предприятиями: ресторан «Починъ» с. Починки, ресторан «Барон Мюнхгаузен» г. Саранск, ресторан национальной кухни «Мордовское подворье» г. Саранск.

Краткое описание путешествия.

В 09:00 выезд из г. Саранск. Прибытие в 10:00 на сыродельный комбинат «Ичалковский» с. Ичалки. Посещение экскурсии на предприятии. 13:40 – обед в ресторане «Починъ». 15:00 прибытие на МСЗ «Починки» с. Починки. Посещение экскурсии на предприятии и дегустация продукции. 18:00 – отъезд с предприятия. 19:30 – ужин в ресторане «Барон Мюнхгаузен» в г. Саранске. Ночевка в гостинице «Саранск», номер 1 категории «Комфорт» (двухместный). 9:00 – утренний подъем и

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

завтрак в ресторане «Барон Мюнхгаузен». 10:00 – отъезд от гостиницы «Саранск» г. Саранск, прибытие 11:20 на ООО Сыроваренный завод «Сармич». Посещение экскурсии на предприятии. 14:20 возвращение в г. Саранск и обед в ресторане национальной кухни «Мордовское подворье». 17:00 начало экскурсии «Шумбрат, Саранск!». 19:00 – ужин в ресторане «Барон Мюнхгаузен». 20:00 – отъезд туристов по домам.

Расшифровка схемы маршрута первого дня тура (рисунок 4): г. Саранск, ул. Коммунистическая, д. 35 (гостиница «Саранск») – Ичалковский район, с. Ичалки, ул. Мира, д. 2 (ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский») – Нижегородская область, с. Починки, ул. Заречная, д. 115 (ресторан «Починъ») – Нижегородская область, с. Починки, ул. Коммунистическая, д. 11 (МСЗ «Починки») – г. Саранск, ул. Коммунистическая, д. 35 (гостиница «Саранск»).

Рисунок 4. Маршрут первого дня тура [9]

Расшифровка схемы маршрута второго дня тура (рисунок 5): г. Саранск, ул. Коммунистическая, д. 35 (гостиница «Саранск») – Инсарский район, г. Инсар, ул. Строительная, д. 139 (ООО Сыроваренный завод «Сармич») – г. Саранск, ул. Коммунистическая, д. 35 (гостиница «Саранск»).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Рисунок 5. Маршрут второго дня тура [9]

Также необходимо сделать расчет проектируемого тура, он представлен в таблице 3.

Таблица 3

Калькуляция гастрономического сырного тура, группа из 20 чел.

| Калькуляционные статьи | % | Стоимостное выражение | |
|---|---|---|---|
| | | группа | 1 чел. |
| Страховка | – | 4 000 | 200 |
| Транспортные услуги | – | 34 000 | 1 700 |
| Проживание | – | 25 000 | 1 250 |
| Экскурсии на предприятиях | – | 13 800 | 690 |
| Итого переменных затрат: | – | 76 800 | 3 840 |
| Косвенные расходы туроператора | – | 340 | 17 |
| Полная себестоимость тура: | – | 77 140 | 3 857 |
| Налоги НДС: | 20 % | 92 568 | 4 628,4 |
| Прибыль туроператора | 15 % | 106 453,2 | 5 322,66 |
| Продажная цена тура: | | 106 453,2 | 5 322,66 |

Отличным продвижением проекта на рынке туристских услуг может выступать Туристско-информационный центр Республики Мордовия, где на его базе могут

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

создаваться и распространяться различные буклеты и брошюры с информацией по туру, а сотрудники ТИЦ могут приглашать туристов в это путешествие и давать необходимые сведения. Гастрономический тур под брендом «Сыры Мордовии» может претендовать на статус брендового маршрута, подобно этническому маршруту «Зов Торамы» [2]. Также бренд «Сыры Мордовии» при использовании определенных механизмов продвижения может стать таким же легко узнаваемым брендом республики, как С. Д. Эрьзя и Ф. Ф. Ушаков [3]. Еще одним хорошим средством продвижения выступят различные промышленные выставки, которые проходят, например, на базе «Мордовэкспоцентр». Кроме того, в республике может быть создано отдельное гастрономическое мероприятие, где будет представлена продукция всех сыродельных и молочных промышленных предприятий не только нашего региона, но и, например, регионов Приволжского федерального округа. Опыт проведения подобных мероприятий в республике уже есть – несколько лет проходит межрегиональный фестиваль национальной культуры «Кургоня», посвященный одноименному мордовскому блюду (рисунок 6).

Рисунок 6. На фестивале «Кургоня» [1]

Можно сделать вывод о том, что Республика Мордовия обладает достаточным потенциалом и значительными ресурсами для продвижения сырного туризма в нашей стране. Создав проект тура на основе сырной индустрии Республики Мордовия, можно

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

предположить, что это направление в гастрономической составляющей туризма республики будет популярно. Востребован проект будет среди работников сферы сыроварения, поможет скрасить их деловые поездки, сделать посещение производства более интересным, но стоит отметить, что гурманов и любителей сыра очень много, поэтому этот тур придется по душе многим.

## Библиографический список

1. В Мордовии состоялся V межрегиональный фестиваль «Кургоня–2019» / Официальный туристско-информационный портал Республики Мордовия. – Режим доступа: https://turizmrm.ru/news/in-mordovia-took-place-the-v-international-festival-kurgana–2019. (дата обращения: 27.05.2020).

2. Гавина Е. М., Жулина М. А., Сотова Л. В., Фирстов М. И. Туристский маршрут «Зов Торамы» как инструмент развития этнического туризма в Республике Мордовия // Финно-угорский мир. 2018. Т. 10. № 4. С. 74-87.

3. Каштанова М. Ю., Кусерова А. И. С. Д. Эрьзя и Ф. Ф. Ушаков как основные туристские бренды Республики Мордовия // География и туризм. 2018. № 2. С. 82-85.

4. Маслосырзавод «Починки» / Официальный сайт. – Режим доступа: http://pochinkimsz.ru/. (дата обращения: 27.05.2020).

5. ОАО Сыродельный комбинат «Ичалковский» / Официальный сайт. – Режим доступа: http://ichalki.ru/. (дата обращения: 27.05.2020).

6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (последняя редакция) / Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/. (дата обращения: 27.05.2020).

7. ООО Сыроваренный завод «Сармич» / Официальный сайт. – Режим доступа: http://sarmich.ru/. (дата обращения: 27.05.2020).

8. Сделано в Мордовии. Сыры / Официальный сайт интернет-издания. – Режим доступа: https://madeinmordovia.ru/cheeses/. (дата обращения: 27.05.2020).

9. Яндекс.Карты / Поисковая система. – Режим доступа: https://yandex.ru/maps. (дата обращения: 27.05.2020).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 379.85:574

# Петрова М.В. Отечественный и зарубежный опыт развития сельских территорий на основе общественного самоуправления и сельского туризма

## Native and foreign attempt of development of rural areas on basis of common self-management and rural tourism

**Петрова М.В.**
к.э.н., доцент,
Алтайский государственный аграрный университет,
Барнаул, Россия
Petrova M.V.
Phd, Associate Professor,
Altai state agrarian university, Barnaul, Russia

***Аннотация.*** *В статье рассмотрены особенности и значение сельского туризма для развития сельских территорий как в России, так и в зарубежных странах. Также уделено внимание взаимосвязи территориального общественного самоуправления и сельского туризма. Предлагается применить опыт развития сельских территорий в Европе на основе общественного самоуправления и в России. В результате развитие сельского туризма и общественного самоуправления будет способствовать развитию сельских территорий.*

***Ключевые слова:*** *сельский туризм, общественное самоуправление, сельские территории, развитие, Европа, Россия.*

***Abstract.*** *The article considers the peculiarity and the meaning of rural tourism for development of rural areas as in Russia both in foreign country. Also remove attention of relation of common self-management in rural areas and rural tourism. Proposed apply the attempt of development of rural areas in Europe on basis of common self-management to Russia. In results the development of rural tourism and common self-management contribute to development of rural areas.*

***Keywords:*** *rural tourism, common self-management, rural areas, the development, Europe, Russia.*

**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»

Сельский туризм – сфера деятельности, объединяющая направления как экономического, так и неэкономического характера, как международного, так и национального уровня. Начало развитию сельского туризма было положено в 1970 гг. XX века с целью приостановки массового оттока населения из сельской местности в город. Сельский туризм возник как относительно недорогая альтернатива туристическому курортному отдыху. Массовое распространение сельский туризм получил, прежде всего, в индустриально развитых странах, где первозданные ландшафты сохранились на небольших земельных площадях (в США – на 4 %, в Западной Европе – на 2-3 %).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Международная практика показывает, что развитие сельского туризма является крупной социально-экономической программой по переводу части аграрного сектора из сферы производства в сферу услуг. Нужно отметить, что в рамках сельского туризма практикуется и прямая производственная деятельность: возрождение и развитие различных народных и художественных промыслов, традиционного ремесленного производства, производство экологически чистых продуктов питания.

Интерес к сельскому туризму в мире повсеместный. Хорошим примером развития сельского туризма могут служить такие страны, как Италия, Франция, Нидерланды и Великобритания. Лидером европейского сельского туризма признана Италия, получающая ежегодно прибыль от него в размере примерно 350 млн. долл. Европейский союз на примере Италии видит в сельском туризме путь спасения сельского хозяйства стран Западной Европы.

Сельский туризм позволяет также найти средства и способы для сохранения природы. Во многих странах развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и воссоздания национальных сельских ландшафтов. Именно таким образом удалось сберечь альпийские луга Швейцарии, мельницы и каналы Нидерландов, старые парки и виллы Италии. [7]

Развитие туризма в сельских регионах – это инструмент перераспределительной модели для сокращения разрыва между наиболее отсталыми сельскими районами и другими отраслями экономики. Фактически во многих сельских регионах в Европе сельское хозяйство перестало быть самой важной формой использования земли и самой важной деятельностью сельской общины. [2]

В России в 2019 г. функционировало около 4,5 тыс. сельских объектов размещения туристов, их них 3,5 тыс. сельских гостевых домов и около 1 тыс. агротуристических ферм. Иных объектов сельского туризма (ремесленных мастерских, сельских музеев традиционного быта, сельских маршрутов, интерактивных программ и др.) – около 10 тыс. Количество проводимых сельских событийных мероприятий в стране – более 7 тысяч. [5]

Организацией и развитием сельского туризма в России занимаются:

- органы власти и местного самоуправления, осуществляющие программы развития сельского туризма;
- региональные ассоциации по развитию сельского туризма;
- инициативные группы ТОС в туризме (территориальное общественное самоуправление);
- специалисты особо охраняемых природных территорий;
- туристско-информационные центры, местные сельские предприниматели;

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

- сельские учреждения культуры и образования, краеведы, педагоги и просто инициативные люди, заинтересованные в сохранении культурного наследия и развитии своей территории.

Одна из важных задач сельского туризма – дать импульс развитию отдельных сельских поселений, повышению уровня доходов их жителей, уменьшение миграционного потока из сельской местности в города путем организации нового специфического сектора сельской экономики. Его развитию могут способствовать активные общественные деятели, участники территориальных общественных самоуправлений (ТОС).

Основные принципы для реализации местных инициатив:

- важно найти активных людей, пробудить инициативу «снизу» и организовать адекватное обучение, совместное планирование и организацию мероприятий;

- финансовые ресурсы для поддержки сельских инициатив доступны в регионах, но нужно умение и знание, чтобы ими воспользоваться;

- партнерство «власть – бизнес – население» поможет достичь устойчивых результатов;

- важно поддерживать лидеров сельского развития.

Согласно Федеральному закону «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» № 131-ФЗ, сельским поселением признается «один или несколько объединенных общей территорией сельских населенных пунктов (поселков, сёл, станиц, деревень, аулов и др.), в которых местное самоуправление осуществляется местным населением непосредственно и (или) через выборные или иные органы местного самоуправления». [8] Процветание сельской местности во многом зависит от активности его жителей и способности самостоятельно инициировать и выполнять проекты для развития села.

Рассмотрим успешный опыт по развитию сельских территорий на основе местных инициатив за рубежом.

В Европейском союзе реализуется программа «LEADER», то есть «Совместная деятельность по развитию сельской экономики». В её рамках осуществляется поддержка проектов, направленных на развитие сельских районов, инициированных на местном уровне. Первый этап этой программы был реализован в 1991-1993 гг., второй – в 1994-1999 гг., «LEADER+» – в 2000-2006 гг. В настоящее время (2014-2020 гг.) программа «LEADER+» расширена, чтобы охватить не только сельские, но и прибрежные районы малых городов под общей концепцией развития территорий через проектные инициативы местных жителей (Community led local development – CLLD), что в переводе означает «Местное развитие силами местного населения».

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Проекты «LEADER+» разрабатываются и реализуются местными инициативными группами (МИГ). Каждый проект должен охватывать относительно небольшую сельскую территорию с населением от 10 до 100 тыс. человек.

Ценности, на которых основана программа «LEADER+»:

- переосмысление местных ресурсов и участие местного населения;
- укрепление самостоятельности местных лидеров;
- генерация процессов местного развития силами местного населения.

Основные цели программы «LEADER+» следующие:

1. Поощрять инновационные проекты развития сельских районов.
2. Поддерживать сотрудничество между сельскими территориями: поощряется объединение и совместное использование ресурсов нескольких МИГ в рамках одного проекта.
3. Объединять усилия по развитию сельских территорий через обмен опытом и знаниями, через создание баз данных, распространение информации и подготовку публикаций об успешных практиках.

Основные принципы местного развития программы «LEADER+»:

1. Территориальность

Местное развитие происходит на небольшой однородной территории.

2. «Снизу вверх»

Местные жители сами разрабатывают стратегию, проекты и определяют инструменты их реализации.

3. Государственно-частное партнерство

МИГ – это партнерские добровольные объединения, в которые входят организации государственного, частного и общественного секторов, а также активные жители сельских поселений.

4. Инновационность

Приветствуются инновационные методы и подходы в проектах МИГ.

5. Интеграция

Приветствуется взаимодействие между экономическими, социальными, культурными и экологическими секторами, проекты должны предусматривать межсекторный комплексный подход.

6. Сетевое взаимодействие

Обмен информацией, построение сетей, что позволяет организовать взаимодействие на местном, региональном, национальном и межнациональном уровнях.

7. Сотрудничество

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Приветствуется сотрудничество и обмен опытом между МИГ. [4]

Многие европейские страны использовали средства программы «LEADER+», выделяемые на конкурсной основе. При этом они добились прогресса в развитии сельских территорий и получили значительные социальный, экологический и экономический эффекты. Один из важнейших результатов данной программы – это устойчивая сеть местных инициативных групп, которые продолжают развивать свои территории, становясь ядром местных сообществ.

Яркий пример реализации подходов программы «LEADER+» – это местная инициативная группа «Стражницко», находящаяся в Южной Моравии (Чехия), которая является регионом «чистого» туризма в Центральной Европе. Муниципалитеты данного региона объединили усилия с целью устойчивого развития, в частности, создания сети маршрутов и зеленых насаждений, сохранения культурного наследия и создания комфортной среды обитания для местных жителей и гостей. Начиная с 2003-2005 гг. в данном регионе существует сеть общественных организаций, объединивших для развития микрорегиона местные органы власти, НКО и предпринимателей. Они финансируются в основном из бюджета Европейского союза и распределяют гранты ЕС в соответствии со стратегиями местного развития. Данное объединение включает 11 муниципалитетов, 18 хозяйствующих субъектов, 3 НКО и добровольцев, охватывает площадь 130,6 км$^2$ и 16,7 тыс. человек населения. [1]

После сложных дискуссий была разработана «Стратегия местного развития силами сообщества», которая является основой для развития микрорегиона. Стратегия включает План действий для поддержки фермеров и предпринимателей, План действий для развития деревень, школ и объединений, а также План действий по охране окружающей среды. Согласно Планов действий инициативная группа создает проекты для получения грантов по программе «LEADER+». При этом придерживаются принципов, что каждый проект должен отвечать критериям: инновация, интеграция и устойчивость.

К основным целям Стратегии развития данного региона относятся:

1. Развитие предпринимательства в сельской местности.
2. Развитие сферы услуг для туристов.
3. Развитие управления сёлами (услуги для жителей, поддержка семей).
4. Развитие местного сообщества (обучение, традиции, культура).
5. Забота об окружающей среде (охрана природы, решение проблемы мусора).
6. Совершенствование инфраструктуры (комплексное развитие территории).

Задачи программы «LEADER+» для данного региона включают:

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

1. Поддерживать сотрудничество всех секторов общества для развития региона путем децентрализации инвестиций.
2. Устойчиво использовать и сохранять уникальную природу, ландшафт, фольклор, ремесла и сельское хозяйство Моравско-словацкого региона в сотрудничестве с ЕС.
3. Повысить эффективность использования старых зданий и исторических ландшафтов.
4. Содействовать повышению занятости населения, связанной, в первую очередь, с предоставлением услуг в области сельского туризма, малого бизнеса и охраны природы.
5. Вовлекать молодежь в процессы регионального планирования и создавать возможности для её занятости, способствовать закреплению молодого поколения в сельской местности.

Предлагается распространить положительный опыт данного региона в области территориального общественного самоуправления и на сельских территориях России.

В России уже есть пример реализации проекта развития территориального общественного самоуправления на основе принципов программы «LEADER» – это проект «Северное сияние: женские инициативы для устойчивого сельского развития». Цель проекта: разработка, внедрение и распространение жизнеспособных моделей малого бизнеса, связанного с неистощительным природопользованием. Данный проект организован по инициативе активных женщин, участвующих в развитии сельских территорий (предприниматели, лидеры местного самоуправления), так как именно женщины часто выступают в качестве лидеров в области социального предпринимательства, местного самоуправления и активно способствуют устойчивому развитию сельских территорий. Проект реализуется с 2019 г. до 2022 г. при поддержке Агентства развития сельских инициатив (АРСИ) в России и Европейского союза, при участии НКО «Махаон Интернешнл» из Словакии. Регионы реализации проекта: Архангельская, Мурманская области и республика Коми. [6]

Основные направления деятельности проекта:

1. Изучение и применение на практике европейского опыта реализации программы «LEADER» в сельских регионах для построения межсекторного взаимодействия, партнерских сетей и формирования совместных стратегий для поддержки социально-ориентированного бизнеса и решения комплексных проблем развития микрорегионов.
2. Выделение малых грантов, обучение и консультирование для поддержки жизнеспособных сельских предпринимательских инициатив, предоставления комплексных туристических услуг.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

3. Создание системы эффективного маркетинга продукции и услуг сельских регионов, создание новых каналов продаж и партнерских сетей малых предпринимателей.
4. Укрепление сети ресурсных центров сельского развития.

Стратегические цели данного проекта следующие:

1. Формирование и развитие партнерства «бизнес – власть – гражданское общество» на уровне микрорегионов.
2. Проведение тренингов, стажировок и стратегических сессий.
3. Совместная разработка и начало реализации Стратегии и плана действий.
4. Разработка и реализация инновационных проектов (сельский туризм, производство и продвижение продукции и услуг, социально-культурные инициативы).
5. Обеспечение доступа к региональным программам финансирования.

В России также реализуется проект «Искры надежды российских деревень», направленный на развитие гражданского общества через обучение и поддержку активистов сельских территориальных общественных самоуправлений. Инициаторы проекта выявляют активных общественных деятелей в регионах, чтобы помочь им информационно (через консультации экспертов, семинары и вебинары) и распространить положительный опыт. Исполнитель проекта – АНО «Экоцентр «Заповедники», г. Москва при поддержке региональных партнеров. Пилотные регионы, где реализуется проект – Архангельская, Владимирская, Калининградская, Воронежская и Самарская области, Краснодарский и Алтайский края и Республика Алтай.

Таким образом, туристический потенциал сельских территорий не статичен и способен меняться со временем. Социально-культурные события и проекты микро-, мезо-, макроуровня в сельской местности могут стать сегодня тем драйвером, который даст толчок развитию сельской территории. [3] Сельский туризм – это движущая сила развития территорий, инструмент создания новых рабочих мест, новых возможностей для малого и среднего бизнеса.

Сельский туризм является частью политики диверсификации сельского хозяйства, развития местных сообществ, то есть понимается более комплексно и широко, чем часть индустрии туризма, и скорее является инструментом поддержки и развития сельских территорий. Следует отметить, что развитие сельского туризма нужно осуществлять не только для расширения туристической индустрии, но и для развития сельской экономики в целом. Основной целью развития сельского туризма является улучшение условий жизни местного населения. Как было рассмотрено выше, сельский туризм может стимулировать развитие сельской экономики на основе совершенствования общественного самоуправления.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Библиографический список

1.Белова С.Ю. Европейский опыт развития сельских территорий силами местных инициативных групп [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://machaon.eu/ru/all-projects/

2.Лёвочкина Н.А. Институциональная среда развития агротуризма (на примере зарубежных стран) // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: сборник материалов XVIII Международной научно-практической конференции, посвященной 415-летию г. Томска. – Томск, 2019. – С. 34-38.

3. Лёвочкина Н.А. Социально-культурный EVENT как тренд развития сельской территории и агротуризма // Природное и культурное наследие Урала: материалы IX Всероссийской научно-практической конференции (8 июня 2018 г.) / Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск: изд-во ЧГИК, 2018. – С. 236-237.

4. Пантюхина С.В. Аналитический обзор стратегий и практического опыта некоторых европейских стран в развитии сельского туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://просельскийтуризм.рф/assets/file/recommendations_project_fin.pdf

5. Петрова М.В. Тенденции развития сельского туризма в России и в Алтайском крае // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020.- № 4-3(62). – С. 5-8.

6. Проект «Северное сияние: женские инициативы для устойчивого сельского развития» [Электронный ресурс] – Режим доступа // URL: https://machaon.eu/ru/detail-project/northern-lights-women-led-initiatives-in-inclusive-sustainable-rural-development/

7. Стасюкова Н. Методические рекомендации по развитию сельского туризма. – Свердловск, 2008. [Электронный ресурс] – Режим доступа // URL: http:// pandia.ru/text/77/196/43360.php

8. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ // Российская газета. – 2003. - № 202 от 08 октября 2003 г.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

## Экономика и право

УДК 332.62

# Яроцкая Е.В., Любицкая Е.В. Исторические аспекты развития правового регулирования методики государственной кадастровой оценки земель и оценочного зонирования в период земельной реформы

## Historical aspects of the development of legal regulation methods of state cadastral valuation and valuation zoning during the land reform period

**Яроцкая Елена Вадимовна,**
к. э. н., профессор
Заведующая кафедрой землеустройства и земельного кадастра
Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина
Краснодар, Россия
**Любицкая Елена Васильевна**,
магистрант
Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина
Краснодар, Россия
Yarotskaya Elena Vadimovna,
Candidate of Economics, professor
head of a chair of the Department of Land Management and Land Cadastre
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
Lyubitskaya Elena Vasilyevna, student
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia

***Аннотация.*** *Авторами рассмотрен исторический процесс развития нормативно-правового регулирования методики государственной кадастровой оценки и оценочного зонирования территории в период земельной реформы, начатой в 90-е годы XX века. Приведен ретроспективный анализ основных правовых документов, регламентирующих проведение кадастровой оценки земель и оценочного зонирования территории. Выявлены основные недостатки рассмотренных нормативных документов и выявлены тенденции по их совершенствованию в последующих принятых нормативных актах. Рассмотрены особенности проведения оценочного зонирования территории в актуальном на сегодняшний день законодательстве и определены пробелы в современной системе правового регулирования данной процедуры. Авторами обоснована необходимость и направления совершенствования нормативно-правового регулирования методики государственной кадастровой оценки земель и оценочного зонирования территории.*

***Ключевые слова:*** *оценка земель, методика оценки земель, государственная кадастровая оценка, ценовое зонирование, оценочное зонирование, исторические аспекты.*

***Abstract.*** *The authors examined the historical process of development of legal regulation of the state cadastral valuation methodology and zoning assessment of the territory during the land reform, which began in the 90s of the XX century. A retrospective analysis of the main legal acts governing the conduct of cadastral valuation of land and estimated zoning of the territory is given. The main shortcomings of the considered regulatory documents are identified and trends for their improvement in subsequent adopted regulatory acts are identified. The features of the assessment zoning of the territory in the current legislation are considered and the gaps in the modern system of legal regulation of this procedure are identified.*

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

*The authors substantiated the need and directions for improving the legal regulation of the state cadastral valuation methodology and territorial valuation zoning.*

***Keywords:*** *land valuation, land valuation methodology, state cadastral valuation, price zoning, valuation zoning, historical aspects.*

Рецензент: Папаскири Тимур Валикович - доктор экономических наук, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, заслуженный работник сельского хозяйства Российской Федерации, почетный землеустроитель России, и др. декан факультета землеустройства ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству. Эксперт РАН

**Введение.** В современном мире в странах с рыночной экономикой особую ценность представляют собой земли населенных пунктов. Повышение эффективности их использования с целью устойчивого экономического развития городов является одним из основных направлений земельной политики государства. Земли населенный пунктов обеспечивают стабильный доход в местные бюджеты и, как следствие, являются ценнейшим ресурсом в системе экономики страны. Система налогообложения земель обеспечивает их функционирование в качестве средства производства, товара и объекта социально-экономических отношений.

**Актуальность.** Для современного мира характерна быстроразвивающаяся и постоянно совершенствующаяся система налогообложения, что ведет к необходимости в своевременной корректировке и совершенствованию нормативно-правовой базы, составляющей ее основу. Таким образом, изучение вопросов об исторических этапах развития нормативной методологии процедуры государственной кадастровой оценки земель и ее нормативной основы представляет особую актуальность.

**Основная часть.** Толчком в развитии системы налогообложения в Российской Федерации стали изменения в земельной политике государства, произошедшие с началом проведения в 90-х гг. XX века земельной реформы, которая ввела частную собственность на землю [1].

Начало правовому регулированию методики проведения кадастровой оценки земель было положено с принятием 14 июня 1996 года Временных методических рекомендаций по кадастровой оценке стоимости земельных участков (далее – Рекомендации 1996 года) [2]. Данный правовой акт стал для России первым нормативным документом, законодательно регулирующим процедуру кадастровой оценки. Недостатком его являлись рекомендательный характер и недостаточная проработанность положений по практическому применению данных рекомендаций. Понимая это, разработчики нормативно-правового акта изначально в названии закрепили его «временный» статус.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Рекомендации 1996 года предлагали разделение земель с целью проведения земельно-оценочных работ на две группы. К первой группе (Группа А) были отнесены земельные участки, для которых характерен интенсивный земельный рынок, имеются цены предложений и совершенных сделок с земельными участками и имеются статистические данные по совершенным сделкам. Ко второй группе (Группа Б) были отнесены земельные участки, для которых рынок только формируется и отсутствует достаточная для проведения оценки статистическая информация по ценам предложений и совершенных сделок с земельными участками.

Следует также отметить, что в Рекомендациях 1996 года впервые нашло отражение, хоть и косвенное, процедура оценочного зонирования территории. Так, согласно данному нормативно-правовому акту, для осуществления процедуры кадастровой оценки земель требовалось разделить оцениваемую территорию на микрозоны. Принцип формирования таких микрозон предполагал группирование земельных участков со схожими показателями их рыночных цен и исходя из их основного хозяйственного (или юридического) назначения использования.

Стимулом для дальнейшего развития правового регулирования методики кадастровой оценки являлся недостаточный уровень проработанности Рекомендаций 1996 года. Данный правовой акт не устанавливал конкретных подходов и методов оценки, он лишь описывал базовые принципы, на которых должна быть построена процедура государственной кадастровой оценки земель. В связи с этим 8 апреля 2000 года Постановлением Правительства РФ № 316 были утверждены «Правила проведения государственной кадастровой оценки» (далее – Правила) [3].

В данном нормативно-правовом акте впервые дается четкое определение оценочного зонирования территории как составной части процедуры государственной кадастровой оценки, а также дается краткое описание составных элементов и процедуры оценочного зонирования. Так, согласно Правилам, объединение земель в ценовые зоны происходило по схожести признаков целевого назначения, функционального использования и кадастровой стоимости земельных участков. Правила устанавливали также методику формирования границ оценочных зон и закрепляли обязательный выходной документ по результатам проведения данной процедуры – карта (схема) оценочных зон.

На основе утвержденных Правил процедура государственной кадастровой оценки земель стала проводиться с использованием методов статистического анализа, что предполагало наличие в Российской Федерации хорошо развитого рынка купли-продажи земельных участков. Но на данном этапе земельной реформы фактическая развитость этого рынка не соответствовала оптимистическим ожиданиям

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

разработчиков Правил, и применение нормативного акта на практике встретило существенные трудности. Серьезным недостатком также являлось отсутствие в нормативно-правовой базе (в том числе и в Правилах) понятия кадастровой стоимости.

Следующим шагом в развитии нормативно-правовой базы методики государственной кадастровой оценки стало утверждение 26 августа 2002 года Методики государственной кадастровой оценки земель поселений (далее – Методика 2002 года) [4]. Методика 2002 года стала основой современного понимания кадастровой оценки. Данная методика базировалась на положениях Правил 2000 года, но существенно отличалась от предшествующих ей нормативно-правовых документов. Отличия Методики 2002 года от документов-предшественников представлены в схеме на рисунке 1.

Рисунок 1. Отличия Методики 2002 года от предшествующих ей нормативных документов

Характерной положительной особенностью Методики 2002 года, отличавшей ее от всех предшествующих и последующих нормативных актов, регулирующих проведение кадастровой оценки, являлась возможность применения экспертно-

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

аналитического подхода к оценке в условиях дефицита информации по земельному рынку.

В Методике 2002 года отсутствовало прямое упоминание об оценочном зонировании территории, как составной части государственной кадастровой оценки земель, но зонирование косвенно находит отражение в самой процедуре оценки, которая проводилась путем кластеризации оцениваемой территории.

Наступление следующего этапа в процессе совершенствования нормативно-правового регулирования методики государственной кадастровой оценки связано со значительными изменениями в земельном законодательстве, а именно с изменением с 1 января 2005 года порядка исчисления налога на недвижимость – базой налогообложения стала кадастровая стоимость объектов недвижимости. Это обусловило необходимость в конкретизации методологии государственной кадастровой оценки и повышении качества ее результатов. С целью достижения поставленных задач 15 февраля 2007 года приказом Минэкономразвития были утверждены Методические указания по государственной кадастровой оценке земель населённых пунктов (далее – Методика 2007 года) [5].

Особенностью Методики 2007 года является применение гедонического подхода к определению кадастровой стоимости земли, т.е. при формировании стоимости учитывались не только ценообразующие факторы, но и степень их влияния на формирование стоимости. Для расширения инструментария Методики 2007 года были разработаны Технические рекомендации по государственной кадастровой оценке земель населённых пунктов [6] (далее – Технические рекомендации), в которых был обозначен перечень ценообразующих факторов.

Главной особенностью Методики 2007 года является переход к такой системе оценки, в которой непосредственно сам земельный участок является объектом оценки. Такой подход обусловил принципиальное отличие Методики 2007 года от ее нормативно-правовых предшественников.

Наиболее существенным недостатком Методики 2007 года можно считать то, что она устанавливала методику построения модели кадастровой стоимости земельного участка на основе избыточного количества рыночной информации, хотя в действительности имел место быть недостаток таковой, вызванный дефицитом сделок с земельными участками. Еще более усугубляло ситуацию то, что разработчики Технических рекомендаций, подразумевая развитый рынок земель, расширили количество видов разрешенного использования земельных участков (далее –ВРИ) до 16, что ещё больше сократило объём исходной рыночной информации по отдельным категориям ВРИ.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

В Методике 2007 года, как и в Методике 2002 года, отсутствовало прямое упоминание об оценочном зонировании территории. В основе проведения оценки лежала группировка земельных участков. Для проведения группировки земельных участков в составе земель населенных пунктов определялся перечень факторов стоимости, на основе которых должна быть проведена группировка, а также значения и (или) диапазон значений данных показателей для отнесения земельных участков в составе земель населенных пунктов к соответствующей группе.

Следует отметить, что 3 июля 2012 года Технические рекомендации на основании Приказа Росреестра № П/276 «О признании утратившими силу отдельных приказов Федерального агентства кадастра объектов недвижимости» утратили юридическую силу и нормативно-правовые аспекты кадастровой оценки, прописанные в них, остались без нормативно-правового регулирования.

Дальнейшие изменения в законодательстве связаны с «системным кризисом действующей модели». Первым шагом в процессе реформирования института кадастровой оценки стало принятие в 2016 году Федерального закона «О государственной кадастровой оценке». На основании данного закона процедура государственной кадастровой оценки перешла в компетенцию деятельности Государственных бюджетных учреждений [7].

Следующим шагом в трансформации законодательной системы стала разработка Методических указаний о государственной кадастровой оценке [8] (далее – Методика 2016 года). Характерной особенностью Методики 2016 года является ее ориентированность на методы многомерной регрессии и большие объёмы информации.

Методика 2016 года не нашла практического применения в связи с утверждением 12 мая 2017 года новых Методических указаний о кадастровой оценке (далее – Методика 2017 года) [9]. Данная методика была существенно проработана и включала в себя совокупность различных категорий и ВРИ земель.

Одним из наиболее значимых нововведений в законодательстве стало закрепление предельного размера кадастровой стоимости земельного участка, который не должен был быть ниже затрат на межевание такого участка и оформление прав на него и выше рыночной стоимости данного участка. Также Методика 2017 года определяла подходы к методам массовой оценки – доходный, затратный и сравнительный. Методикой 2017 года был вновь, после отмены Технических рекомендаций в 2012 году, введен перечень ценообразующих факторов.

Согласно Методике 2017 года сбор рыночной информации происходит по следующим типам операций: предложение – продажа, сделка купли-продажи, предложение – аренда, сделка – аренда. Следует отметить, что Методика 2017 года

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

представляла возможность сбора дополнительной информации об объектах оценки за счет предоставляемых собственниками объектов данных об их характеристиках.

В Методике 2017 года значительное внимание уделено процедуре оценочного зонирования территории. Согласно данному нормативно-правовому акту ценообразующие факторы, влияющие на кадастровую стоимость земельных участков, рассматриваются на основе зонирования оцениваемой территории. Оценочное зонирование территории также должно производиться на этапе определения значений факторов стоимости, при этом зоной считается территория, на которой располагаются близкие по значению показатели, а результирующей ценовой зоной – территория с близкими значениями удельных показателей рыночной стоимости типов недвижимости. Оценка производится на основании типового значения объекта оценочной зоны.

Следует отметить, что в процессе развития законодательства, регулирующего методику проведения государственной кадастровой оценки, оценочному зонированию территории не всегда было уделено должное внимание, что частично находило отражение в представленных ранее недостатках предлагаемых до 2017 года методик. Как можно видеть, разработчики Методики 2017 года учли данный пробел в земельном законодательстве и уделили большое внимание регламентированию оценочного зонирования территории. Тем не мене законодательство все еще имеет пробелы в регламентировании данной процедуры и нуждается доработках [10]. Недостатками ее являются:

– Законодательное регулирования оценочного зонирования территории носит рекомендательный характер и не находит отражение в иных, помимо Методики 2017 года, нормативно-правовых актах. Как следствие на практике оценочное зонирование реализовано только в крупных городах;

– Отсутствие детально описанных единых стандартов проведения оценочного зонирования территории, что приводит в разрозненности методик проведения данной процедуры в различных регионах;

– Оценочные зоны значительно укрупнены, вследствие чего не учитываются «локальные центры» оцениваемых территорий.

**Выводы.** На сегодняшний день важнейшими факторами определения стоимости земельных участков являются их фактические свойства и уровень цен в том сегменте рынка, к которому принадлежит участок на данной территории. Методы определения стоимости земель представлены индивидуальной и массовой оценкой. Оба метода основываются на систематическом отборе, анализе и обработке информации с целью получения конечного результата – стоимости земельного участка [11].

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Ретроспективный обзор исторических этапов правового регулирования методики государственной кадастровой оценки и оценочного зонирования территории в период земельной реформы показал, что на настоящее время осталось значительное количество нерешённых вопросов, связанных с определением кадастровой стоимости земель в условиях разной развитости рынка земель, а также имеют место быть значительные пробелы в нормативном регулировании процедуры оценочного зонирования территории.

## Библиографический список

1. Барсукова Г. Н. История земельных отношений и землеустройства : учеб. пособие / Г. Н. Барсукова, Н. М. Радчевский, К. А. Юрченко. – Краснодар : КубГАУ, 2014. – 456 с.

2. О методических рекомендациях по кадастровой оценке земли : Письмо Роскомзема от 14 июня 1996 г. № 1-16/1240. [Электронный ресурс].– Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://base.consultant.ru (дата обращения: 20.05.2020).

3. Волкова Я. А. Метод территориально-временной экстраполяции рыночных данных для кадастровой оценки в условиях малоразвитого рынка земель (на примере земель индивидуальной жилой застройки) : дис. канд. тех. наук. / Я. А. Волкова. – Санкт-Петербург, 2018. – 171 с.

4. Об утверждении Методики государственной кадастровой оценки земель садоводческих, огороднических и дачных объединений: Приказ Росземкадастра от 26 августа 2002 г. № П/307. [Электронный ресурс].– Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://base.consultant.ru (дата обращения: 23.05.2020).

5. Об утверждении федерального стандарта оценки «Цель оценки и виды стоимости (ФСО № 2)»: Приказ Минэкономразвития РФ от 20 июля 2007 г. № 255 // Российская газета. – 2007. – № 194.

6. Технические рекомендации по государственной кадастровой оценке земель населенных пунктов: Приказ Федерального агентства кадастра объектов недвижимости от 29 августа 2008 г. № П/0152. [Электронный ресурс]. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://base.consultant.ru (дата обращения: 23.05.2020).

7. Яроцкая Е. В Использование земель при кластеризации: российский и зарубежный опыт / Е. В. Яроцкая, С. С. Бугаев // В сборнике: Землеустройство, кадастр

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

недвижимости и мониторинг земельных ресурсов Материалы всероссийской научно-практической конференции, посвященной 15-летнему юбилею кафедры землепользования и земельного кадастра Бурятского государственного университета. – 2018. С. 75-78.

8. Об утверждении Правил проведения государственной кадастровой оценки земель: Постановление Правительства РФ от 08 апреля 2000 г. № 316 // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 16. – Ст. 1709.

9. Методические указания о государственной кадастровой оценке : Приказ Минэкономразвития России от 12 мая 2017 г. № 226 // Собрание законодательства РФ. – 2017. – № 46860. – С. 144.

10. Любицкая Е. В. Основные аспекты и недостатки ценового зонирования / Е. В Любицкая, Е. В. Яроцкая // Эпомен. – 2020. № 35. С. 172-180.

11. Яроцкая Е. В. Проблемы применения ГИС в управлении земельными ресурсами на муниципальном уровне / Е. В. Яроцкая, А. М. Патов // Информационные технологии в экономике, бизнесе и управлении: материалы III междар. науч.- практ. конф. / ТГУ имени Г.Р. Державина. – Тамбов, 2016. – С. 255–261.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

# Экономика образования

УДК 33

## Глущенко В.М., Пронькин Н.Н., Симаков А.И. Роль образования в человеческом капитале

The role of education in human capital

**Глущенко В.М., Пронькин Н.Н., Симаков А.И.**
Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет)
Glushchenko V.M., Pronkin N.N., Simakov A.I.
First Moscow State Medical University named after Sechenov of the Ministry of Health of the Russian Federation
(Sechenov University)

***Аннотация.*** *Статья посвящена анализу эволюции человеческого капитала и роли образования в его развитии в новых условиях.*

***Ключевые слова:*** *Человеческий капитал, моральный и физический износ человеческого капитала, креативный класс, творческий характер труда, творческий человек, образование, воспитание, патриотизм, креатосфера.*

***Abstract.*** *The Article analyzes the evolution of human capital and the role of education in its development in new conditions.*

***Keywords:*** *Human capital, moral and physical deterioration of human capital, creative class, creative nature of work, creative person, education, education, patriotism, creatosphere.*

Рецензент: Захарова Светлана Германовна - Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления в Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского

Накопленный страной человеческий капитал составляет основу, базу современной экономики. Он является главным фактором социально-экономического развития на макро – и микроуровнях. Развитие ведущих стран мира привело к формированию в XX веке постиндустриальной, а затем и новой экономики – экономики знаний, инноваций, глобальных информационных систем и новейших технологий; экономики творческого, интеллектуального труда, науки и технологического венчурного бизнеса.

Основу новой экономики составляет человеческий капитал, являющийся главной движущейся силой социально-экономического развития современного общества. Изменение роли человеческого капитала, превращение его из затратного фактора в

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

основной производительный и социальный фактор развития, привело к необходимости формирования новой парадигмы развития. В рамках новой парадигмы развития стран и мирового сообщества в целом человеческий капитал занял ведущее место в национальном богатстве развитых стран.

Анализ содержания и условий капитализации человеческого капитала позволяет выработать обобщённое определение человеческого капитал как экономической категории современного информационно-инновационного общества: *«Человеческий капитал – это сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определённый запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно использовать в процессе труда, содействия росту его производительности и заработка»* [10].

Вероятность того, что страна с положительным накопленным ЧК достаточного уровня и качества создаст инновационную экономику, велика. Положительный ЧК обеспечивает полезную отдачу от инвестиций в процессы развития и роста. Инвестиции в ЧК и экономику порождают дополнительные блага для общества, населения и государства в целом.

Развитие стран *с догоняющими экономиками* осложняется тем обстоятельством, что человеческий капитал (ЧК) может принимать и отрицательные значения. То есть ЧК становится тормозом при переходе в новую систему экономических и политических координат, к новой экономике, к новому государственному устройству, в частности, через состояния бифуркации (сильно неравновесные состояния). Отрицательный человеческий капитал формируется на базе негативных сторон менталитета нации, низкой культуры населения, включая её рыночные составляющие (в частности, этику труда и предпринимательства). В отрицательный ЧК вносят свой вклад антиобщественные и преступные наклонности, коррупция, безверие, нигилизм, цинизм и депрессия населения, раскол между населением и государством.

Следует отметить тот факт, что ориентация на совершенствование и развитие человеческих качеств всегда была и остаётся одним из ключевых приоритетов социально-экономического развития общества и государства. И хотя такой прогресс до сих пор остаётся скорее следствием, чем целью реальной экономической политики в большинстве стран мира, практическая значимость решения задачи прогресса человека как одной из высших ценностей для его успешности, устойчивого роста экономики и процветания государства ни у кого не вызывает сомнений [4]. Не случайно в этом контексте и то, что уже более пятидесяти лет тема человеческого капитала является одной из самых популярных для обсуждения в экономической, а нередко в философской и социологической средах.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Полемика по вопросу человеческого капитала ещё не угасла, а на уровне практики применения всё больше и больше стран приходят к выводу о важности инвестиций в различные сферы, способствующие росту и улучшению совокупного человеческого капитала, беспрестанно строятся новые и новые модели в экономической теории, которые позволяют выявлять всё большую связь между уровнем человеческого капитала и различными важнейшими категориями, определяющими качество самой экономики государств. В последнее время всё острее встаёт вопрос о создании прочной и широкой креатосферы, о формировании обществом не просто Homo sapiens – человека разумного, а людей по типу Homo Creatus – человека творческого, ибо именно люди творческие и являются теми пассионариями, которые будут двигать экономику, социум, и государство в целом к устойчивому развитию. Однако здесь возникает вопрос: развиты ли в данном обществе те условия, которые делают возможным рождение человека творческого? В условиях современности наивысшим благом, которое на первых этапах жизни индивида является раскрывающим (помогает выявить способности индивида и его предрасположенность к чему-либо), развивающим и преумножающим его потенциал, выступает *образование* [20].

О проблеме образования с точки зрения его стоимости и качества много написано и сказано, мы же укажем на связь между экономической ситуацией, преобладающими в российском обществе морально-нравственными установками и выбором современной молодёжью своей профессии.

К сожалению, наш постсоветский социум сложился в 90-е годы прошлого века таким удивительным образом, что для человека честного, трудолюбивого и целеустремлённого, то есть для человека творческого, не созданы условия для реализации желаний по природной его предрасположенности и творческого потенциала во благо общества и государства. Поэтому на стадии выбора направления будущего высшего профессионального образования (ВПО) с целью получения соответствующей профессии, абитуриент и его родители действовали рационально, взвешивая все расходы и будущие выгоды от требуемых инвестиций. Нередко случалось так, что выбор, кажущийся целесообразным, с учётом финансовых и других возможностей не совпадает со способностями и желаниями будущего студента.

Такой подход к выбору профессии и высшего учебного заведения (ВУЗа) для её получения осуществляется, можно сказать, по принципу «инстинкта самосохранения» или из навязанного кем-то мнения. Во втором случае речь идёт, как правило, о денежном фетишизме или о похожих на него заболеваниях, бытующих в современном обществе, которые делают из человека некого финансового аналитика высших учебных

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

заведений с одним критерием: *величина будущей заработной платы* выпускника ВУЗа [20]. Отчасти это вина самих представителей молодёжи и их родителей, но отчасти это и вина всего общества и государства. В случаях, условно названном «самосохранением», речь идёт о том состоянии опасного безденежья, которое часто поджидает выпускников ВУЗов, ведь уровень оплаты труда в некоторых профессиях с трудом позволяет удовлетворять базовые потребности человека с ВПО.

Обычно, выбирая ВУЗ не для души, а для материального благополучия, многие рассчитывают на второе высшее образование, что его получение будет уже связано с их желаниями и природной предрасположенностью. Однако, как позывает практика, редко у кого так получается, ведь время упущено и «замороженные» на это время способности индивида впоследствии требуют некоторого периода реабилитации, пробуждения. Нетрудно догадаться, что происходит дальше. Полученные для нелюбимой профессии знания, навыки и умения вытесняют постепенно индивидуальные природные предрасположенности индивида, подтачивая креативный стержень личности, и общество получает, как правило, посредственную личность, а не творческую.

Исходя из всего сказанного, можно сделать вывод, что *рациональное поведение во время инвестирования средств в человеческий капитал не есть одновременно и эффективное обогащение этого капитала.* Соответственно, говоря о частных и социальных нормах отдачи от инвестирования, следует заметить, что наличие первой – частной, критерием для которой обычно является заработная плата, не тождественно появлению второй – социальной, критерием которой является общественно значимые продукты созидательной деятельности индивида [17].

С момента появления теории человеческого капитала возникло множество работ, посвящённых его роли для развития общества и государства. На данный момент важность инвестиций в человеческий капитал на государственном уровне признаётся не только объективной, но и одной из наиболее рациональных мер для развития экономики страны.

Современные тенденции, главенствующие на рынке труда, инициируют необходимость в новом типе работника – человеке творческом, способном на креативный подход в своей профессии. Это, в свою очередь, лишний раз доказывает изменение «портрета» работника-профессионала для 21-го века и возвещает о потребности в расширении креатосферы с помощью воздействия именно государства для его же развития и процветания общества. Нет сомнения в том, что именно мир культуры посредством расширения сфер, в которых создаются культурные ценности, процессы формирования, воспитания, обучения и всестороннего развития человека как

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

свободной и развивающейся личности, позволит государству добиться стабильности, устойчивого развития и процветания общества.

Тяготение теории человеческого капитала к формуле «инвестиции – будущий доход» вместо стремления к наращиванию творческой составляющей труда наёмного работника и созданию благоприятных условий для данного наращивания, прежде всего, и является одной из самых опасных причин износа человеческого капитала – креативного износа индивида. Соответственно, формирование инстинктов рациональности с полным принятием идеи инвестиций в человеческий капитал (с указанным выше подходом) не только не будет способствовать повсеместному улучшению качества профессионального облика работника, но и играть будет против него, ухудшая и уменьшая креативный сектор экономики государства. Этот вывод следует принимать во внимание и, разумеется, учитывать при формировании модели развития *человеческого потенциала государства*, от которого зависят все сферы жизнедеятельности общества, в том числе и национальная безопасность страны, основными видами которой, как известно, являются: экономическая, социальная, политическая, военная, экологическая, правовая, научно-техническая, технологическая, культурная, интеллектуальная, инновационная, информационная, демографическая и другие. Таким образом, приходится констатировать, что сам генезис теории человеческого капитала до сих пор имеет большое значение для экономической науки – он впервые и наиболее в полной мере обратил внимание относительно роли человека в экономике.

Однако нет никакой необходимости в дальнейшем использовании этой категории поскольку она не только более не содержит в себе уникального смысла, но и может в известной степени наносить вред как на уровне экономического планирования отдельного домохозяйства, так и на уровне государственной политики. А современные реалии рынка труда подсказывают, что для описания ключевых характеристик сегодняшнего работника теория человеческого капитала уже устарела, её постепенно вытесняет более прогрессивная концепция, основанная на внимании к *творческому содержанию труда* [17].

С этим выводом мы согласны полностью, ибо он подтверждён анализом развития экономики во времена СССР и нынешней – постсоветской. Во времена СССР система образования *готовила работников творческих*, что позволило экономике страны стать второй (после США) в мире. А в постсоветский период из системы образования была убрана функция воспитания, что незамедлительно сказалось на уровне развития экономики – началась, да ещё и сегодня, к сожалению, продолжается по сути её стагнация. По нашему мнению, причина такого состояния российской экономики

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

заключается в отсутствии решения задачи подготовки творческих работников, как это было в советское время. Именно ошибки, допущенные при реформировании образования привели к такому результату не только в экономике, но и во многих других сферах жизнедеятельности российского общества. Вот некоторые аргументы в качестве доказательства ошибок, допущенных при реформировании сферы образования в нашей стране.

Остановимся на анализе некоторых составляющих этого реформирования – о модернизации образования и её методологии. Начнём с анализа реформирования стандартов для средней школы. Неологизм, выбранный в качестве заголовка статьи А.М. Абрамовым под названием «Нестандарт» говорит сам за себя [3].

Этот заголовок выражает смысл двух тезисов, развиваемых далее автором статьи «Нестандарт».

Во-первых, представленный Министерством образования и науки проект не отвечает естественным требованиям и ожиданиям: это не «стандарт», а нечто иное.

Во-вторых, история со школьными стандартами выявила глубокие пороки в сфере образования. Имеется и третья интерпретация «нестандарта», высказанная директором Федерального института развития образования академиком РАО Александром Григорьевичем Асмоловым: новый стандарт отличается от прежнего, как идеи Коперника – от системы Птолемея.

Почему «Стандарт» плох? Вкратце ответ на этот вопрос выражают взгляды экспертов-оппонентов:

1) он разрушает традицию отечественной школы;
2) система требований к результатам обучения чрезмерно абстрактна, громоздка и непроверяема;
3) ясных обязательств государства к условиям содержания школ нет [3].

Всплеск общественного мнения по поводу «Стандартов» обозначил, таким образом, некие общие пороки программы реформирования системы образования, так называемой модернизации образования. Ошибки кроются в самой методологии модернизации. Их методологические принципы не сформулированы. Но анализ цепи событий за последние годы позволяет высказать гипотезы на этот счёт. Доминируют следующие три принципа.

Первый принцип – *принцип ограниченности контингента*, то есть список лиц, определяющих реальную политику в образовании, резко ограничен.

Второй ведущий методологический принцип «реформаторов» образования – *принцип примитивного детерминизма*, в основе которого лежит уверенность в том, что

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

существуют некие несложные чудодейственные схемы, которые после их реализации обязательно приведут к крупным позитивным сдвигам. При этом явно доминирует посыл: «Сделаем, как на Западе, и будем жить, как на Западе». Явно прослеживается иностранное происхождение практически всех инноваций в образовании и отсутствие учёта специфики России.

Наконец, третий принцип – принцип господства идеи рынка, а именно: сфера образования – это, по мнению «реформаторов», лишь отрасль, сфера по производству продуктов и услуг. Соответственно, экономические механизмы из важного вспомогательного средства превращаются в главную цель, а их поиск и становление определяют главный вектор движения.

Таким образом, агрессивное продвижение «реформаторами» рыночных идей противоречит самому смыслу понятия «образование человека», суть которого состоит в том, что в процессе образования человек обретает человеческий образ. Наличие этого противоречия высказал экс-министр образования и науки А. Фурсенко: *«Задача школы готовить не творца, а квалифицированного потребителя»* [3].

С такой психологией, говорит автор статьи «Нестандарт», нужно претендовать на должность директора рекламного агентства, а не занимать пост министра образования и науки РФ. После такого реформирования средней школы в ВУЗы России поступали молодые люди – её выпускники, – у которых отсутствовал креативный стержень, у них было только одно желание с одним критерием: величина будущей заработной платы после окончания ВУЗа. А что касается высшей школы, то она в то время тоже была реформирована подобно средней школе, поэтому исправить ситуацию – решать задачу подготовки творческой личности с ВПО было совершенно невозможно. Об этом свидетельствуют мнение исследователей [8], анализирующих состояние подготовки специалистов в ВУЗах.

Этот анализ говорит о том, что основой профессиональной подготовки специалистов в ВУЗах является *только предметная область учебных дисциплин*, а вопросы духовно-нравственного развития личности студентов посредством воспитания, к сожалению, не являются приоритетными. Из вышесказанного становится понятным, почему произошла стагнация, упадок экономики в постсоветской России – система образования не готовит людей творческих, без которых инновационная экономика немыслима в принципе.

Возникает, как всегда, вопрос: кто виноват и что надо делать? Чтобы ответить на эти вопросы, давайте разберёмся с содержанием такой категории, как ***образование.*** Это, на наш взгляд, очень важный вопрос, так как понимание содержания этой категории позволит увидеть место, роль, и значимость образовательных учреждений,

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

функцией которых является образование, в формировании человека творческого, без которого говорить об инновационной экономике, устойчивом развитии общества и государства в целом, бессмысленно.

О значении образования в жизни индивида, общества и государства говорили многие великие мыслители планеты, в том числе и Конфуций. Так, известного китайского мыслителя Конфуция, жившего две с половиной тысячи лет назад, спросили, что нужно для процветания государства. Конфуций ответил, что для развития и процветания государства требуется три вещи:

1) много хлеба;
2) сильное войско;
3) надлежащее состояние умов.

Последнее, как мы знаем, самым тесным и непосредственным образом связано с учебными (образовательными), в том числе и высшими, учреждениями, то есть с функцией образования. Вероятно, в Китае времён Конфуция тоже было всё не так-то просто. Мудреца спросили, чем можно пожертвовать в случае крайней необходимости. Армией – был ответ. Ну, а если ещё придётся пойти на жертвы и лишения? Конфуций предлагал пойти на значительные сокращения экономического потенциала, но ни в коем случае не жертвовать надлежащим состоянием умов. Построенная система математических моделей и её компьютерный анализ подтверждают этот вывод. Жертвовать образованием – источником состояния умов – нельзя, поскольку без образования и, прежде всего без высшего профессионального образования, индивидууму невозможно занять достойное положение в обществе, добиться успехов в жизни, реализовать себя в полном объёме, а значит, невозможно принести большую пользу обществу и государству, чем можно было бы.

Реализуя образовательную функцию, высшие учебные заведения, как известно, по отношению к студентам должны решить следующие главные задачи:

1) вооружить студентов методом работы, то есть инструментом получения знаний по освоению дисциплин сложных программ ВПО;
2) сформировать у студентов знания, вырабатывать у них навыки и умения по выбранной профессии;
3) сформировать мировоззрение студентов, базирующееся на нравственности.

Решение первой задачи – дать метод работы – позволит вооружить студентов знаниями и практикой научной организацией труда, что позволит им усвоить преподаваемые предметы программ ВПО и приобрести необходимые навыки и умения

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

по выбранной профессии. По этому поводу всемирно известный советский физик, нобелевский лауреат Л. Ландау говорил, что метод важнее самого научного открытия, ибо он, метод, позволяет делать новые открытия.

Решение второй задачи позволит выпускнику ВУЗа стать профессионалом.

Что касается решения третьей задачи – формирования мировоззрения студентов, базирующихся на нравственности, – выпускник ВУЗа будет обладать такими качествами, как любовь и преданность своему народу и Отечеству; верность гражданскому долгу; подчинение своих интересов и ценностей интересам страны; восприятие интересов Отечества как своих собственных; уважение друг к другу; любовь к родителям и др.

При сложившейся сегодня геополитической обстановке, когда все старые угрозы для России не исчезли, а новые многократно обострились – задача патриотического воспитания граждан страны и, прежде всего молодёжи, становится для нас главной, приоритетной. Решение этой главной задачи достигается всем укладом жизни общества, эффективной работой системы образования и её приоритетной функции – воспитания. Вот что по этому поводу говорил Маршал Победы Г.К. Жуков: «Для меня главным было служение Родине, своему народу. И с чистой совестью могу сказать: я сделал всё, чтобы выполнить этот свой долг. Дни самых больших радостей совпали с радостями Отечества. Тревога Родины, её потери и огорчения всегда волновали меня больше, чем личные. Я прожил жизнь с сознанием, что приношу пользу народу, а это главное дело любой жизни» [7].

К сожалению, в нашей стране значение роли воспитания для обеспечения стабильности общества и устойчивого развития государства явно недооценивается даже в наши дни. В результате этого пробела большое количество наших российских так называемых «демократов» помогают нашим «партнёрам» стран Запада достигать их стратегических целей – нравственного разложения граждан российского общества. При этом некоторые из этих «демократов» порой работают в российских государственных СМИ, органах образования и других госструктурах. С таким положением мы не имеем права мириться. Мы все должны понимать, что реакционные силы во главе с США взяли курс на завоевание господства в мире. При этом нашу страну открыто называют врагом, стремясь расчленить, разрушить Россию, как это сделали в своё время с Советским Союзом. По оценкам экспертов, за развал Советского Союза США, через своих людей в самой России, заплатили огромную сумму – пять триллионов долларов. Сегодня Запад, как и раньше, ведёт против России гибридную войну. В этих условиях мы обязаны принимать соответствующие меры, особенно в сфере образования – воспитание молодёжи должно быть приоритетной

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

задачей нашего общества и государства. Нам необходимо вернуться к комплексному подходу в вопросе воспитания, которое имело место в СССР.

При всех издержках идеологического воспитания в советское время, надо признать, что в целом комплексный подход в вопросе воспитания – практикой оправданный метод. Такой подход обеспечил нашему народу победу в годы ВОВ 1941–1945 годов и спас планету от фашизма. СССР отстроил разрушенную страну в кратчайшее время и вышел на второе место в мире по всем показателям, в том числе и в сфере экономики. Комплексный подход в вопросе воспитания граждан, и особенно молодёжи, необходимо восстановить в нашей стране с учётом, разумеется, современных условий.

Суть комплексного подхода к воспитанию граждан и молодёжи заключается в необходимости умственного, трудового, нравственного, патриотического, эстетического, правового, гражданского, физического, экологического и других видов воспитания. Основой комплексного подхода к воспитанию может служить формула компетентности, выведенная древнегреческим философом Платоном, который утверждал, что компетентность есть профессионализм плюс нравственность. Что это значит применительно к задачам, решаемым ВУЗом, по отношению к студенту?

Первый столп формулы Платона означает компетентность в предметной области – формирование знаний, выработка необходимых навыков и умений по выбранной студентом профессии. Решение данной задачи даёт основание утверждать, что это позволит выпускнику ВУЗа стать профессионалом.

Второй столп формулы Платона означает нравственность, гуманность, порядочность, терпимость и человечность, которые через систему воспитания формируются у будущего выпускника ВУЗа.

Решение этой задачи позволит выпускнику стать человеком творческим, а главное – быть достойным гражданином России. Давайте ответим на вопрос: что же собою представляет такое чудотворное качество человека под названием *нравственность*, на базе которого формируется мировоззрение будущего выпускника ВУЗа? Гольбах Поль-Анри, французский философ, дал следующее определение этой дефиниции [5]: «Нравственность есть наука об отношениях, существующих между людьми, и об обязанностях, вытекающих из этих отношений».

Нравственность индивида – приобретаемое качество. Его необходимо формировать с малых лет, это качество является основой общества, а нравственный закон – прочный фундамент цивилизации. Вот что по поводу значения нравственности для индивида, общества и государства говорил гениальный учёный Альберт Эйнштейн

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

[24]: «Моральные качества замечательного человека имеют большее значение для поколения и для исторического процесса, чем число интеллектуальных достижений».

Эту же мысль высказал и Александр Круглов [11]: «Нравственный закон – это инстинкт самосохранения социума».

Из вышеизложенного следует запомнить простую вещь: вне нравственности сам профессионализм лишается смысла, рождает злых гениев и «гениальных» злодеев. Таким образом, формирование у студентов мировоззрения, базирующегося на нравственности, – важнейшая функция образования, так как нравственность сродни таким понятиям, как совесть и мораль. Решение этой задачи является фундаментом для подготовки творческой личности – человека будущего.

Вот почему в национальной доктрине «Образование в Российской Федерации» определена не только государственная политика в области образования, но и дан социальный заказ государства на воспитание человека с активной жизненной позицией: человека трудолюбивого, высоконравственного, патриотичного, уважающего права и свободы личности, проявляющего национальную и религиозную терпимость к традициям и культуре других народов. Подготовка именно такой личности входит в функцию образования через воспитание при обучении в ВУЗе.

Образование неотделимо от воспитания молодёжи. Главная цель и главнейший приоритет школы любого уровня, в том числе и высшей – воспитание. Образование должно быть подчинено воспитанию. Воспитание – это в первую очередь привитие нравственности и формирование у студентов навыков жизни в нравственной атмосфере.

Воспитание и подчинённое ему образование готовит нравственную личность, личность, которая легко может овладеть любой специальностью и всегда готова защитить свой народ и своё Отечество.

К сожалению, ошибки, которые были допущены в нашей стране в конце XX века в отношении принижения роли и значимости сферы образования в жизни общества и государства, привели к появлению следующих ***проблем*** в этой важнейшей сфере: разрушены концептуальные основы сложившейся системы воспитания; ослаблена воспитательная функция образовательных учреждений; семья и школа перестали быть приоритетными в определении норм социализации; трансформировались стереотипы понимания сущности воспитания; наметилось отсутствие чётких и единых методологических и концептуальных подходов к воспитанию.

Это, в свою очередь, породило ***вызовы*** и ***риски*** в общественной жизни страны: утверждение в качестве базовых ценностей эгоистического прагматизма; введение моды, как механизма манипулирования сознанием во все сферы общественной и

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

частной жизни; ирония и презрение ко всему старому и традиционному; деградация смыслов труда и трудовой этики; распад традиционных форм социальности; социальная пассивность индивидов, дефицит неденежных мотиваций в поведении и поступках людей и др.

В качестве вывода можно сказать, что указанные выше тенденции, которые сложились в нашем обществе после распада СССР, не способствовали процессам воспитания молодёжи. Поэтому в «лихие» 90-е годы XX века в России возникло много факторов, противодействующих эффективному воспитанию детей, молодёжи и общества в целом, среди которых: социально-экономический кризис; дезинтеграция общества; социальная нестабильность; криминализация молодёжной среды; снижение уровня физического и психологического здоровья; нарастание бездуховности; падение нравов и др. Всё это произошло из-за появления в нашей стране воспитательного вакуума в те годы по причине непонимания обществом, и руководством страны тех лет значимости сферы образования и его воспитательной функции.

Объективное понимание места и роли образования в жизни обществе и государства появилось у нас в стране лишь с избранием Президентом Российской Федерации В.В. Путина. С 2000-х годов Россия начала прозревать – руководство страны и общество увидело, что вакуум воспитания и постоянные уступки странам Запада могут привести к утрате страны – её суверенитета. Поэтому руководство страны во главе с Президентом Российской Федерации В. В. Путиным выстроило новую политику, концепцию и стратегию развития России, в которых сфере образования отдаётся приоритет. Не случайно, например, в документе под названием «Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу» (утв. Президентом РФ 30 марта 2002 года № Пр. 576) стратегическими национальными приоритетами Российской Федерации государство определило:

- достижение динамичного экономического роста, структурная перестройка экономики на инновационный тип развития;
- развитие фундаментальной науки, ***образования*** и культуры;
- обеспечение обороны и безопасности государства.

Как видно из этого документа, одним из стратегических национальных приоритетов РФ названо ***образование***. В условиях интенсивных процессов в мировом сообществе в культурно-образовательной среде, а также процессов глобализации, происходящих в социально-экономической сфере, особую значимость приобретает

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

разносторонне развитая личность – будущий конкурентоспособный работник – специалист с ВПО, полноценный гражданин мира, патриот своей страны, обладающий высокой культурой, социальной активностью и лидерскими качествами. Такую личность можно подготовить только посредством качественного образования с его важнейшей функцией – комплексной системой воспитания.

Высокое качество образования, на наш взгляд, является главным условием не только устойчивого развития общества, инновационного развития экономики, но и обеспечения национальной безопасности РФ. Почему? Во-первых, качественное высшее профессиональное образование позволит подготовить высококвалифицированных специалистов-профессионалов для всех сфер жизнедеятельности страны. Во-вторых, и это самое главное – подготовить высоконравственных личностей, патриотов своей страны, мировоззрение которых базируется на нравственности, на общечеловеческих ценностях, на любви и преданности своему народу и своей Родине. Общество и государство, состоящее из таких личностей, победить невозможно. Это подтвердила история СССР и России – Победа нашего народа в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов и восстановление разрушенной страны всего лишь за четыре года! Как известно, критерий истины – практика. Отсюда вытекает простой и понятный всем вывод: качественное образование посредством комплексной системы воспитания формирует патриотов Отечества, готовит людей творческих, профессионалов высочайшего уровня, способных обеспечить стабильность в стране, устойчивое развитие общества и суверенитет Российской Федерации.

## Библиографический список

1. «Электронный университет» в МГУУ Правительства Москвы. Промежуточный отчет о НИР / 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.
2. Абрамов А.М. Нестандарт. // Ректор ВУЗа. Москва. 2011. №6.
3. Абсава Н. Д. Об абсолютных законах капитализма и человеческого общества. // Вопросы политической экономии. 2018. №4.
4. Гольбах Поль-Анри. Энциклопедия мудрости. // РООССА. Москва. 2008.
5. Дистанционные образовательные технологии в МГУУ Правительства Москвы. Промежуточный 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.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.

6. Жуков Г. К. Истоки. \\ Москва. 1995.

7. Зиновьев Е. А. Особенности воспитания студентов технического ВУЗа при изучении основ наук. // Теория и практика общественного развития. Москва. 2012. №12.

8. Инновационное развитие системы высшего профессионального образования в условиях социально-экономической модернизации страны. Монография / В.М. Глущенко, В.С. Елизаров, И.В. Ирошин, В.М. Крашенинников, К.М. Ипполитова, В.В. Наумов, Н.Н. Пронькин; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2010.

9. Корчагин Ю. А. Российский человеческий капитал. Фактор развития или деградации? // Монография. Воронеж: ЦИРЭ. 2005.

10. Круглов Александр. Антология мудрости. // Веч. Москва. 2005.

11. Любина О.Н., Пронькин Н.Н. Программы Microsoft Word и Microsoft Excel: основные возможности и их использование на государственной гражданской службе города Москвы. Учебно-методический комплекс для государственных гражданских служащих города Москвы, обучающихся по образовательным программам повышения квалификации / Москва, 2011.

12. Москва как система: историко-методологические проблемы. Монография / В.М. Глущенко, А.Н. Новиков, Н.Н. Пронькин, Г.Ф. Шилова; под ред. В.М. Глущенко. Изд. 2-е, переработ. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2012.

13. 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.

14. Организационно-экономический механизм модернизации системы высшего профессионального образования в условиях перехода к инновационной экономике. Итоговый отчет о НИР / Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н., Сероштан М.В.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2010.

15. Пронькин Н.Н. Информационная система «Электронная Москва». Учебное пособие для слушателей образовательной программы профессиональной переподготовки «Кадровая работа на государственной гражданской службе города

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Москвы» – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2012.

16. Пронькин Н.Н. Инструментарий формирования государственного оборонного заказа. Москва, 2011.

17. Пронькин Н.Н. Информатика. Учебно-методический комплекс / Москва, 2011.

18. Пронькин Н.Н., Елизаров В.С., Малышев М.Н. Информационные технологии в социальной работе. Учебно-методический комплекс / Московский городской университет управления Правительства Москвы. Москва, 2011.

19. 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.

20. Степанова Т. Д. Износ человеческого капитала. // Философия хозяйства. Москва. 2019. №3 (123).

21. Теоретические и методологические аспекты обоснования реформирования системы высшего профессионального образования в условиях социально-экономической модернизации России. Отчет о НИР за 1 этап / Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н., Сероштан М.В.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2009.

22. Финансово-экономический механизм системы высшего профессионального образования в условиях инновационной экономики России. Отчет о НИР за 2 этап / Елизаров В.С., Крашенинников В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н., Сероштан М.В.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2010.

23. Цаголов Г. Н. Какой экономический строй в Китае? (К 40-летию начала реформ). // Вопросы политической экономии. 2018. №3.

24. Эйнштейн Альберт. Антология мудрости. // Веч. Москва. 2005.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 330

# Пономарева О.Н. Модели университетов, обеспечивающие развитие инновационной деятельности

Models of universities that ensure the development of innovation activities

**Пономарева О.Н.**
г. Екатеринбург
Уральский государственный медицинский университет,
ст. преподаватель
Ponomareva O.N.
Yekaterinburg
Ural State Medical University,
Senior Lecturer

***Аннотация.*** *Экономика знаний предъявляет новые требования к инновационной активности учреждений высшего образования. Автор рассматривает инновационную активность с позиции эволюционной теории развития организации, что позволяет выделить методы, обеспечивающие повышение интенсивности инновационной деятельности.*

***Ключевые слова.*** *Инновационная активность вуза, методы управления, жизненный цикл.*

***Annotation.*** *The knowledge economy imposes new requirements on the innovation activity of higher education institutions. The author considers innovative activity from the point of view of the evolutionary theory of organization development, which allows us to identify methods that increase the intensity of innovative activity.*

***Keywords.*** *Innovative activity of the University, management methods, life cycle.*

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

Цифровая экономика предъявляет новые требования к инновационной активности учреждений высшего образования. «Смысл инновационной активности состоит в том, чтобы не только оценить масштабы внедрения новых или улучшающих технологий по хозяйственным субъектам в целом, но и способствовать отдельным организациям и учреждениям в осуществлении отбора того или иного направления инновационного развития»[2].

Цель исследования – выделить модели университетов, способствующих развитию инновационной активности. Исследования автора опираются на работы Селенской Д.В., Исаевой Е.В., Мушкетовой Н.С., Башариной А.В., Волостниковой В.М., Пановой А.А., И. Адизеса, Р.Р. Нельсона,С. Дж. Уинтера и другие. Объект исследования - инновационная деятельность российских университетов.

Согласно эволюционной теории развития организации И. Адизеса и эволюционной теории инноваций Р.Р. Нельсона и С. Дж. Уинтера, инновационная

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

активность является обязательным условием развития организации. С другой стороны, величина инновационной активности зависит от моделей и методов управления, которые применяются в организации [1,16]. «Инновационная активность - это характеристика, которая должна показать связь между намеченным содержанием деятельности и ее результатом. Именно различия в инновационной активности позволяют объяснить неоднозначные инновационные результаты при одинаковых исходных позициях» [9].

Инновационная активность является обязательным условием не только функционирования и развития организации, но и реализации ее функций. Для университета - это образовательная, научная, прикладная, социально-экономическая и коммуникативная функции. Первые две являются для университета основными и обеспечивают выполнение его миссии. Прикладная направлена на коммерциализацию вузовских инноваций; коммуникативная обеспечивает взаимодействие вуза с другими вузами, бизнесом, научно-исследовательскими и другими организациями в области научно-образовательной деятельности, включая иностранные; социально - экономическая воздействует на культурный и профессиональный уровень подготовки кадров; влияет на экономическое и социальное развитие региона [10,с.244].

Развитие инновационной активности, согласно И. Адизеса, проходит через основные стадии такие, как рост, достижение максимального значения и снижение; управляемость вуза достигает максимального значения на этапе роста инновационной активности [1], после чего начинает снижаться. Следовательно, анализируя инновационную деятельность университета, интенсивность которой нарастает в течение определенного периода времени, можно выявить методы, которые способствуют повышению ее интенсивности. Автор предложил свой взгляд на этапы жизненного цикла инновационной активности вуза согласно типа инновационной активности, а также выделил направления ее развития (см. таблица 1 и таблица 2).

Таблица 1

Жизненный цикл инновационной активности (ИА) университета

| Тип ИА вуза | Этап цикла | Характеристика этапа |
|---|---|---|
| Ниже среднего | Зарождение | 1.Формируются идеи по развитию инновационной активности.<br>2. Поиск дополнительных ресурсов. |
| Средний | Детство | 1.Университет концентрируется на небольшом количестве приоритетных направлений инновационной деятельности.<br>2.Вуз находиться в состоянии постоянного поиска таких направлений и их апробации. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Тип ИА вуза | Этап цикла | Характеристика этапа |
|---|---|---|
| Выше среднего | Юность | 1.Вуз имеет возможность работать по нескольким независимым между собой приоритетным направлениям.<br>2. Проникновение на рынок инноваций и закрепление на нем за счет активной предпринимательской деятельности. |
| Высокий | Расцвет | 1.Создания инновационных структур, находящихся на различной стадии жизненного цикла.<br>2.Количество реализуемых и разрабатываемых инновационных проектов постоянно увеличивается.<br>2.Вуз разрабатывает стратегии развития инновационной активности для системы высшего образования в целом. |

Таблица 2

Направления развития инновационной активности университета в зависимости от этапа жизненного цикла ее развития

| Этап жизненного цикла развития инновационной активности вуза | Перспективные направления развития (диверсификации) научно-образовательного потенциала вуза |
|---|---|
| Расцвет | 1.Коммерциализация вузовских достижений (предпринимательская деятельность).<br>2.Разработка инновационных технологий, включая образовательные.<br>3.Самостоятельно реализует несколько инновационных проектов.<br>4.Подготовка инновационных специалистов.<br>5.Активное взаимодействие с бизнесом и академической наукой. |
| Юность | 1.Разработка и освоение новых инновационных технологий, включая образовательные.<br>2.Реализация независимых друг от друга приоритетных направлений инновационной деятельности.<br>3.Активное взаимодействие с бизнесом и академической наукой, что позволяет продвигать наиболее успешные вузовские инновационные проекты. |
| Детство | 1.Освоение улучшающих образовательных и иных технологий.<br>2.Концентрация на ограниченном количестве приоритетных направлений инновационной деятельности.<br>3.Коммерциализация незначительной части наиболее удачных инновационных проектов. |
| Зарождение | 1. Вуз способен самостоятельно работать над реализацией мелких или небольших частей инновационных проектов.<br>2.Выбирает 1-2 направления инновационной активности.<br>3.Активное взаимодействие с вузами, имеющими более высокий уровень инновационной активности. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Этап жизненного цикла развития инновационной активности вуза | Перспективные направления развития (диверсификации) научно-образовательного потенциала вуза |
|---|---|
| Отсутствует | 1.Требуется замена основной части ППС и администрации вуза.<br>2.Кардинальная модернизация инновационной деятельности вуза. |

Понятие «инновационная активность вуза» рассматривается с различных точек зрения. Например, Матузова И.В. определяет инновационную активность как деятельность, направленную на реализацию инновационных изменений[13]; Ноговицына О.С., Соболева О.Н. как интенсивность разработки и внедрения нововведений [17]. Согласно данного подхода автор в таблице 3 представил свой взгляд на ожидаемые результаты инновационной активности вуза и ее результаты, полученные при реализации функций.

Таблица 3

Ожидаемые результаты инновационной активности университетов

| Функция вуза | Направления инновационной активности вуза | Результаты внедрения инновации |
|---|---|---|
| Образовательн | 1.Подготовка или переподготовка профессорско-преподавательского состава, включая аспирантуру и доктатуру.<br>2.Подготовка кадров для инновационной экономики.<br>3.Межвузовское взаимодействие в области форм и методов обучения. | 1.Повышение уровня подготовки специалиста.<br>2.Обновление ППС.<br>3.Усиление взаимодействия вуза и работодателей и др. |
| Научная | 1.Научно-исследовательская деятельность, включая научные школы<br>2.Совместная деятельность с академической наукой, вузами и научно-исследовательскими организациями. | 1.Ротация ППС.<br>2.Подготовка кадров для российской науки.<br>3.Развитие инновационной деятельности и др. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Функция вуза | Направления инновационной активности вуза | Результаты внедрения инновации |
|---|---|---|
| Коммуникативная | 1.Сотрудничество с вузами, научными школами, научно-исследовательскими организациями, бизнесом в области научной и образовательной деятельности, включая иностранные.<br>2.Наличие малых предприятий, центра лицензирования и других структур, способствующих продвижению (обмену) вузовскими достижениями, образовательными программами.<br>3.Межвузовское общение и обмены (например, студенческий обмен). | 1.Повышение престижности российского образования.<br>2.Информационная открытость.<br>3.Налаживание отношение между международным бизнесом и наукой.<br>4.Привлечение иностранных инвестиций<br>5.Развитие инновационной деятельности. |
| Прикладная | 1.Взаимодействие с предприятиями и организациями региона (страны).<br>2.Коммерциализация вузовских разработок.<br>3.Предпринимательская деятельность, включая малое предприятие вуза.<br>4.Наличие инновационной инфраструктуры (инжиниринговый центр и т.п.). | 1.Единство научного и образовательного процесса.<br>2.Коммерциализация вузовских достижений. |
| Социально-экономическа | 1.Реализация социально-экономического аспекта взаимодействия вуза и экономики региона. | 1.Экономическая самостоятельность субъектов инновационной деятельности.<br>2. Автономности вуза.<br>3.Реализация социальной функции в регионе (стране) и др. |

К управлению учреждениями высшего образования можно подойти с различных точек зрения. На основе анализа моделей управления университетами автором выделены характерные особенности каждой из них, а также функции вуза, которые максимально эффективно раскрываются при использовании данной модели [3,14,20] (см. таблицу3).

Таблица 3

Сравнительные характеристики моделей учреждений высшего образования

| Модель управления | Основные характеристики модели | Максимально реализуемая функция вуза |
|---|---|---|
| Модель Гумбольдта | 1.Взаимодействие образовательной и научной функции вуза.<br>2.Академическая свобода ППС и студентов.<br>3. Обучение студентов через научную функцию. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная.<br>4.Прикладная.<br>5.Научная. |
| Модель Ньюмона | 1.Научная деятельность.<br>2.Самореализация студентов. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная.<br>4.Прикладная. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Модель управления | Основные характеристики модели | Максимально реализуемая функция вуза |
|---|---|---|
| | | 5.Научная. |
| Коллегиальная модель | 1.Низкая вероятность ошибки при принятии управленческого решения.<br>2.Высокая корпоративная культура.<br>3.Длительный процесс принятия общего решения. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная. |
| Иерархическая модель | 1.Своевременность и оперативность принятия управленческого решения.<br>2.Оперативная реакция на внешние изменения.<br>3.Основные решения принимаются администрацией вуза. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная. |
| Политическая модель | 1.Четкая формулировка политики и целей вуза.<br>2.Реализация интересов отдельных коллегиальных групп ППС.<br>3.Координация деятельности осуществляется на основании решений, принятых группой ППС. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная. |
| VI. Анархическая модель | 1.Созданы условия для принятия нестандартных управленческих решений.<br>2.Отсутствие связи между принятым решением и результатом.<br>3.Децентрализованная власть. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная. |
| VII. Атлантическая модель | 1.Минимальное государственное управление.<br>2.Качество образовательных услуг обеспечено взаимодействием рынка, вуза и профессиональных ассоциаций.<br>3.Наличие успешных механизмов вузовского самоуправления. | 1.Образовательная.<br>2.Социально-экономическая.<br>3.Коммуникативная. |

Перечисленные выше модели соответствуют различному уровню автономии вузовского управления. Но сегодня существуют модели университетов, соответствующие этапами развития общества (доиндустриальное, индустриальное, постиндустриальное) - это так называемые Университеты 1.0 - 4.0.

Главной целью Университета 1.0 ранее было формирование и хранение знаний, но сегодня – это подготовка квалифицированного специалиста, соответствующего запросам экономики [7,с.17]. Университет 2.0 соответствует индустриальному этапу развития общества, поэтому основная цель - подготовка высококвалифицированного специалиста и разработка конкурентоспособной продукции. Университет 3.0 соответствует эпохи индустриализационной зрелости, где развиваются высокотехнологичные производства, маркетинг, логистика, реклама и т.п. Поэтому в

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

вузах появляются новые направления подготовки, повышается спрос на специальности экономического и гуманитарного направления [7,с.18].

Университет 4.0 – это перспективная модель, соответствующая запросам цифровой экономики, находиться на стадии формирования и только незначительная часть вузов в мире соответствует данной модели [15,19]. Характеристики современных моделей университетов представлены в таблице 4, которая сформирована автором на основе исследований В.С. Ефимова, А.В. Лаптевой, Е.В. Неборского, Н.В. Головко, О.В. Зиневича, А.О. Карпова, Е. А. Кранзеевой, С.В. Кортова [5,6,7,8,10,12,11,15,19] и собственных исследований автора. Перечень моделей может быть дополнен методами, которые были успешно апробированы самими вузами. Методы выделены на основе анализа инновационной деятельности университетов, входящих в национальный рейтинг, сформированный агентством «ЭКСПЕРТ-РА» за период 2016-2019 г. [21]. Автор считает возможным их использование, т.к. вуз входит в рейтинг, следовательно, его инновационная активность находиться на высоком уровне [6] (см. таблица 5).

Таблица 4

Модели университетов 1.0 - 4.0 и их характеристики

| Модель университета | Основные характеристики модели | Методы реализации инновационной активности | Результаты инновационной активности |
|---|---|---|---|
| **Университет 1.0** | 1.Взаимодействие студентов и ППС вуза регулируются традициями общества.<br>2.Подготовка квалифицированного специалиста. | 1.Двойные дипломы.<br>2.Издание журналов и научных трудов ППС и т.п.;<br>3.Послевузовское обучение и др. | 1.Квалифицированный специалист.<br>2.Подготовка ППС для нужд вуза. |
| **Университет 2.0** | 1.Основная цель - создать благоприятную среду для реализации и взаимодействия образовательной и научной функций вуза.<br>2.Подготовка высоко квалифицированного специалиста.<br>3.Основная роль в управлении вузом принадлежит государству. | 1.Взаимодействие с бизнесом, научно-исследовательским организациями, академической наукой включая иностранные.<br>2.Двойные дипломы.<br>3.Издание журналов ВАК; учебно-методической литературы и т.п.;<br>5.Межвузовское взаимодействие, включая зарубежное и др. | 1.Повышение уровня подготовки ППС и специалиста по отношению к 1.0.<br>2.Подготовка кадров для российской науки.<br>3.Реализация экономической функции вуза в регионе (стране). |
| | 1.Интеграция образования, науки и бизнеса.<br>2.Создание условий для самореализации ППС и студентов. | 1.Бизнес – инкубаторы.<br>2.Брендинг.<br>3.Взаимодействие с бизнесом, научно-исследовательским организациями, включая иностранные. | 1.Высокий уровень подготовки ППС и специалиста.<br>2.Усиление взаимодействия вуза и работодателей. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Модель университета | Основные характеристики модели | Методы реализации инновационной активности | Результаты инновационной активности |
|---|---|---|---|
| **Университет 3.0:** | 3.Снижение доли участия государства в управлении вузом. | 4.Взаимодействие с академической наукой и др. | 3.Высокий уровень инновационной активности.<br>4.Экономическая самостоятельность. |
| **Университет 4.0** | 1.Постенное вытеснение классических моделей и внедрение новых, например, электронных курсов.<br>2Использование цифровых технологий.<br>3.Создание максимально благоприятных условий для реализации таланта студентов и ППС. | 1.Бизнес – инкубаторы.<br>2.Брендинг.<br>3.Взаимодействие с бизнесом, научно-исследовательским организациями, включая иностранные.<br>4.Формирование научных центров продвижения вузовских достижений и др.<br>5.Взаимодействие с академической наукой и др. | 1.Высокий уровень подготовки ППС и специалиста.<br>2.Развитие инновационной деятельности.<br>3.Повышение престижности обучения в вузе. |

Таблица 5

Методы, обеспечивающие повышение инновационной активности университета

| Функции вуза | Методы реализации инновационной активности вуза | |
|---|---|---|
| | **Распространенные** | **Менее распространенные** |
| **Образовательная** | Брендинг; двойные дипломы; компьютеризация образовательного процесса; межвузовское взаимодействие по вопросам образования, включая зарубежные вузы и др. | Дуальное обучение; интеграция основного и послевузовского обучения; международное взаимодействие в послевузовском обучении;CIDO; постдок и др. |
| **Научная** | Бизнес-инкубатор; брендинг; взаимодействие с вузами, РАН, научно-исследовательскими организациями; взаимодействие с бизнесом; издательская деятельность; инжиринговый центр; коммерциализация вузовских разработок; научные школы и др. | Инновационно-внедренческие центры; курсы для ППС «Патентоведение», «Коммерциализация вузовских разработок»; специализированный сайт вузовских разработок; студенческий предпринимательский центр и др. |
| **Прикладная** | -аналогично предыдущему. | -аналогично предыдущему |
| **Коммуникативная** | Бизнес-инкубаторы; взаимодействие с мировыми научными организациями и бизнесом; издание научных трудов в зарубежных журналах; международный обмен студентами и ППС;межвузовская научная деятельность; привлечение иностранных ученых, экспертов и др. | Взаимодействие в послевузовском обучении; международное сетевое вузовское взаимодействие; международный акселератор и др. |

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

| Функции вуза | Методы реализации инновационной активности вуза | |
|---|---|---|
| | Распространенные | Менее распространенные |
| Социально-экономическая | Активно задействована линейно-функциональная структура управления. | Привлечение возможностей дивизиональной и матратичной структуры управления. |

**Вывод.** Результатом проведенных автором исследований является выявление наиболее распространенных моделей университетов, активно реализующих функции учреждений высшего образования и обеспечивающих развитие инновационной активности. Функционирование таких моделей направлено на расширение форм послевузовского обучения; взаимодействие вуза и предприятия на основе рыночного подхода; применение кластерных технологий и другое. Все это в совокупности способствует повышению конкурентоспособности высшего образования в России.

## Библиографический список

1.Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации / И.К. Адизес.- 500с. [Электронный ресурс].- Режим доступа:http://adizec.pdf (дата обращения: 23.02.2020)

2. Антропов В.А. Проблемы модернизации и инноваций в российском профессиональном образовании /В.А. Антропов.- Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН,2013.-104с.

3.Башарина А.В. Сравнительный анализ американской и российской модели образования // Социология образования.-2010.-№1.- с.57-66

4. Волостникова Л.М. Гумбольдтова модель университета и академическая свобода // Вестник Тюменского государственного университета.-2006.-№4.-с.247-254 [Электронный ресурс]. - Режим доступа:http: cyberleninka.ru (дата обращения: 23.12.2019)

5.Головко Н.В., Зиневич О.В., Рузанкина Е.А. Университет третьего поколения: Б.К.Кларк и Й.Уисена // Высшее образование в России.- 2016.-№8-9(204).- с.40-47

6. Ершов В.С., Лаптева А.В. Университет 4.0: филосовско - методологический анализ //Университетское управление: практика и анализ.-2017.-Том21.-№1.- с.16-27

7.Ефимов В.С., Лаптева А.В. Университет фронтира: на пути к новому поколению институтов развития //Университетское управление: практика и анализ.- 2017.-Том21.-№6.- с.6-18

8.Карпов А.О. Университет 3.0-социальные миссии и реальность //Социологические исследования.-2017.-№9.- с.114-124

9. Клочко И.А., Старкова Г.П., Манько Т.В. Качественные характеристики инновационной активности предпринимательских структур //Современные проблемы науки и образования.-2013.-№4 [Электронный ресурс].- Режим доступа: http: //cyberleninka.ru (дата обращения: 23.06.2020)

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

10. Козлова О.А., Пономарева О.Н. Комплексный подход к моделированию системы управления научно-образовательным потенциалом вуза //Экономическая теория.-2017.-№4.-с.243-253

11.Кортов С.В. Университеты 3.0: опыт УрФУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://wwwC.Кортов-УрФУ.pdf (дата обращения:20.09.2019)

12 Кранзеева Е.А. Новые модели университетов: вклад в региональное развитие //Университетское управление: практика и анализ.-2017.-Том21.-№5.- с.64-71

13. Матузова И. В. К вопросу о содержании и сущности категории «Инновационная активность» // Транспортное дело России.-2012.-№4.- с.104-106. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://cyberleninka.ru (дата обращения:12.01.2020).

14.Мущкетова Н.С. Управление образованием как фактор развития маркетинговой среды вуза [Электронный ресурс]. - Режим доступа:http: //030905071.pdf (дата обращения:12.01.2020).

15.Неборская Е.В. Реконструирование модели университета: переход к формату 4.0 // Интернет-журнал «Мир науки».- 2017.- Том5.- №4 [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://mir-nauki.com/PDF/26PDMN417.pdf (дата обращения:20.02.2019)

16.Р.Р. Нельсон, С.Дж. Уинтер Эволюционная теория экономических изменений - М.: Дело, 2002-536с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http: // nel_son_r_r_uinter_s_dzh_evolyutsionnaya_ teoriya_ekonomiches.pdf (дата обращения:20.02.2019)

17.Ноговицына О.С., Соболева О.Н. Инновационная активность: сущность и роль в поддержании устойчивости хозяйствующих субъектов // Экономика, социология и право.- 2014. -№2 [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://cyberleninka.ru (дата обращения:12.01.2019).

18.Панова А.А. О структуре управления и принятии решения в российских вузах // Препринт WP10/2006/05.-М.:ГУ ВШЭ,2006.-28с., с.5 [Электронный ресурс].- Режим доступа:http://struktura VUZA.pdf (дата обращения:12.01.2019).

19.Пономарева О.Н. Методы, обеспечивающие развитие инновационной активности современных моделей университетов (1.0-4.0). Вопросы теории и практики инновационного развития науки и образования: монография/Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева.- Пенза: МЦНС «Наука и просвещение».-2018.-194с, с.6-14(дата обращения:12.01.2020).

20.Селенская Г.А., Исаева Е.В. Базовые принципы управленческих инноваций в вузе // Экономика и современный менеджмент: теория и практика.-2013.-№27 [Электронный ресурс]. - Режим доступа:http:// cyberleninka.ru (дата обращения:12.01.2020).

21. Рейтинговое агентство «ЭЕСПЕРТ-РА» [Электронный ресурс] Режим доступа:http:// raexpert.ru (дата обращения:11.04.2020).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

# Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338

## Черепанова Т.Г. Анализ формирования маркетинговой политики предприятия

Analysis of the company's marketing policy formation

**Черепанова Татьяна Геннадьевна**
К.э.н., доцент ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург
Tatyana Cherepanova
Ph. D. in Economics, associate Professor, Ural state University of Economics, Yekaterinburg

***Аннотация.*** *В статье рассмотрены вопросы маркетинговой политики на примере промышленного предприятия пищевой промышленности в условиях конкурентного рынка. Представлены результаты анализа сбытовой, ценовой и рекламной политики предприятия. Выявлены конкурентные преимущества предприятия, определены дальнейшие направления по совершенствованию маркетинговой политики.*

***Ключевые слова:*** *маркетинг, сбыт, спрос, конкуренция, реклама, цены.*

***Abstract.*** *The article deals with the issues of marketing policy on the example of an industrial enterprise of the food industry in a competitive market. The results of the analysis of the company's sales, pricing and advertising policy are presented. Competitive advantages of the enterprise are revealed, further directions for improving the marketing policy are defined.*

***Keywords:*** *marketing, sales, demand, competition, advertising, prices.*

Рецензент: Захарова Светлана Германовна - Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления в Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского

Стратегия маркетинга должна точно назвать сегменты рынка, на которых предприятие сосредоточит свои основные усилия. Эти сегменты отличаются друг от друга по показателям предпочтительности, ответных реакций и доходности.

В данной работе проведено исследование рынка сбыта масложировой продукции на примере ОАО «Жировой комбинат».

Положение на рынке сбыта масложировых изделий оказывает существенное влияние на эффективность производства продукции. В данный момент предприятие изготовляет полный ассортимент масложировых изделий, преследуя цель заинтересовать торговые точки в получении всего ассортимента от одного поставщика,

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

что дает возможность исключить внедрение продукции конкурентов в торговые точки, где уже есть в продаже масложировая продукция ОАО «Жировой комбинат».

Объем продаж масложировых изделий ОАО «Жировой комбинат» представлен в таблице 1.

Таблица 1

Объем продаж масложировой продукции, тыс. руб.[5, с. 50]

| Продукция | 2017 год | 2018 год | 2019 год |
|---|---|---|---|
| Майонез Провансаль (0,57 кг) | 48,5 | 48,5 | 73,5 |
| Маргарин сливочный высший сорт (0,3 кг) | 39,0 | 39,3 | 39,5 |
| Масло сливочное (0,3 кг) | 49,5 | 49,7 | 67,0 |
| Масло растительное подсолнечное (0,5кг) | 59,8 | 60,7 | 61,0 |

На протяжении 2017-2019 гг. объём продаж масложировой продукции в рублях по рассмотренному ассортименту предприятия растёт.

Сегментация основных потребителей масложировой продукции предприятия представлена в таблице 2.

Таблица 2

Сегментация рынка по потребителям ОАО «Жировой комбинат»[5, с. 54]

| | |
|---|---|
| Крупные оптовые предприятия | 45% |
| Средние оптово - розничные предприятия | 22% |
| Крупные универсамы | 14% |
| Мелкие розничные торговые точки | 12% |
| Индивидуальные предприниматели | 7% |

Можно сделать вывод, что продукция предприятия обладает достойной репутацией на рынке, ОАО «Жировой комбинат» имеет приверженных заказчиков своей продукции как со стороны достаточно крупных предприятий различных регионов, так и со стороны мелких розничных предприятий, и индивидуальных предпринимателей. Из этого можно сделать вывод, что предприятие имеет налаженный сбыт своей продукции.

Проведен SWOT – анализ ОАО «Жировой комбинат», который позволил выявить сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы для исследуемого предприятия. Результаты анализа представлены в таблице 3.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Таблица 3

SWOT - анализ. Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы ОАО «Жировой комбинат»[1]

| | Возможности внешней среды | Угрозы внешней среды |
|---|---|---|
| | 1. Географическая близость потребителя к магазинам, продающим продукцию «Жировой комбинат»;<br>2. У предприятия есть возможность получать сырье из Регионального фонда;<br>3. Наличие приверженных потребителей-предприятий;<br>4. Разработка нового вида упаковки и состава. | 1. Наличие сильных конкурентов;<br>2. Чувствительность потребителя к качеству продукции;<br>3. Трудности во внедрении новых технологий и оборудования для повышения эффективности производства. |
| Сильные стороны предприятия | Действия по использованию сильных сторон и внешних возможностей предприятия | Действия по использованию сильных сторон для преодоления внешних угроз предприятия |
| Создание комбинатом новых высококачественных продуктов; Непрерывное развитие технологий;<br>Уникальное на сегодняшний день отечественное предприятие, продукция которого способна составить достойную конкуренцию своему качеству;<br>Наличие собственного интернет- сайта;<br>Высокая репутация комбината. | 1. Привлекать новых клиентов за счёт географически близко расположенных точек продаж продукции ОАО «ЕЖК» посредством рекламы;<br>2. Применить новую систему быстрой доставки продукции. | 1. Использование нового оборудования в отличие от конкурентов;<br>2. Поднятие эффективности рекламы за счёт внедрения новых технологий и рецептуры производства;<br>3. Привлечение потенциальных потребителей за счёт эффективной рекламы продукции ОАО «Жировой комбинат» в противовес конкурентам. |
| Слабые стороны предприятия | Действия по использованию внешних возможностей для преодоления слабых сторон предприятия | Действия по преодолению внешних угроз и слабых сторон предприятия |
| 1. Неустойчивое финансовое положение предприятия;<br>2. Редкие внедрения разработок новой продукции и исследований;<br>3. Низкий уровень управленческой подготовки руководителей. | 1. Разрекламировать продукт покупателям, тем самым мотивировать к покупке продукции ОАО «Жировой комбинат»;<br>2. Предложить идею по разработке инновации в производстве, для выделения средств из регионального бюджета;<br>3. Организовать среди руководителей отделов «мозговой-штурм», для развития идей и управленческих навыков. | 1. Получить помощь от государства;<br>2. Найти новых качественных поставщиков;<br>3. Повышать качество производства и обслуживания потребителей, исходя из их пожеланий к продукции ОАО «Жировой комбинат». |

[1] Составлено автором по [5]

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Из сопоставительной матрицы SWOT - анализа можно выявить сильные стороны ОАО «Жировой комбинат»: возможность появления новых потребителей, которые могут стать приверженцами продукции ОАО «Жировой комбинат» и выход на новые рынки.

Далее можно выделить следующие слабые стороны ОАО «Жировой комбинат»: предусмотрительность клиентов к качеству и слабая инновационная деятельность предприятия.

SWOT- анализ показал, что основными наиболее вероятными угрозами ОАО «Жировой комбинат» являются: активизация деятельности существующих конкурентов, повышение требований клиентов, недостаток профессионально подготовленных специалистов.

Исходя из вышесказанного, на основании статистических данных и результатов первичного стратегического анализа можно сделать вывод, что сильные стороны предприятия ОАО «Жировой комбинат» намного превосходят слабые стороны, что позволяет воспользоваться открывающимися перспективами для предприятия и защититься от внешних угроз.

Товарная политика ОАО «Жировой комбинат». Проектная мощность ОАО «Жировой комбинат» по выпуску маргарина составляет 75 тыс. тонн, майонеза- 145 тыс. тонн в год, фасованного масла- 35 тыс. тонн в год. Ассортимент компании включает 92 наименования продукции: майонезы, маргарины, подсолнечное масло, кетчуп, горчица, кулинарные и кондитерские жиры и мыло. Высокое качество продукции ЕЖК обеспечивается благодаря использованию качественного натурального сырья, новых технологий и автоматизированного современного оборудования. ОАО «Жировой комбинат изготавливает масложировую продукцию пяти брендов.

На предприятии активно реализуются проекты по повышению эффективности процессов. В 2017 году были снижены потери тароупаковочных материалов на 5%, увеличена эффективность работы производственных линий на 3%, заменено устаревшее оборудование по изготовлению кетчупа, увеличены мощности хранения сырья и материалов.

В 2017 году на ОАО «Жировой комбинат» начал работу новый цех рафинации, дезодорации и переэтерификации жиров, а также участок по фасовке растительного масла в PET-бутылки.

На сегодняшний день бренды «Мечта хозяйки», «Провансаль ЕЖК», «Щедрое лето» представлены в основных федеральных сетях, таких как Мегамарт, Пятёрочка, Карусель, Перекресток, Магнит, Монетка, Ашан, Дикси, Лента, О'кей, а также в основных региональных.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Таблица 4

Основные торговые марки предприятия [5, с. 45]

| Торговая марка | Описание |
|---|---|
| «Провансаль ЕЖК» | представлена пятью линейками майонезов - Традиционный 67%, Классический 67%, Мягкий вкус 67%, Домашний 46%, Золотой 57%, Салатный 25%, позволяет удовлетворить высокий рыночный спрос. |
| «ЕЖК. Готовим дома!» | Это продукты (маргарины, кетчупы и горчицы). |
| «Щедрое лето» | Это продукты (майонез, маргарин, спреды, кетчуп). |
| «Мечта хозяйки» | Это линейка майонезов с разными вкусами – Провансаль 67%, Классический 55%, Оливковый 55%, с лимонным соком Легкий 40%. |

Сбытовая политика ОАО «Жировой комбинат». Предприятие активно продвигает свою продукцию на экспорт, главным образом в страны Центральной Азии и Ближнего Зарубежья. Так в 2019 году было экспортировано 39% от общего объема производимой продукции, из них 62% составляет экспорт маргариновой продукции. В 2019 году были начаты отгрузки масложировой продукции в США, Китай, Монголию и Афганистан.

В марте 2019 года ОАО «Жировой комбинат» получил сертификат соответствия стандартам ХАЛАЛ, что является стратегически важным шагом в развитии взаимоотношений Жирового комбината с партнерами в странах СНГ и Зарубежья, так как продукция со знаком ХАЛАЛ пользуется всё большей и большей популярностью в странах-импортерах продукции ОАО «Жировой комбинат», таких как Азербайджан, Киргизия, Казахстан, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан и других.

Основными рынками сбыта майонезной продукции ОАО "Жировой комбинат" являются г. Екатеринбург и Свердловская обл., Тюменская обл. (ХМАО, ЯНАО), г. Курган, г. Челябинск, г. Омск, Пермская область, Башкортостан. За пределами РФ: Республика Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан.

Структура рынка поделена на три сегмента, а именно:

- «Собственный рынок», к которому относится Свердловская область, а также Курганская и Тюменская область;

- «Новый рынок» - Омская, Челябинская и Оренбургская область, Пермский край и Башкирия;

- СНГ. Первоочередной задачей, по каждому из сегментов рынка, является увеличение объемов продаж.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

«Собственный рынок» отличается от других регионов высокой лояльностью потребителя к продукции ОАО «Жировой комбинат». Увеличение объемов продаж возможно за счет территориального расширения, а также количественной и качественной дистрибуции.

Для «нового рынка» сбыта разработана стратегия, направленная на увеличение объема отгрузок, увеличения оборачиваемости и развития дистрибуции, в том числе посредством массированной рекламы.

Развитие рынка за пределами РФ происходит посредством увеличения географических точек продаж. В IV квартале 2019 г. произведены отгрузки в Приволжский Федеральный Округ, а именно: в Самарскую область, Пензенскую, Ульяновскую и Нижегородскую области. С целью упрочения позиций майонеза, продвижения и увеличения объемов продаж проводятся рекламные и трейд-маркетинговые мероприятия.

Последние десять лет для Екатеринбургского жирового комбината (ЕЖК) были самыми активными в плане развития как технического, так и рыночного. Была произведена модернизация многих цехов и производства, было закуплено новое оборудование — упаковочное и технологичное. Ассортимент расширился с двадцати наименований ключевых категорий до ста. Комбинат вышел на федеральный уровень с новым брендом — «Мечта хозяйки», который присутствует во всех регионах РФ, является лидером рынков СНГ, таких как Молдова и Азербайджан.

Параллельно запущена фактически «перестройка» завода: проект, направленный на увеличение мощностей и повышение и без того высокого качества продукта. Кроме того, расширена география производства за счет интеграции с Уссурийским масложировым комбинатом. Данная площадка будет полностью покрывать потребность Дальнего Востока, снизит логистические издержки и позволит предлагать потребителям в отдаленном регионе всегда свежий продукт по привлекательной цене.

На текущий период компания активно осваивает новые географические точки продаж, держит курс на Афганистан, Ирак и Иран. Планы амбициозные: войти в тройку крупнейших производителей России по выпуску масложировой продукции.

Методы распространения (сбыт). Каналы сбыта ОАО «Жировой комбинат»: оптовый канал; личные продажи. Поиск клиентов, информирование потенциальных клиентов, заключение договоров (личные продажи) ведется посредством торговых представителей, каждый из которых обеспечен автотранспортным средством.

Для стимулирования своих клиентов комбинат пока не использует какие-либо стимулирующие маркетинговые мероприятия.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

В настоящее время для продвижения продуктов нужна продуманная дистрибуция, а также правильно выбранные каналы сбыта. Так можно воспользоваться опытом крупнейших в РФ производителей растительного масла и майонеза и продавать свою продукцию через дистрибьюторов с выделенными эксклюзивными командами, а также использовать сетевые каналы и фокусировать усилия по продвижению именно в сетях. Таким образом, сбыт продукции ОАО «Жировой комбинат» налажен, происходит без сбоев по заранее оговоренным контрактам. Ценовая политика ОАО «Жировой комбинат»

Политика ценообразования ОАО «Жировой комбинат» состоит в следующем: у комбината есть стремление к налаживанию долгосрочных отношений с клиентами предприятия. Одним из преимуществ при работе с клиентами является заключение договоров с отсрочкой платежа до 20 банковских дней; расширение ассортимента предлагаемого товара, тем самым большее удовлетворение потребности покупателей.

Система ценообразования на продукцию предприятия организована по методу полного учета издержек + рентабельность предприятия. Процент рентабельности устанавливается в пределах 12-16%, в зависимости от спроса на каждый конкретный вид продукции.

В течение 2018 и 2019 годов ценовая политика предприятия не менялась. Динамика цен соответствовала рыночной стоимости сырья. Стратегия ценообразования проводилась с учетом маркетинговой стратегии предприятия. Ценовая политика проводилась в условиях рыночной конкуренции и была направлена на увеличение прибыли.

В 2019 г. цены производителя на основные категории масложировой продукции значительно не изменились, за исключением спреда. В результате вступления в силу запрета на использование наименования «масло растительно-сливочное» среднерыночные цены на спред выросли (+6%), а на маргарин, наоборот, немного упали (−1%). Цены на майонез и соусы на его основе достигли 73 руб/кг без НДС (+1%), а на фасованное масло упали на 3 коп. — до 52 руб/кг без НДС.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Рисунок 1. Средние цены на потребительскую масложировую продукцию в России в 2017–2019 годах, тыс. руб/т без НДС[2]

Наряду с изменением цен на готовую продукцию, вызванным сохранением плано вых показателей по прибыли и рентабельности, фактические среднегодовые цены реал изации изменились в связи с ассортиментными сдвигами, изменением объемов отгрузки по регионам.

Коммуникационная политика ОАО «Жировой комбинат». Положительным моментом в работе ОАО «Жировой комбинат» является то, что при общей поддержке администрации предприятия, всегда уделяется большое внимание рекламной деятельности.

В своей деятельности ОАО «Жировой комбинат» использует:

- информативную рекламу, которая рассказывает потребителям о свойствах производимого продукта, делая акцент на некоторых из них. Информирующая реклама преобладает в основном на этапе выведения товара на рынок, когда стоит задача создания первичного спроса.

- увещевательную рекламу, цель которой - создание избирательного спроса. Этот вид рекламы чаще всего применяется на стадии роста производимого товара (стадия

[2] Составлено автором по [5]

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

роста — стадия жизненного цикла товара, на котором его принимает все большее число потребителей, и объемы продаж этого товара растут). К увещевательной рекламе относится сравнительная реклама, которая противопоставляет товар предприятия ОАО «Жировой комбинат» между товарами предприятий-конкурентов и стремится утвердить преимущество своего товара.

- побуждающую рекламу, которая воздействует на поведение, а не на отношение потребителей. Этот вид рекламы побуждает покупателей к покупке масложировой продукции, его эффективность, обычно, краткосрочна и измеряется уровнем продаж масложирового товара.

- напоминающую рекламу, которая используется на этапе зрелости произведённой продукции, когда рост сбыта товара замедляется и достигается стабильный объем продаж. В основном, у потребителей уже сложилось мнение о предприятии ОАО «Жировой комбинат». Цель напоминающей рекламы - напомнить потребителям о существовании продукции ОАО «Жировой комбинат» и поддержать их осведомленность о товаре на высоком уровне.

- подкрепляющую рекламу, которая уверяет потребителей в правильности сделанного выбора, тем самым повышающая приверженность покупателя к данной марке, бренду и в целом производимой продукции ОАО «Жировой комбинат».

Реклама предприятия ОАО «Жировой комбинат» представлена достаточно широко и используется комбинатом в различных формах. При этом рекламируется в основном сама организация, то есть потенциальные потребители запоминают только название «Жировой комбинат».

Таблица 5

Показатели эффективности рекламной деятельности [5, с. 97]

| Показатели | I квартал 2019 года | I квартал 2020 года | Абсолютные | Относительные |
|---|---|---|---|---|
| Объём продаж от рекламы | 432 | 476 | 44 | 10,2% |
| Затраты на рекламу | 209,4 | 316,7 | 107,3 | 51.2% |
| Рентабельность рекламы | 16,2% | 17% | 0,8% | - |

Расчёт показателей эффективности рекламной деятельности ОАО «Жировой комбинат» был проведён исходя из того, что выручка и прибыль за I квартал работы предприятия получены за счёт инициативного проведения рекламной деятельности. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что рекламная деятельность

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

предприятия организована правильно и является эффективным инструментом в деятельности предприятия. Затраты на рекламу оправдываются увеличением продаж масложировой продукции.

Основываясь на результатах анализа, были сформулированы общие стратегические цели и задачи, а также цели, задачи и стратегии маркетинга ОАО «Жировой комбинат».

Стратегическая цель ОАО «Жировой комбинат» - удержание позиций на рынке подсолнечного масла и майонеза за счет:

- производства продукции высшего качества;
- лидерства в ценах (работа по снижению текущих затрат);
- реального партнёрства (долговременное отношение с сотрудниками, потребителями, поставщиками и соисполнителями).

В ходе оценки конкурентоспособности предприятия было выявлено, что слабыми сторонами ОАО «Жировой комбинат» являются такие инструменты маркетинговых коммуникаций, как: реклама и методы стимулирования сбыта. Исходя из этого, предложена маркетинговая программа с целью увеличения конкурентоспособности предприятия.

Таблица 6

Маркетинговая программа ОАО «Жировой комбинат»[3]

| Направление | Возможные варианты действий |
|---|---|
| Улучшение ассортиментной политики | 1. Поиск новых поставщиков сырья для производства новой продукции;<br>2. Рассмотрение вариантов снижения закупочных цен, что позволит продавать продукцию по ценам, ниже, чем у конкурентов;<br>3. Поскольку майонез занимает наибольший удельный вес в производстве, следует постоянно расширять и углублять его ассортимент;<br>4. Важную роль играет разработка производства продукции линии «здоровое питание» |
| Совершенствование ценовой политики | 1.Увеличение цен повысит прибыль, однако, необходимо не превысить уровень цен конкурентов;<br>2. Модернизация системы скидок для посредников и покупателей (оптовые, специальные скидки, услуги по подготовке товара к продаже); |
| Модернизация коммуникативной политики | 1. Разработка плана рекламных мероприятий на следующий год;<br>2. Рассылки предложений о сотрудничестве и реклама продукции по электронной почте;<br>3. Разработать печатную рекламную продукцию, программы приемов журналистов и пресс-конференций. |

[3] Составлено автором по [7]

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Цель программы стимулирования сбыта: Завоевание большей доли рынка сбыта (+5%). Рассчитаны бюджеты отдельных направлений и экономическая эффективность мероприятий по стимулированию спроса.

## Библиографический список

1. Бренд-маркетинг: ценовая и сбытовая политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/, свободный.
2. Информационная документация предприятия ОАО «Жировой комбинат», 2017 - 2020 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.rusagromaslo.com, свободный.
3. Коммуникационная политика и маркетинговые технологии компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru, свободный.
4. Методы планирования маркетинга в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru, свободный.
5. ОАО «Жировой комбинат» (Екатеринбург) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zavodfoto.livejournal.com, свободный.
6. Основные принципы маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economy-ru.info, свободный.
7. Формирование маркетинговой политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru, свободный.
8. Управленческая информация по ОАО «Жировой комбинат» (Екатеринбург) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zavodfoto.livejournal.com, свободный.
9. Управление маркетингом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com, свободный.
10. Управление рекламой на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru, свободный.
11. Устав предприятия ОАО «Жировой комбинат»
12. Формирование маркетинговой политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru, свободный.
13. Формирование эффективной маркетинговой политики предприятия: методы, модели, технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vestnik.osu.ru, свободный.

Электронное научное издание

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

## НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

## № 7/2020

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.4,5. 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