

ВЕСТНИК ОрелГИЭТ

№ 4 (46)
декабрь 2018

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

Издается с сентября 2007 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех
отделениях связи по
объединенному каталогу
«Пресса России»
Индекс 36888

Издатель:

ФГБОУ ВО «Орловский
государственный университет
экономики и торговли»
г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по
надзору в сфере связи,
информационных
технологий и массовых
коммуникаций
(Роскомнадзор)

**Свидетельство о
регистрации:**

ПИ № ФС 77-67656
от 10 ноября 2016 г.

Учредитель:

ФГБОУ ВО «Орловский
государственный университет
экономики и торговли»
г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Журнал входит в «Перечень
рецензируемых научных
изданий, в которых должны
быть опубликованы
основные научные
результаты диссертаций на
соискание ученой степени
кандидата наук, на
соискание ученой степени
доктора наук», по
состоянию на 30.11.2018 г.
(№ 421)

Журнал включен в
Российский индекс
научного цитирования
(РИНЦ)

В журнале «Вестник ОрелГИЭТ» с 2007 года публикуются результаты научных исследований по гуманитарным и социальным наукам; экономике и управлению; технологии и производству продуктов и потребительских товаров.

Журнал адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным отраслям и направлениям экономических наук.

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

Адрес редакции журнала «Вестник ОрелГИЭТ»:

РФ 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Телефон: +7 (486) 225-50-37

E-mail: rio-ogiet@mail.ru

Сайт: http://orelgiyet.ru/public/Vestnik_OrelGIET

© ФГБОУ ВО «ОрелГУЭТ», 2018

Подписано в печать 10.12.2018.

Дата выхода в свет 21.12.2018.

Формат 60x84 $\frac{1}{8}$ Усл. печ. л. 26,25.

Тираж 1000 экз. Заказ 46.

Цена свободная

Отпечатано на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна

OrelSIET BULLETIN

№ 4 (46)
2018

**QUARTERLY TEORETICAL
AND PRACTICAL JOURNAL**

Postal subscription is carried out
at all Postal Telegraph Offices
according to the union catalog
«Pressa Rossiji» («Russian
Press») code 36888

Publisher:

Orel State University
of Economics and Trade
Orel, 12 Oktyabrskaya Street

The journal is registered by the
Federal Service for Supervision of
Communications, Information
Technology, and Mass Media
(Roskomnadzor)

Registration License:

ПИ № ФС 77-67656
10th November 2016

Founder:

Orel State University
of Economics and Trade
Orel, 12 Oktyabrskaya Street

The journal is in the List of chief
scientific journals and
publications under review in
which the main scientific results
of doctoral and candidate's
theses recommended by High
Attestation Commission of the
Russian Federation of Russian
Ministry of Education must be
published (№ 421)

The journal is included into
Russian Science Citation Index
(RSCI)

The Journal has been published since 2007 and is a regular scientific edition issued to develop research activity, support scientific schools and to train highly qualitative specialists. The journal publishes the results of scientific research on economic theory, management of national economy, accounting, statistics, commodity study and technology of public catering.

OrelSIET Bulletin is addressed to researchers, lecturers, post-graduate students and students who are interested in the newest results of fundamental and applied researches in different scientific branches.

Before publication all the materials are necessarily reviewed. Copies of the review or motivated refusal are sent to the authors (without any information about the reviewer). The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and may be put at the disposal of the Ministry of Science and Education on demand.

Editorial Office of «OrelSIET Bulletin»:
302028, Orel, Oktyabrskaya st., 12

Telephone: +7 (486) 225-50-37
E-mail: rio-ogiet@mail.ru
http://orelgiyet.ru/public/Vestnik_OrelGIET

© OrelSUET, 2018

Passed for printing 10.12.2018.

Date of publication 21.12.2018.

Format 60x84 $\frac{1}{8}$ Volume 26.25 printed sheets.

Circulation 1000 cop. Order 46.

Printed at the poligraphic base of OrelSUET
Orel, 12 Oktyabrskaya Street

Главный редактор:**Паршутина И.Г.**

доктор экономических наук, профессор
Орловский государственный университет экономики и
торговли, г. Орел

Редакционный совет:**Вертакова Ю.В.**

доктор экономических наук, профессор
Юго-Западный государственный университет, г. Курск

Воронкова И.Е.

доктор исторических наук, доцент
Орловский государственный университет экономики и
торговли, г. Орел

Глотко А.В.

доктор экономических наук, доцент
Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск

Золотова Т.В.

доктор физико-математических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации, г. Москва

Иода Е.В.

доктор экономических наук, профессор
Липецкий государственный технический университет,
г. Липецк

Клочкова Н.В.

доктор экономических наук, профессор
Ивановский государственный энергетический
университет им. В.И. Ленина, г. Иваново

Рудакова О.В.

доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал Российской
академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Орел

Степичева О.А.

доктор экономических наук, профессор
Мичуринский государственный аграрный университет,
г. Мичуринск, Тамбовская обл.

Трещевский Ю.И.

доктор экономических наук, профессор
Воронежский государственный университет, г. Воронеж

Цёхла С.Ю.

доктор экономических наук, профессор
Крымский федеральный университет имени В.И.
Вернадского, г. Симферополь

Шманев С.В.

доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации, г. Москва

Ответственный редактор:**Лисичкина Н.В.**, кандидат экономических наук, доцент**Литературный редактор:****Зайцева Н.Н.**, старший преподаватель**Технический редактор:****Жучков А.А.**, кандидат технических наук, доцент**Переводчик:****Лепешкина Г.Г.**, старший преподаватель**Editor-in-Chief:****Parshutina I.G.**

Doctor of Economic Sciences, Professor
Orel State University of Economics and Trade

Editorial Board:**Vertakova Yu.V.**

Doctor of Economic Sciences, Professor
Southwest State University

Voronkova I.E.

Doctor of Historical Sciences, Associate Professor
Orel State University of Economics and Trade

Glotko A.V.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Gorno-Altai State University

Zolotova T.V.

Doctor of Physicomathematical Sciences, Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian
Federation

Ioda E.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Lipetsk State Technical University

Klochkova N.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Ivanovo State Power University named after V.I. Lenin

Rudakova O.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management, Branch of The
Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration

Stepicheva O.A.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Michurinsk State Agrarian University

Treshchevsky Yu.I.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Voronezh State University

Tsohla S.Yu.

Doctor of Economic Sciences, Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Shmanev S.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Financial University under the Government of the Russian
Federation

Managing editor:**Lisichkina N.V.**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor**Copy Editor:****Zaitseva N.N.**, Senior Lecturer**Technical Editor:****Zhuchkov A.A.**, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor**Translation:****Lepeshkina G.G.**, Senior Lecturer

СОДЕРЖАНИЕ

АПК И СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- Летяго Ю.А., Белкина Р.И.**
Качество зерна пшеницы Тюменской области 7
- Тучкова Л.Е., Верховец И.А., Тихойкина И.М., Федотова И.Э.**
Влияние дефеката на состояние почвенного покрова и оценка экономического ущерба некоторых хозяйств Орловской области 12

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

- Гуляева Т.И., Кыштымова Е.А., Киданова Н.Л.**
Прогнозные модели собственного капитала в стратегическом анализе организаций 17
- Королев Ю.Ю., Голайдо И.М.**
Предпосылки развития и внедрения ABC-метода 24
- Мазур Л.В., Боброва Е.А.**
Оценка эффективности государственного аудита при формировании налоговых доходов бюджетной системы 29

МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

- Гамбаров Т.Р.**
Влияние внутренних и внешних факторов управления на принятие решений в менеджменте 36
- Докукина И.А., Пьянова Н.В.**
Проблема применения социального маркетинга для удержания потребителей в малом бизнесе 42
- Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е.**
Логистические походы к управлению предприятиями бизнеса 49
- Лыгина Н.И., Пьянова Н.В., Андрианова М.В.**
Современные методы стимулирования сбыта 53
- Макарова Ю.Л., Кузнецова Л.М.**
Оценка развития корпоративной культуры в предпринимательских структурах 59
- Мерцалова С.Л., Карпова И.В.**
Особенности ведения деловых переговоров с иностранными партнерами 68
- Соколова Н.Н., Захаркина Н.В., Мосина Е.И.**
Внутренняя социальная ответственность как фактор результативности управления компанией нефтегазовой отрасли 72

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

- Арманшина Г.Р., Ильминская С.А.**
Межрегиональные диспропорции социально-экономического развития России: причины и последствия 79

Кононова Е.Е., Магомедалиева О.В, Мусатова И.В., Яковлева Т.В. Оценка влияния производственной деятельности предприятий Орловской области на экологическое состояние региона: проблемы и особенности управления	85
Мигунова Г.С., Бутенко И.В. Государственно-частное партнерство как фактор социально-экономического развития регионов России	93
Морковкин Д.Е., Умнов В.А., Шманев С.В. Современные проблемы и траектории социально-экономического развития региона (на примере Самарской области)	99
Симонова Е.В. Эволюционные модели обеспечения конкурентоспособности современной экономики	108

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

Пашкевич Л.А, Батурина Н.А., Покровский Н.В. Риски в сфере туризма: понятие и сущность	114
Руденко М.Н., Шабанова Н.В. Системные противоречия и проблемы развития отечественного туризма в современных социально-экономических условиях	121
Срибный В.И., Серeda И.А. Подходы к сущности экономической категории «медицинский туризм»	125
Шмарков М.С., Малявкина Л.И. Аспекты риск-ориентированного подхода к ведению предпринимательской деятельности на рынке туризма	129

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Кыштымова Е.А. Формирование критериев оценки и анализа прибыли в управлении собственным капиталом организации	134
Макарова Т.Н., Лебедева О.А., Скворцова Н.А. Организация и проведение системного анализа территориального расположения розничных торговых предприятий	140

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОТРАСЛЕЙ

Голоктионова Ю.Г., Лисичкина Н.В. Оценка социально-экономического развития России в отраслевом аспекте	147
Лыгина Н.И., Паршиков Н.А., Рудакова О.В. Особенности развития экономики впечатлений	151
Петрухина Е.В., Дудина Е.В. Современные проблемы управления качеством сервиса	158
Руденко М.Н., Рожков Д.В. Правовые основы оказания медицинской услуги в системе национального здравоохранения	164

Срибный В.И., Челпанов А.В. Деятельность предприятий стратегического значения Республики Крым	167
---	------------

Тренина И.А., Кононова Е.Е., Магомедалиева О.В, Мусатова И.В. Особенности управления инновационным развитием российских предприятий в сфере переработки отходов: эколого-экономический аспект	170
---	------------

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

Глотко А.В., Кузнецова И.Г. Воздействие государства на воспроизводство человеческого капитала в сельской местности	175
--	------------

Звягинцева Ю.А., Сотникова Е.А. Организационные и финансово-экономические инструменты государственного регулирования миграции в Российской Федерации	181
--	------------

Илюхина И.Б., Ильминская С.А. Взаимообусловленность пространственной неравномерности динамики населения и дифференциации уровня трудовой активности в регионах России	187
---	------------

Мосина Е.И., Минакова Е.И., Думнова Н.А. Влияние условий труда персонала на эффективность работы промышленной организации	195
---	------------

Орлова Н.Н. Эффективность труда и особенности системы управления ею на современном этапе развития	200
---	------------

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	204
--------------------------------------	------------

АПК И СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

УДК 664:633.11-021.4(470.53)

Летяго Ю.А., Белкина Р.И.

КАЧЕСТВО ЗЕРНА ПШЕНИЦЫ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Letyago Ju.A., Belkina R.I.

WHEAT QUALITY OF TYUMEN REGION

Летяго Юлия Александровна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: 77720143684@mail.ru

Letyago Julia Aleksandrovna, candidate of agricultural sciences, associate professor; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: 77720143684@mail.ru

Белкина Раиса Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор, ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: raisa-medvedko@mail.ru

Belkina Raisa Ivanovna, doctor of agricultural sciences, professor; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: raisa-medvedko@mail.ru

Аннотация: В статье показано изучение качества зерна сортов сильной пшеницы ценной и сортов, не относящихся к сильным и ценным, в условиях Тюменской области. Сорта пшеницы формировали натуру в пределах 725-764 г/л. Выявлено преимущество сортов сильной пшеницы по количеству клейковины в зерне в сравнении с сортами ценной пшеницы и сортами, не относящимися к сильным и ценным. Высоким количеством белка отличалось зерно сорта Тюменская 26 (17,7%) и сорта сильной пшеницы Новосибирская 15 (17,6%). Число падения в зерне сортов пшеницы варьировало от 200 до 537 с, что соответствует требованиям 1-го класса ГОСТ и свидетельствует о низкой активности в нем ферментов. В результате исследований выявлено преобладание сортов сильной пшеницы в сравнении с сортами ценной и сортами, не относящимися к этим группам, по содержанию клейковины и белка

Abstract: In the article the study of grain quality of strong, valuable wheat grades and the grades which are not considered as strong and valuable under conditions of Tyumen region is demonstrated. Wheat grades formed nature within 725-764 g/l. Advantage of strong wheat grades according to the gluten quantity in grain in comparison with valuable wheat grades and the grades which are not considered as strong and valuable is revealed. Tyumen grade grain and strong wheat Novosibirsk grades has high quantity of protein. They contain 26 (17,7 %) and 15 (17,6 %) correspondingly. The falling number in wheat grades grain varied from 200 to 537, that corresponds to the requirements of the 1st class of GOST and testifies low activity of enzymes. As a result of the researches prevalence of strong wheat grades in comparison with valuable grades and the grades which do not refer to these groups according to the gluten and protein content is revealed

Ключевые слова: пшеница, натура зерна, стекловидность, клейковина, содержание белка, число падения

Keywords: wheat, grain nature, vitreousness, gluten, protein content, falling number

Введение

Производство высококачественного зерна пшеницы способствует обеспечению населения хлебоу-
лочными изделиями высоких потребительских свойств и созданию стабильного экспортного фонда.

В решении этих задач большое значение имеют сорта сильной и ценной пшеницы, которые занимают в стране значительные площади. Только в Западной Сибири возделывается более 30 сортов сильной пшеницы [1]. Однако данные статистики свидетельствуют о том, что зерно, соответствующее требованиям первого и второго классов действующего ГОСТ Р 52554-2006, в стране практически не производится. Самую большую долю занимает пшеница 4-го класса. Такая пшеница идет в основном и на экспорт [2].

В связи с этим существует и проблема качества хлеба. Потребительские свойства хлеба: вкус, аромат и другие - теряются в большей степени из-за того, что в хлебопекарном производстве часто используют муку общего назначения, применяют многочисленные улучшители, в том числе химического происхождения, а также нетрадиционное сырьё [3].

Выявление в конкретных регионах потенциала качества зерна возделываемых сортов – одна из возможностей решения проблемы производства высококачественного сырья для хлебопекарного производства. Целесообразно рассматривать требования к сортам с учётом устойчивости формирования ими показателей высоких классов действующего ГОСТа и параметров, которые характеризуют хлебопекарную силу пшеницы.

Погодные условия Сибирского и Уральского регионов далеко не всегда способствуют получению высококачественного зерна пшеницы.

К лимитирующим факторам следует отнести пониженные температуры и повышенное количество осадков в период созревания и уборки зерновых культур. Тем не менее, исследователи отмечают, что в условиях Тюменской и Курганской областей наиболее устойчиво формировали технологические свойства зерна сорта пшеницы Златозара, Новосибирская 15, Ирень, Иргина, Лютесценс 70 [4,7].

В Тюменской области на основании многолетних исследований по проблеме повышения качества зерна разработана классификация сортов яровой пшеницы с учётом потенциала их технологических свойств и целевого назначения зерна [6].

Цель исследований: выявить возможности сортов пшеницы в формировании зерна, соответствующего требованиям действующего национального стандарта, в условиях северной лесостепи Тюменской области.

Материалы и методика

Оценка качества зерна проведена на образцах урожая 2010-2012 гг. На опытном поле Агротехнологического института ГАУ Северного Зауралья (зона северной лесостепи Тюменской области) были заложены полевые опыты. Почвенный покров опытного поля – чернозём выщелоченный. Удобрения вносили в расчёте на урожайность зерна 4 т/га. Предшественник – однолетние травы. В лабораториях Агробиотехнологического центра ГАУ Северного Зауралья были проведены лабораторные исследования зерна сортов сильной пшеницы: СКЭНТ-1, Новосибирская 15, Новосибирская 29; ценной – Тюменская 25, Омская 36, Лютесценс 70, Ирень, Красноуфимская 100; сортов, не относящиеся к сильным и ценным, селекции ГНУ НИИСХ Северного Зауралья: Аделина, Тюменская 26, Казахстанская ранняя, Рикс. В соответствии с методами, изложенными в государственных стандартах, определены показатели качества зерна пшеницы.

Метеорологические условия в годы исследований во время периода вегетации сортов пшеницы различались: в период налива и созревания зерна (2010-2011 гг.) были умеренно увлажненными с повышенной против нормы температурой воздуха; 2012 г. характеризовался дефицитом осадков и высокими температурами.

Результаты исследований

Натура зерна – один из важнейших показателей, определяющих сырьевые свойства зерна. От плотности зерна и его выполненности зависит выход продукции переработки зерна – муки и крупы. В Северном Зауралье при формировании натуры зерна преимущество имели среднеспелые сорта пшеницы в сравнении с раннеспелыми [4, 7].

Натура зерна изучаемых сортов пшеницы в среднем за годы исследований составила 725-764 г/л (табл.1). Самая низкая натура зерна сформировалась в 2012 г. – это следствие засушливых условий вегетационного периода, что значительно снизило натуру зерна сорта Омская 36 и Красноуфимская 100.

Таблица 1 – Натура зерна сортов пшеницы, различающихся по хлебопекарной силе, 2010-2012 гг.

Сорт	Характеристика сортов по хлебопекарной силе	Натура зерна, г/л	Соответствие классу ГОСТ Р 52554-2006
Новосибирская 15	сильная пшеница	730	3 класс
Новосибирская 29	сильная пшеница	735	3 класс
СКЭНТ 1	сильная пшеница	730	3 класс
Ирень	ценная пшеница	733	3 класс
Лютесценс 70	ценная пшеница	743	3 класс
Омская 36	ценная пшеница	741	3 класс
Красноуфимская 100	ценная пшеница	725	4 класс
Тюменская 25	ценная пшеница	764	1 класс
Рикс	не относится к сильным и ценным	743	3 класс
Тюменская 26	не относится к сильным и ценным	754	1 класс
Аделина	не относится к сильным и ценным	759	1 класс
Казахстанская ранняя	не относится к сильным и ценным	753	1 класс

По отношению к требованиям ГОСТа большая часть изучаемых сортов сформировала натуру, соответствующую третьему классу, т.е. требованиям на продовольственную пшеницу. Высокими показателями на уровне нормативов первого класса (не ниже 750 г/л) отличались среднеспелые сорта Тюменская 25, Тюменская 26, Аделина и Казахстанская ранняя.

Стекловидность также является важнейшей характеристикой сырьевых достоинств зерна пшеницы. Более ценным для переработки считается стекловидное зерно (общая стекловидность 60% и выше), так как при размоле обеспечивает больший выход муки высоких сортов.

В годы исследований стекловидность зерна сортов пшеницы была достаточно высокой: от 83 до 96%. Наблюдалось незначительное снижение этого показателя у сортов, не относящихся к сильной и ценной пшенице, относительно сортов с более высокой хлебопекарной силой.

Основной показатель, обеспечивающий возможность получения из пшеничной муки хлеба высоких потребительских качеств, – клейковина. Её количество и упруго-эластичные свойства являются важнейшими составляющими хлебопекарной силы муки. Содержание клейковины в зерне пшеницы зависит от сортовых особенностей и в большой степени связано с условиями выращивания [8]. Качество клейковины характеризует структура её белкового комплекса. Влияют на этот признак и метеорологические факторы.

Содержание клейковины в зерне изучаемых сортов пшеницы варьировало в пределах 27,3- 35,3% (табл. 2). Самое высокое количество клейковины в годы исследований отмечено у сорта сильной пшеницы Новосибирская 15 – 40,5% и сорта Тюменская 26 – 40,8%.

Таблица 2 – Количество клейковины в зерне сортов пшеницы, различающихся по хлебопекарной силе, 2010-2012 гг.

Сорт	Характеристика сортов по хлебопекарной силе	Клейковина в зерне, %	Соответствие классу ГОСТ Р 52554-2006
Новосибирская 15	сильная пшеница	35,3	1 класс
Новосибирская 29	сильная пшеница	33,8	1 класс
СКЭНТ 1	сильная пшеница	27,3	3 класс
Ирень	ценная пшеница	32,2	1 класс
Лютесценс 70	ценная пшеница	32,0	1 класс
Омская 36	ценная пшеница	31,2	2 класс
Красноуфимская 100	ценная пшеница	28,5	2 класс
Тюменская 25	ценная пшеница	32,9	1 класс
Рикс	не относится к сильным и ценным	28,1	2 класс
Тюменская 26	не относится к сильным и ценным	34,2	1 класс
Аделина	не относится к сильным и ценным	28,4	2 класс
Казахстанская ранняя	не относится к сильным и ценным	28,5	2 класс

Нормативам первого класса ГОСТа (не менее 32%) соответствовало содержание клейковины в зерне сортов сильной пшеницы Новосибирская 29 и Новосибирская 15, сортов ценной пшеницы Лютесценс 70, Тюменская 25 и Ирень, а также сорта Тюменская 26. Клейковина в зерне остальных сортов (исключение сорт СКЭНТ 1) соответствовала нормативам 2-го класса (не менее 28%). Количество клейковины в зерне сорта СКЭНТ 1 (27,3%) было в пределах нормативов 3-го класса.

Сорта сильной пшеницы имели преимущество по этому показателю (32,1%) в сравнении с сортами ценной пшеницы (31,3%), а также с сортами, не относящимися к сильным и ценным (29,8%).

Упруго-эластичные свойства клейковины представлены тремя группами, из которых первая (45-75 ед. ИДК) характерна для сильной пшеницы. Клейковина с такими свойствами формировалась в годы исследований у сортов сильной пшеницы Новосибирская 15 – 65-75 ед. и СКЭНТ 1 – 50-75 ед., ценной пшеницы – Омская 36 – 70-75 ед. и сорта Аделина – 65-70 ед. Клейковина второй группы качества (удовлетворительная слабая) сформировалась у сорта сильной пшеницы Новосибирская 29 – 80-85 ед., у сортов ценной пшеницы Красноуфимская 100 – 80-95 ед. и Тюменская 25 – 80-90 ед. Клейковиной второй группы

качества также характеризовались сорта, не относящиеся к сильным и ценным - Казахстанская ранняя – 80-95 ед. и Тюменская 26 – 80-95 ед. У остальных сортов качество клейковины в годы исследований соответствовало как первой, так и второй группам.

Сорта сильной пшеницы отличались более упругой клейковиной, средний показатель по сортам – 71 ед., в сравнении с сортами ценной пшеницы – 79 ед., и сортами, не относящимися к сильным и ценным – 79 ед. Высокое содержание клейковины и хорошее ее качество – большая ценность для хлебопечения. Такими характеристиками отличаются сорта Новосибирская 15, Ирень, Омская 36, Лютеценс 70.

Пищевую ценность зерна и муки характеризует содержание белка. Уровень этого показателя зависит от сорта, почвенно-климатических факторов, элементов технологии возделывания

Количество белка в зерне сортов пшеницы варьировало от 12,4 до 15,8 % (табл. 3). Высоким количеством белка в годы исследований отличалось зерно сорта Тюменская 26 – 17,7%, а также сорта сильной пшеницы Новосибирская 15 – 17,6%. Эти же сорта выделились по среднему значению – 15,1 и 15,8% соответственно. Высокий уровень белка в зерне сорта ценной пшеницы Лютеценс 70 – 15,1%, а также в зерне сорта сильной пшеницы Новосибирская 29 – 14,5%. Нормативам первого класса ГОСТ (не менее 14,5%) соответствовало содержание белка в зерне сортов Новосибирская 15, Новосибирская 29, Лютеценс 70 и Тюменская 26. В зерне сортов Ирень, Омская 36 и Тюменская 25 количество белка находилось в пределах требований второго класса (не менее 13,5%). Уровень белка в зерне остальных сортов соответствовал нормативам третьего класса (не менее 12%). Отмечена тенденция снижения содержания белка в зерне сортов, не относящихся к сильным и ценным, в сравнении с сортами, характеризующимися более высокой хлебопекарной силой.

Таблица 3 – Содержание белка в зерне сортов пшеницы, различающихся по хлебопекарной силе, 2010-2012 гг.

Сорт	Характеристика сортов по хлебопекарной силе	Белок в зерне, %	Соответствие классу ГОСТ Р 52554-2006
Новосибирская 15	сильная пшеница	15,8	1 класс
Новосибирская 29	сильная пшеница	14,8	1 класс
СКЭНТ 1	сильная пшеница	12,4	3 класс
Ирень	ценная пшеница	14,3	2 класс
Лютеценс 70	ценная пшеница	15,1	1 класс
Омская 36	ценная пшеница	14,3	2 класс
Красноуфимская 100	ценная пшеница	13,1	3 класс
Тюменская 25	ценная пшеница	13,5	2 класс
Рикс	не относится к сильным и ценным	12,6	3 класс
Тюменская 26	не относится к сильным и ценным	15,1	1 класс
Аделина	не относится к сильным и ценным	12,4	3 класс
Казахстанская ранняя	не относится к сильным и ценным	12,6	3 класс

«Число падения» характеризует доброкачественность зерна, состояние его углеводно-амилазного комплекса. В полевых условиях при выпадении осадков и высокой относительной влажности воздуха происходит вторичное увлажнение созревшего зерна. Вследствие этого активизируется деятельность амилолитических ферментов, гидролизующих крахмал. Их активность косвенно отражает число падения.

Число падения в зерне сортов пшеницы в годы исследований варьировало от 200 до 537 с, что свидетельствует о низкой активности в нем ферментов. Вместе с тем, следует отметить, что для технологических процессов приготовления теста слишком высокая величина числа падения (более 350 с) нежелательна, в этом случае из-за недостаточной активности ферментов, которые действуют на крахмал, снижается сахарообразующая способность муки. Из сортов пшеницы высокой и устойчивой величиной числа падения отличались Тюменская 26 (466-512 с), Ирень (404-537 с), Лютеценс 70 (402-503с).

Заключение

В условиях северной лесостепи Тюменской области изучение качества зерна сортов пшеницы на соответствие требованиям ГОСТ Р 52554-2006 показало, что большинство из них отличалось способностью формировать зерно с высокой стекловидностью, высоким содержанием клейковины и белка, высокой величиной числа падения. Качество клейковины соответствовало первой и второй группам. На натуру зерна негативное влияние оказали засушливые условия вегетационного периода 2012 года. Установлено преимущество сортов сильной пшеницы по сравнению с сортами ценной, а также сортами, не относящимися к этим группам, по содержанию клейковины и белка.

Список литературы

1. Белкина Р.И. Качество зерна сортов сильной пшеницы в северной лесостепи Тюменской области / Р.И. Белкина, Д.И. Кучеров, И.В. Барышников // *Агропродовольственная политика России*. – 2013. – №3. – С. 51-53.
2. Мелешикина Е. Нужно ли нам качество зерна? // *Хлебопродукты*. – 2011. – № 7. – С. 10-13.
3. Чубенко Н.Т. Ассортимент хлеба. Оценка, действительность и задачи // *Хлебопечение России*. – 2013. – № 6. – С. 15-19.
4. Кучеров Д.И. Урожайность и технологические свойства зерна сортов яровой мягкой пшеницы в лесостепи Тюменской области: Автореф. дис. канд. с.-х. наук. – Тюмень, 2007. – 16 с.
5. Немченко В.В. Научно – исследовательская деятельность научно – производственного агрохолдинга «Курган – семена» / В.В. Немченко, А.А. Кетов, Е.В. Нестерова // *Состояние и перспективы семеноводства Российской Федерации: материалы Всероссийской научно-практической конференции*. – Курган, 2009. – С. 116-137.
6. Лetyаго Ю.А. Потенциал качества зерна сортов яровой пшеницы в северной лесостепи Тюменской области / Ю.А. Лetyаго, Р.И. Белкина // *Вестник Красноярского государственного аграрного университета*. – 2014. – №4. – С. 114-117.
7. Масленко М.И. Продуктивность и качество зерна сортов яровой пшеницы в лесостепной зоне: Автореф. дис. канд. с.-х. наук. – Тюмень, 2007. – 16 с.
8. Дерянова Е.Г. Агроэкологические и агрохимические аспекты формирования урожая и качества зерна яровой пшеницы в лесостепи Алтайского края / Е.Г. Дерянова, В.И. Усенко // *Сибирский вестник сельскохозяйственной науки*. – 2006. – № 7. – С. 13-17.

References

1. Quality of grain of grades of strong wheat in the Northern forest-steppe of the Tyumen region / R. I. Belkina, D. I. Kuchеров, I. V. Baryshnikov // *Agrofood policy of Russia*. – 2013. – No. 3. – P. 51-53.
2. Meleshkina E. Do we Need quality of grain? // *Bread Products*. – 2011. – No. 7. – P. 10-13.
3. Chubenko N. T. Assortment of bread. Evaluation, validity and objectives // *Khlebopechenie Rossii*. – 2013. – No. 6. – P. 15-19.
4. Productivity and technological properties of grain varieties of spring soft wheat in the forest-steppe of the Tyumen region: Avtoref. dis. kand. agricultural Sciences. – Tyumen, 2007. – 16 p.
5. Research activity of scientific and production Agroholding "Kurgan-Semena" / V. Nemchenko, A.A. Ketov, E.V. Nesterova // *State and prospects of seed production of the Russian Federation: materials of the all – Russian scientific and practical conference*. – Kurgan, 2009. – P. 116-137.
6. Potential of quality of grain of grades of spring wheat in the Northern forest-steppe of the Tyumen region / Yu.A. Letyago, R.I. Belkina // *Bulletin of the Krasnoyarsk State Agrarian University*. – 2014. – No. 4. – P. 114-117.
7. Maslenko M.I. Productivity and quality of grain of spring wheat varieties in forest-steppe zone: Avtoref. dis. kand. agricultural Sciences. – Tyumen, 2007. – 16 p.
8. Teranova E.G. Agroecological and agrochemical aspects of forming yield and grain quality of spring wheat in forest-steppe of the Altai territory / E.G. Teranova, V.I. Usenko // *Siberian Bulletin of agricultural science*. – 2006. – No. 7. – S. 13-17.

УДК 631.41:631.51(470.319)

Тучкова Л.Е., Верховец И.А., Тихойкина И.М., Федотова И.Э.

**ВЛИЯНИЕ ДЕФЕКТА НА СОСТОЯНИЕ ПОЧВЕННОГО ПОКРОВА И ОЦЕНКА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЩЕРБА НЕКОТОРЫХ ХОЗЯЙСТВ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Tuchkova L.E., Verkhovets I.A., Tikhokina I.M., Fedotova I.E.

**INFLUENCE OF DEFECATION MUD ON SOIL CONDITION AND ESTIMATION OF ECONOMIC
DAMAGE OF SOME ENTERPRISES OF OREL REGION**

Тучкова Людмила Евгеньевна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры почвоведения и прикладной биологии ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: lutuchka@yandex.ru

Tuchkova Lyudmila Evgenевна, Candidate of Agricultural Sciences, Associated Professor, Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: lutuchka@yandex.ru

Верховец Ирина Алексеевна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры почвоведения и прикладной биологии ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: iverkhovets@mail.ru

Verkhovets Irina Alekseeвна, Candidate of Agricultural Sciences, Associated Professor, Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: iverkhovets@mail.ru

Тихойкина Ирина Михайловна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tihojkina@ya.ru

Tikhokina Irina Mikhailovна, Candidate of Agricultural Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tihojkina@ya.ru

Федотова Инна Эрнестовна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры почвоведения и прикладной биологии ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: fedotovaie@mail.ru

Fedotova Inna Ernestovна, Candidate of Agricultural Sciences, Associated Professor, Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: fedotovaie@mail.ru

Аннотация: В статье приведены результаты оценки степени влияния дефекта на почвенный покров. Установлены уровни содержания тяжелых металлов в почвах, значительные коэффициенты аномальности, коэффициенты их суммарного накопления, что предопределяет возникновение токсичного уровня концентрации тяжелых металлов и их губительного канцерогенного, мутагенного, ингибирующего действия на организмы и, как результат, ухудшение и снижение плодородия почвы. Рассчитан экономический ущерб от загрязнения почвенного покрова различными видами отходов

Abstract: In the article estimation results of the degree of influence of defecation mud on soil are presented. Levels of heavy metals content in soils, considerable factors of abnormality, coefficients of their total accumulation are established. They predetermines toxic level of heavy metals concentration and their pernicious cancerogenic, mutagen, inhibit activity on the organisms and as a result deterioration and decrease of soil fertility. Economic damage of soil pollution by various kinds of wastes is calculated

Ключевые слова: степень загрязнения почв, отходы, дефект, тяжёлые металлы, коэффициент концентрации, ПДК, экономический ущерб

Keywords: degree of soil pollution, wastes, defecation mud, heavy metals, concentration factor, maximum concentration limit, economic damage

Противоречия развития человеческого общества с природой иллюстрируют некоторые факты и цифры. За последние 100 лет человечество более чем в 1000 раз увеличило потребление энергоресурсов. За 35 лет произошло двукратное увеличение объемов промышленной и сельскохозяйственной продукции. Соответственно, увеличивается количество отходов хозяйственной деятельности, которые попадают в окружающую среду, загрязняя атмосферу, воду, почву.

Загрязнение почвы определяется как накопление в почве стойких токсичных химических веществ, солей, радиоактивных материалов или возбудителей болезней, которые оказывают негативное воздействие на рост растений и здоровье животных.

Утилизация промышленных отходов является основной проблемой, вызывающей загрязнение почвы. Этими промышленными загрязнителями в основном являются отходы целлюлозно-бумажных комбинатов, химической промышленности, нефтеперерабатывающих, сахарных и кожевенных заводов, винокурен, горнодобывающей промышленности, металлообработки, нефтяной и машиностроительной промышленности и т.д.

«Перерабатывающие отрасли сельскохозяйственного производства, такие как сахарное производство, наряду с промышленными отходами, по количеству образуемых отходов превышают объемы получаемой продукции. При переработке свёклы образуются такие отходы, как свекловичный жом, меласса, фильтрационный осадок (дефекат). В дефекате, который производится сахарной промышленностью страны, только за один производственный сезон, кроме углекислого кальция, содержится приблизительно 60 тысяч тонн фосфатной кислоты, около 12 тысяч тонн азота, что равноценно 360 тысячам тонн фосфата и 70 тысячам тонн селитры» [4].

«Отходы сахарных заводов в виде дефеката практически не используются в земледелии, хотя известно, что этот прием значительно улучшает физико-химические и агрохимические свойства кислых серых лесных и черноземных почв и одновременно способствует повышению продуктивности и качества сахарной свеклы» [3].

Для выявления оценки степени влияния дефеката на земли сельскохозяйственного назначения на примере ООО Залегощь-Агро 57:14:0030301:162 57:14:0030301:121 Орловской области Залегощенского района Октябрьского сельского поселения и ОАО «Благодатное» было отобрано 20 образцов, из которых 2 контрольных. Загрязнение дефекатом составило 1,54 га (рис. 1).

Анализ почвенных образцов проведен на базе ФГБУ «Орловский референтный центр Россельхознадзора».

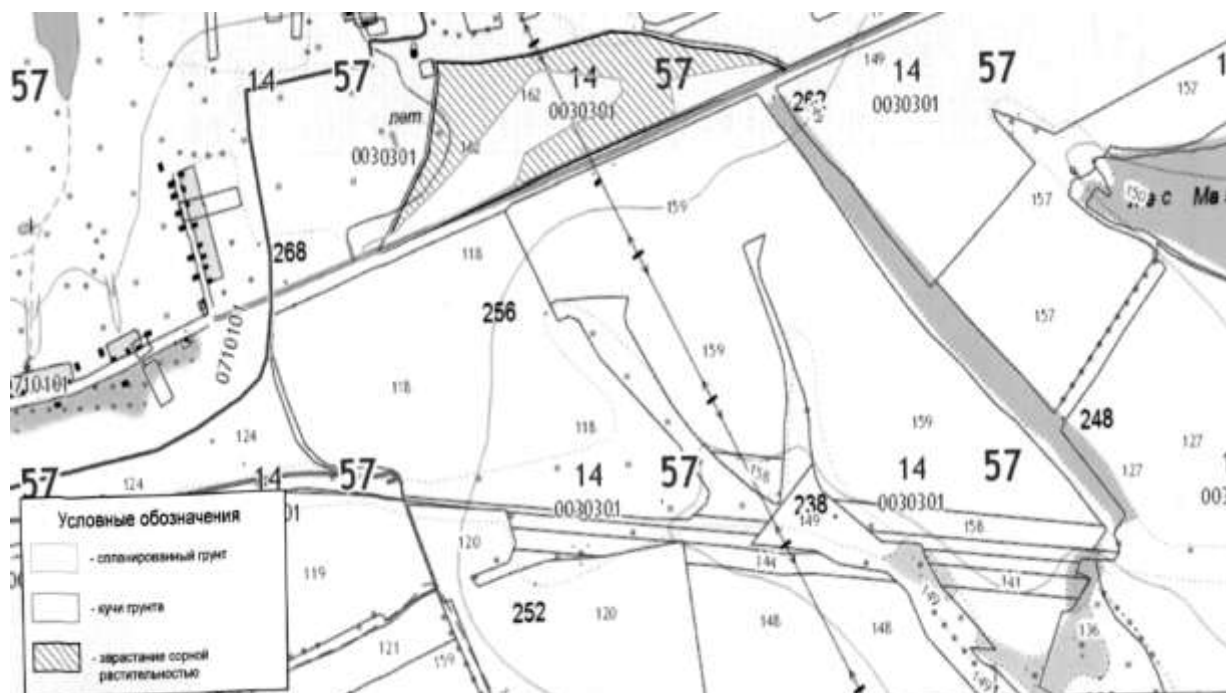


Рисунок 1 – Схема расположения нарушенных земель Залегощенского района Орловской области с нанесенными кадастровыми границами публичной кадастровой карты

«К приоритетным загрязнителям относятся тяжелые металлы, присутствие которых даже в малых дозах в живых организмах приводит к нарушению их функций. При этом почва является местом сбора и хранения загрязнителей, куда они попадают в результате техногенной деятельности человека. Загрязнение почв тяжелыми металлами представляет большую народнохозяйственную и экологическую проблему» [5]. Тяжелые металлы не подвергаются деструкции, способны активно включаться в биологический круговорот и накапливаться в растительности и животных организмах (табл. 1, 2).

Согласно проведенным исследованиям, в пробах 5 и 7 обнаружено превышение ПДК свинца в 1,6 и 1,8 раза (ПДК = 6,0 мг/кг), что составило соответственно 9,35 мг/кг и 10,73 мг/кг. Во всех исследуемых

образцах превышений ПДК цинка, никеля, марганца, меди, кобальта, нитратного азота не наблюдается.

В пробе 14 обнаружено превышение ПДК свинца в 7,3 раза (ПДК = 6,0 мг/кг), что составило 43,7 мг/кг. Во всех исследуемых образцах превышений ПДК цинка, никеля, марганца, меди, кобальта, нитратного азота, свинца не наблюдается.

Таблица 1 – Эколого-геохимическая оценка влияния отходов на почвенный покров (1-10 проба)

№ п/п	Наименование показателя	Номер пробы										ПДК
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Нитратный азот	28,0	69,4	94,4	60,4	71,6	61,3	35,8	55,8	24,7	0,6	≤130,0
2	Кобальт	0,96	0,59	0,16	0,24	0,78	0,11	0,86	0,43	0,39	0,19	≤5,00
3	Марганец	71,90	65,01	49,0	62,14	115,93	60,63	51,26	82,52	57,27	9,26	≤140,0
4	Медь	2,13	2,15	2,44	2,68	2,03	2,75	2,39	1,68	0,43	0,04	≤ 3,00
5	Никель	1,35	1,68	1,16	1,46	2,34	2,10	0,84	1,09	1,43	0,30	≤4,00
6	Свинец	4,34	3,94	2,61	4,93	9,35	3,31	10,73	1,40	0,69	1,13	≤6,00
7	Цинк	7,27	7,12	6,13	7,12	6,64	9,17	5,40	5,58	1,59	1,83	≤23,00

Таблица 2 – Эколого-геохимическая оценка влияния отходов на почвенный покров (11-20 проба)

№ п/п	Наименование показателя	Номер пробы										ПДК
		11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	Нитратный азот	3,1	5,7	0,8	33,2	1,1	29,9	3,7	2,6	13,2	0,4	≤130,0
2	Кобальт	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,7	0,2	0,1	0,2	0,1	≤5,00
3	Марганец	16,2	17,6	18,8	34,8	25,4	68,2	23,9	33,4	28,2	23,1	≤140,00
4	Медь	0,1	2,3	0,1	0,4	0,2	1,4	0,1	0,3	0,3	0,1	≤ 3,00
5	Никель	0,4	0,5	0,1	0,4	0,1	0,7	0,1	0,6	0,1	0,1	≤4,00
6	Свинец	0,1	0,9	0,6	43,7	0,4	3,9	1,8	1,3	0,6	0,5	≤6,00
7	Цинк	1,6	1,9	1,3	2,4	1,4	6,2	1,6	2,1	1,9	1,4	≤23,00

«Степень загрязнения почв тяжёлыми металлами определяется соотношением фактического содержания загрязнителя в почве и величиной допустимой концентрации или фоновое содержание; степенью опасности химических веществ и наличием полиэлементных аномалий в почвенной среде. Важнейшим условием организации земледелия на загрязнённых территориях является детальная, научно-обоснованная информация об уровнях загрязнения почв земель сельскохозяйственного назначения» (табл. 3, 4) [2, 3].

Оценка почв по превышению коэффициента концентрации в сравнении со значениями ПДК выявила превышение свинца: 5 проба – в 1,6 раз, 7 проба – в 1,8 раза. Для остальных образцов и выявленных металлов превышение коэффициента концентрации отмечается только с фоновым значением.

В сравнении с содержанием исследуемых тяжёлых металлов в контрольной (фоновой) пробе почвы, не подвергающейся негативному загрязняющему действию отходов, установлены значительные степени накопления анализируемых металлов. Так, для нитратного азота интенсивность накопления или коэффициент концентрации в загрязнённых пробах почвы в сравнении с его содержанием в контрольной пробе находится в пределах 41,2-157,3 ед.; для меди – 10,8-68,6 ед.; никеля – 2,8-7,8 ед.; для цинка самое высокое превышение выявлено в образце № 6 – 5,1 ед.; свинца – 4,4 ед.; марганца (проба №5) – 12,5 ед.

Оценка почв по превышению коэффициента концентрации в сравнении с ПДК значениями свинца выявила превышение в 14 пробе – 7,3 ед. Для остальных образцов и выявленных металлов превышение коэффициента концентрации отмечается только с фоновым значением. В сравнении с содержанием исследуемых тяжёлых металлов в контрольной (фоновой) пробе почвы, не подвергающейся негативному за-

грязняющему действию отходов, установлены значительные степени накопления анализируемых металлов. Так, для нитратного азота интенсивность накопления или коэффициент концентрации в загрязнённых пробах почвы в сравнении с его содержанием в контрольной пробе находится в пределах 0,4-83,0 ед.; для меди - в пробах 12 и 16 соответственно составило 231,0 и 143,0; для кобальта и марганца превышение отмечается только в пробе №16 и составляет 5,1 и 2,9 ед. соответственно. Чрезвычайно опасная степень загрязнения почв по контрольной (фоновой) пробе выявлена в пробах 1-9, 12, 14, 16, 18, 19, умеренно опасная – в пробах 11, 15, 17.

Таблица 3 – Оценка уровня концентрации и степени загрязнённости почв (1-9 проба)

№ п/п	Наименование показателя	Коэффициент концентрации	Номер пробы										ПДК
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	Фон	
1	Кобальт	K _{контроль}	5,1	3,1	0,8	1,3	4,1	0,6	4,5	2,3	2,1	0,2	≤5,00
2	Марганец	K _{контроль}	7,8	7,1	5,3	6,7	12,5	6,6	5,5	8,9	6,2	9,3	≤140,0
3	Медь	K _{контроль}	53,3	53,8	61,0	67,0	50,8	68,6	59,8	42,0	10,8	0,1	≤ 3,00
4	Никель	K _{контроль}	4,5	5,6	3,9	4,9	7,8	7,0	2,8	0,9	4,8	0,3	≤4,00
5	Нитратный азот	K _{контроль}	46,7	115,6	157,3	100,6	119,3	102,2	59,7	93,0	41,2	0,6	≤130,0
6	Свинец	K _{контроль}	3,8	3,5	2,3	4,4		2,9		1,2	0,6	1,1	
		K _{спдк}					1,6		1,8				≤6,00
7	Цинк	K _{контроль}	3,9	3,8	3,4	3,8	3,6	5,1	2,9	3,2	0,9	1,8	≤23,00
	Zc	Контроль	119,1	186,5	227,9	182,7	193,7	186,9	130,6	145,4	60,4		
		ПДК					1,6		1,8				

Таблица 4 – Оценка уровня концентрации и степени загрязнённости почв (11-19 проба)

№ п/п	Наименование показателя	Коэффициент концентрации	Номер пробы										ПДК
			11	12	13	14	15	16	17	18	19	Фон	
1	Нитратный азот	K _{контроль}	7,8	0,4	2,0	83,0	2,8	74,8	9,35	6,5	33,0	0,4	≤130,00
2	Кобальт	K _{контроль}	1,1	1,2	0,8	1,0	1,9	5,1	1,7	0,6	1,4	0,1	≤5,00
3	Марганец	K _{контроль}	0,7	0,8	0,8	1,5	1,1	2,9	1,1	1,5	1,2	23,1	≤140,00
4	Медь	K _{контроль}	9,0	231,0	7,0	37,0	17,0	143,0	10,0	26,0	27,0	0,01	≤ 3,00
5	Никель	K _{контроль}	7,2	10,6	0,6	8,8	1,4	14,0	2,2	12,2	2,0	0,05	≤4,00
6	Свинец	K _{контроль}	0,2	1,8	1,2		0,8	7,7	3,6	2,5	1,2	0,5	
		K _{спдк}				7,3							≤6,00
7	Цинк	K _{контроль}	1,2	1,4	0,9	1,7	1,1	4,5	1,2	1,5	1,4	1,4	≤23,00
	Zc	Контроль	21,1	241,3	7,3	128,1	20,0	246,0	22,9	46,8	61,2		
		ПДК				7,3							

Таким образом, практически по всем исследуемым металлам с учётом их подвижных форм установлены высокие уровни превышения и значительные коэффициенты аномальности, коэффициенты их суммарного накопления в почве, что предопределяет возникновение токсичного уровня концентрации тяжёлых металлов и их губительного канцерогенного, мутагенного, ингибирующего действия на организмы и, как результат, ухудшение и снижение плодородия почвы.

В результате изучения степени влияния дефеката на почвенный покров Залегощенского района установлено превышение ПДК свинца в 1,6, 1,8 и 7,3 раза (ПДК=6,0 мг/кг) в пробах 5, 7 и 14 соответственно, по остальным изучаемым элементам превышение ПДК не обнаружено.

Установленные уровни накопления тяжелых металлов в почвах нарушенных участков являются результатом загрязнения почвы при складировании дефеката и неравномерном распределении в пахотном горизонте почвы, а также влиянии корневых систем сорной и древесно-кустарниковой растительности в результате потребления тяжелых металлов их корневыми системами и последующего перераспределения и создания мест концентрации в почве тех или иных исследуемых металлов, что привело, в конечном итоге, к причинению вреда почвам как объектам окружающей среды и средствам сельскохозяйственного производства.

Для сравнительного анализа оценки степени воздействия отходов производства и потребления был рассчитан размер вреда, причиненного почвам как объекту охраны окружающей среды различными видами отходами (табл. 5) [1].

Таблица 5 – Сравнительный анализ кадастровой стоимости и размера ущерба

Хозяйства	Площадь, га	Кадастровая стоимость, тыс. руб.	Ущерб, тыс. руб.
ООО Залегощь-Агро (дефекат)	5,00	517,4	40000
ООО «Борть» (свалка)	2,45	35740	39199,04
МУП «Коммунальник» (свалка)	2,95	36237,1	47140,97
Корсаковская с/а (свалка)	0,29	55,8	11732,2
МУП «Пассажирские автоперевозки» (свалка)	0,77	155,87	30989,4

Площадь нарушенных земель, которым причинен вред деятельностью ООО «Борть» и МУП «Коммунальник», составила 2,45 и 2,95 га. При этом кадастровая стоимость МУП «Коммунальник» в 10 раз больше, чем в ООО «Борть», а размер ущерба выше на 17%.

Самая большая площадь, загрязненная дефекатом, у ООО «Залегощь-Агро» – 5 га, а размер ущерба составил 40000 тыс. руб. Однако для восстановления и рекультивации нарушенных земель придется затратить денежную сумму, во много раз превышающую размер вреда при загрязнении земель марганцем.

Определили степень загрязнения почв, суммарный показатель загрязнения отходами МУП «Коммунальник» (Малоархангельский район Орловской области). Анализ влияния отходов МУП «Коммунальник» на почвенный покров Малоархангельского района показал превышение содержание в изучаемых образцах мышьяка, свинца и цинка, бенз(а)пирена.

Анализ суммарного показателя степени загрязнения почв показал, что в пробах №4 и №6 он составил 1091,7 и 855,0 соответственно, что свидетельствует о превышении ПДК и чрезвычайно опасном уровне загрязнения. Вместе с тем, итоговый суммарный показатель загрязнения почвы в пробах 2, 4, 5 соответствует ПДК по допустимому уровню загрязнения. Самый значительный размер ущерба был нанесен МУП «Коммунальник» и составил 47140,97 тыс. руб.

Список литературы

1. Генгут И.Б. *Экономические механизмы управления ликвидацией накопленного экологического ущерба: дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05.* – М., 2016. – 348 с.
2. Ладонин Д.В. *Соединения тяжелых металлов в почвах – проблемы и методы изучения // Почвоведение.* – 2002. – № 8. – С. 954-966.
3. Прохорова Н.В. *Тяжелые металлы в почвах и растениях лесостепного и степного Поволжья / Н.В. Прохорова, Н.М. Матвеев // Тяжелые металлы в окружающей среде: материалы международного симпозиума.* – Пуццоно, 1997. – С. 60-69.
4. Савостина О.А. *Отходы сахарного производства / О.А. Савостина, Е.Б. Крицкая // Успехи современного естествознания.* – 2008. – № 7. – С. 137-137.
5. Сытко А.А. *Влияние дефеката на плодородие почвы и продуктивность гибридов // Сахарная свекла.* – 2010. – № 8. – С. 20-22.
6. Яковлева Е.В. *Экологическая оценка факторов деградации серых лесных почв и пути их оптимизации: дис. ... канд. с.-х. наук: 03.00.16.* – Орел, 2006. – 239 с.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

УДК 658.148:658.5

Гуляева Т.И., Кыштымова Е.А., Киданова Н.Л.

ПРОГНОЗНЫЕ МОДЕЛИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ ОРГАНИЗАЦИЙ

Gulyaeva T.I., Kyshtymova E.A., Kidanova N.L.

PROGNOSTIC MODELS OF EQUITY CAPITAL IN THE ORGANISATIONS STRATEGIC ANALYSIS

Гуляева Татьяна Ивановна, доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и статистики ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина»; РФ, 302019, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: prorektor1@orelsau.ru

Gulyaeva Tatyana Ivanovna, doctor of economic sciences, professor; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: prorektor1@orelsau.ru

Кыштымова Евгения Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина»; РФ, 302019, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: rosa-13@yandex.ru

Kyshtymova Evgeniya Aleksandrovna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: rosa-13@yandex.ru

Киданова Наталья Леонидовна, кандидат экономических наук, преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин ФГБОУ ВО «Белгородский юридический институт МВД России имени И.Д. Путилина»; РФ, 308024, г. Белгород, ул. Горького, д. 71; e-mail: natalykd2014@mail.ru

Kidanova Nataliya Leonidovna, candidate of economic sciences; Putilin Belgorod Law Institute of Ministry of the Interior of Russia; 71 Gorkogo Street, Belgorod 308024, Russian Federation; e-mail: natalykd2014@mail.ru

Аннотация: Устойчивое развитие организаций зависит от правильной стратегии на ближайшую перспективу, рационального распределения ресурсов, эффективного использования собственного капитала, максимизации прибыли по результатам хозяйственной деятельности. В статье рассмотрены направления использования результатов стратегического анализа, основанного на прогнозировании собственного капитала для разработки мероприятий по обеспечению экономической устойчивости организации.

Раскрыта последовательность создания и реализации прогнозных моделей собственного капитала, основанных на качественных и количественных характеристиках. Определен методический инструментарий для оценки эффективности использования собственного капитала экономического субъекта с осуществлением прогнозной диагностики доходов и расходов от обычных видов деятельности, осуществления коэффициентного анализа, характеризующего независимость и автономность организаций различной специфики деятельности и отраслевой принадлежности, определения прибыльности и рентабельности собственного капитала

Ключевые слова: прогноз, методика, модели, эффективность, рентабельность

Abstract: Sustainable development of organizations depends on correct strategy in the near perspective, rational resource allocation, effective use of equity capital, profit maximization according to the results of economic activity. In the article directions of use of the results of strategic analysis based on equity capital forecasting for working out of the actions to provide economic stability of the organization are considered. The sequence of creation and realization of prognostic models of equity capital based on qualitative and quantitative characteristics is disclosed. Methodical toolkit for efficiency estimation of the use of equity capital of economic subject with prognostic diagnostics of costs and revenues of common activity categories, realization of coefficient analysis characterizing independence and autonomy of the organizations of different activity specificity and sectors, defining of profitability and return on equity is defined

Keywords: analysis, equity capital, forecast, technique, models, efficiency, profitability

Разработка стратегии развития организации является сложным участком управленческой деятельности, от качества разработки которой зависит место экономического субъекта на внутреннем и внешнем рынках, конкурентоспособность, устойчивость и эффективность функционирования.

В экономической литературе стратегию характеризуют как набор правил, определяющих поэтапное

действие организации в перспективном будущем. Такому направлению исследования стратегии посвястил свои труды И. Ансофф [2], он выделил ряд правил, объединенных в определенные группы (рис. 1).

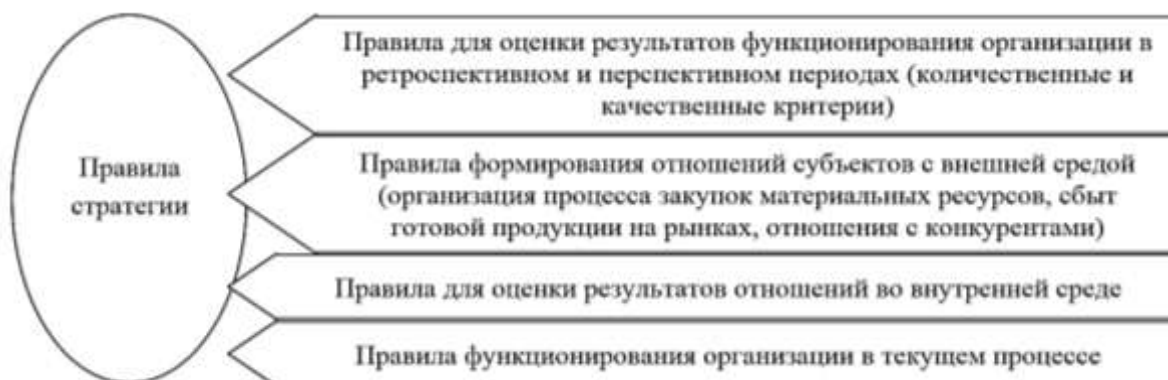


Рисунок 1 – Правила, определяющие стратегию организации по учению И. Ансоффа

К инструментам создания перспективной политики организации относится стратегический анализ, научные подходы которого способствуют получению ожидаемых результатов для принятия управленческих решений как в ближайшем будущем, так и в дальнесрочной перспективе.

Одним из важных этапов стратегии устойчивого развития организации является стратегический анализ собственного капитала, к инструментам которого относится разработка и реализация прогнозных моделей. Для каждого предприятия можно рассчитать модель оптимального собственного капитала, при этом необходимо учитывать влияние внешней и внутренней среды [1].

По нашему мнению, стратегический анализ собственного капитала должен основываться на системном подходе и осуществляться в определенной последовательности (рис. 2).

На этапе постановки цели и задачи стратегического анализа собственного капитала, основанного на прогнозных моделях, формируется направление научного исследования перспективного объема капитала, его состава и структуры, вероятностные значения которых позволят определить ожидаемую прибыльность и рентабельность собственного капитала, проанализировать возможность самофинансирования, обеспечения независимости функционирования экономического субъекта.

Прогнозирование собственного капитала решает ряд задач, которые предусматривают:

- определение объективной картины будущего размера и состава собственного капитала с учетом текущего состояния [5];

- выбор на основе прогнозных результатов оптимальных направлений создания собственного капитала;
- поиск факторов, способных оказать воздействие на создание и накопление собственного капитала [7].

Формирование информационной базы для проведения прогнозного анализа предусматривает использование широкого спектра информационных данных, которые подразделяются на два ёмких блока: учетная и внеучетная информация.

В составе учетной информации применяют данные бухгалтерского и управленческого учета в составе бухгалтерских регистров и отчетности. Отчетные формы бухгалтерского учета используют следующее:

- Бухгалтерский баланс,
- Отчет о финансовых результатах,
- Отчет об изменениях капитала,
- Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

К внеучетной информации относятся нормативно-законодательные акты, международные и национальные стандарты бухгалтерского учета и отчетности, информационные сайты организаций и т.п. [4].

На этапе определения методического инструментария для проведения прогнозного анализа определяются способы и приемы оценки показателей формирования и использования собственного капитала и его элементов в перспективном периоде, методики расчетов показателей и факторов, на них влияющих.

На наш взгляд, для построения прогнозных моделей и их реализации эффективным инструментом является методический аппарат автоматизированной программы «АльтФинансы», возможности которой позволяют построить прогноз капитала в заданном перспективном периоде, получить прогнозные показатели по заданным параметрам.

Этап создания прогнозных моделей характеризуется моделированием процесса прогнозирования по заданным целевым критериям и установкам. При этом прогнозные модели могут быть объединены в два выделенных блока:

- прогнозирование элементов собственного капитала;
- коэффициентный прогнозный анализ собственного капитала.



Рисунок 2 – Системный подход к стратегическому анализу собственного капитала на основе прогнозных моделей

Результаты прогнозирования показателей каждого блока в совокупности определяют итоговую информацию, необходимую для разработки стратегии управления собственным капиталом (рис. 3).



Рисунок 3 – Прогнозные модели собственного капитала в системе стратегического анализа организации

Использование представленных прогнозных моделей собственного капитала в системе стратегического анализа осуществлено по материалам производственного предприятия ОАО «Бежецкий хлебоком-

бинат», который находится в г. Брянске и реализует хлебобулочную продукцию не только в Брянской области, но и на рынке близлежащих регионов: Орловском, Курском, Смоленском, Тульском и др.

Предварительного дана оценка динамики размера и состава собственного капитала производственного предприятия по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности. Динамика собственного капитала исследуемой организации свидетельствует о его накоплении за последние пять лет (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика собственного капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат», тыс. руб.

Элементы собственного капитала	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Размер уставного капитала	96	96	96	96	96
Сумма переоценки внеоборотных активов	4282	4282	4282	4282	4282
Добавочный капитал (без переоценки)	4934	4934	4934	4934	4934
Сумма резервного капитала	800	800	800	800	800
Объем нераспределенной прибыли	96745	163644	185433	193561	216354
Всего собственный капитал	106 857	173 756	195 545	203 673	226 466

Собственный капитал Общества возрос за анализируемый период более чем в два раза. В 2013 г. его величина составляла 106857 тыс. руб., в 2017 году - 226446 тыс. руб. В составе элементов капитала присутствуют: инвестированный (уставный) капитал – 96 тыс. руб., сумма переоценки имеющихся на балансе организации внеоборотных активов – 4282 тыс. руб., добавочный капитал 4934 тыс. руб., сумма резервного капитала - 800 тыс. руб., нераспределенная прибыль – 216354 тыс. руб.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что состав собственного капитала за последние пять лет оставался неизменным. Кроме того, не изменялась сумма таких его компонентов, как резервный капитал, уставный капитал, сумма переоценки внеоборотных активов и добавочный капитал. Размер уставного капитала определен в уставе общества, зарегистрированном в органах исполнительной власти [3]. Величина добавочного капитала характеризуется имуществом, внесенным учредителями сверх законодательно установленного размера, и зарегистрированной величины уставного капитала; другие поступления в собственный капитал предприятия. Суммы, которые возникли в результате изменений стоимости имущества организацией от его переоценки, представлены в бухгалтерском балансе отдельно, без включения ее в добавочный капитал. Таким образом, следует отметить, что накопление капитала происходило за счет нераспределенной прибыли прошлых периодов и отчетного года, что является положительным фактом [6]. Вместе с тем, следует отметить, что в Обществе отсутствует инвестирование производственного процесса как собственниками организации, так и вновь привлеченными инвесторами. Производственное предприятие развивает бизнес за счет собственных источников.

Рост суммы накопленного капитала обеспечивает организации сохранение финансовой устойчивости в перспективе. ОАО «Бежецкий хлебокомбинат» значительно расширило ассортимент выпускаемой продукции, увеличило объем ее выпуска, расширило границы рынка сбыта за пределами Брянской области.

Данные отчета о финансовых результатах характеризуют положительную динамику развития бизнеса. Ежегодно объем реализации готовой продукции возрастал, что обеспечило увеличение дохода от обычных видов деятельности исследуемого производственного предприятия (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика показателей формирования финансового результата ОАО «Бежецкий хлебокомбинат», тыс. руб.

Показатели формирования финансового результата	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Сумма выручки без НДС	589369	634192	719516	841115	876478
Величина себестоимости продаж	420937	426735	484229	573742	582464
Величина валовой прибыли	168 432	207 457	235 287	267 373	294 014
Сумма коммерческих расходов	132 885	149 628	172 575	216 543	231 035
Величина прибыли от продаж	35 547	57 829	62 712	50 830	62 979
Сумма процентов к получению	51	35	81	2 143	0
Сумма процентов к уплате	1 655	2 275	2 794	2 886	4 503
Величина прочих доходов	2 207	43 404	4 696	8 366	6 945
Величина прочих расходов	3 470	4 416	8 835	25 490	20 697
Прибыль до налогообложения	32 680	94 577	55 860	32 963	44 724
Сумма налога на прибыль	6 391	19 135	11 914	5 456	9 197
Сумма чистой прибыли отчетного периода	25909	75214	43941	26096	35560

Темпы роста выручки опережали темпы роста себестоимости продаж, что позволило предприятию получить валовую прибыль, величина которой в 2017 году составила 294014 тыс. руб.

Успешное функционирование предприятия обеспечило получение прибыли от продаж, чистой прибыли, полученной после уплаты налога на прибыль.

Наглядно динамика формирования финансовых результатов ОАО «Бежецкий хлебокомбинат» представлена на рисунке 4.

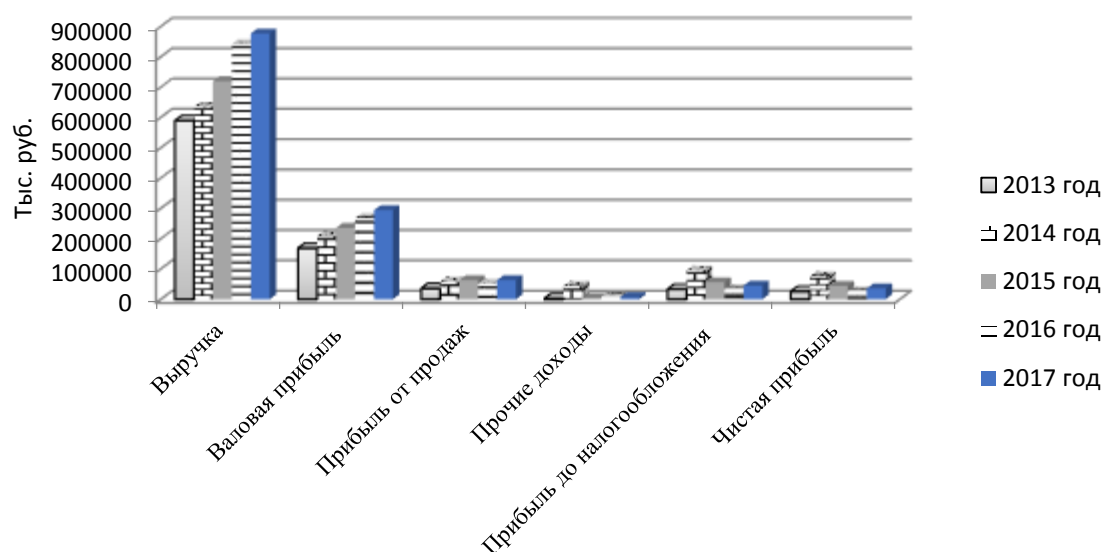


Рисунок 4 – Динамика формирования финансовых результатов ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Реализация прогнозной модели по составу элементов собственного капитала с применением методического инструментария автоматизированной программы «АльтФинансы» позволила спрогнозировать ожидаемый собственный капитал в абсолютных значениях (табл. 3).

Таблица 3 – Прогноз состава собственного капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Элементы собственного капитала	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2012 г. к 2018 г., %
Размер уставного капитала	96	96	96	96	96	100,0
Сумма переоценки внеоборотных активов	4282	4282	4282	4282	4282	100,0
Добавочный капитал (без переоценки)	4934	4934	4934	4934	4934	100,0
Сумма резервного капитала	800	800	800	800	800	100,0
Объем нераспределенной прибыли	279590	363790	468951	595076	742163	265,5
Всего собственный капитал	289702	373902	479063	605188	752275	259,7

Прогноз абсолютных показателей собственного капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат» свидетельствует о том, что все его элементы, кроме нераспределенной прибыли, могут остаться без изменения, поскольку в стратегии предприятия не предусмотрено привлечение новых инвестиций для изменения уставного капитала. Ожидаемая капитализация собственных источников за счет нераспределенной прибыли увеличится в 2,5 раза, обеспечив экономическую устойчивость и финансовую независимость хлебокомбината.

Более детальную оценку влияния роста собственного капитала на устойчивость и финансовую независимость хлебокомбината позволяет осуществить коэффициентный анализ, а также анализ чистых активов, результаты динамического исследования которого обобщены в таблице 4.

Данные таблицы характеризуют рост чистых активов акционерного общества, за пятилетие они возросли в два раза. Изменение тенденции чистых активов в сторону увеличения свидетельствуют об улучшении финансового положения и платежеспособности экономического субъекта и, соответственно, снижении вероятности риска наступления банкротства. В целях оценки показателя платежеспособности общества осуществлен сравнительный анализ чистых активов и утвержденного уставного капитала. Сравнение величины чистых активов с размером уставного капитала, который был на протяжении анализируемого периода неизменным и составлял 96 тыс. руб., подтверждает отсутствие риска банкротства. Такой критерий оценки определен законодательством по акционерным обществам, несоблюдение которого приведет к изменению уставного капитала или полной ликвидации субъекта.

Таблица 4 – Коэффициентный анализ динамики эффективности использования собственного капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Стоимость чистых активов, тыс. руб.	106 857	174 018	195 712	203 745	226 466
Коэффициент автономии, разы	1,58	2,81	2,38	1,78	2,59
Платежеспособность организации, разы	0,61	0,74	0,70	0,64	0,72
Коэффициент маневренности, разы	0,12	0,37	0,36	0,21	0,38
Коэффициент самофинансирования, %	-	89	50	31	64
Коэффициент мобилизации инвестированного капитала, разы	-	0,76	0,31	-	1,07
Коэффициент мобилизации накопленного капитала, разы	-	0,77	0,31	-	1,94
Финансовый леверидж, разы	0,63	0,46	0,39	0,49	0,63
Рентабельность всего капитала, %	16	38	18	10	12
Рентабельность инвестированного капитала, %	24	54	24	13	17
Рентабельность собственного капитала, %	26989	78348	45772	27183	37042

Оценка эффективности использования собственного капитала осуществляется посредством различных типов моделей, которые позволяют определять структуру и идентифицировать имеющиеся взаимосвязи показателями. В частности, исчисленные коэффициенты собственного капитала показывают его долю в структуре капитала организации, возникающие отношения интересов собственников организации и кредиторов. Такие коэффициенты называются коэффициентами автономии (независимости). Рост показателя автономии свидетельствует о том, что организация развивает свою деятельность.

Прогнозирование таких коэффициентов характеризует их рост, что обосновывает стабильность, наличие финансовой структуры капитала, которую предпочитают кредиторы организации, и обеспечивает защиту от финансовых потерь во время снижения деловой активности.

Таблица 5 – Коэффициентный прогноз эффективности использования собственного капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Стоимость чистых активов, тыс. руб.	289 702	373 902	479 063	605 188	752 275
Коэффициент автономии, разы	3,24	4,06	5,05	6,20	7,49
Платежеспособность организации, разы	0,76	0,80	0,83	0,86	0,88
Коэффициент маневренности, разы	0,62	0,79	0,90	0,97	1,02
Коэффициент самофинансирования, %	100	100	100	100	100
Коэффициент мобилизации инвестированного капитала, разы	1,48	1,36	1,29	1,24	1,21
Коэффициент мобилизации накопленного капитала, разы	1,48	1,36	1,29	1,24	1,21
Финансовый леверидж, разы	0,34	0,27	0,22	0,18	0,15
Рентабельность всего капитала, %	18	20	20	20	19
Рентабельность инвестированного капитала, %	25	25	25	23	22
Рентабельность собственного капитала, %	65871	87707	109544	131380	153216

Данные реализации прогнозной модели характеризуются ростом чистых активов в ближайшем пятилетии с наличием неизменного размера уставного капитала, что обеспечит платежеспособность ОАО «Бежецкий хлебокомбинат», стабильность функционирования и своевременного погашения обязательств, обеспечит полное самофинансирование хозяйственной деятельности.

Тенденция прогнозных показателей платежеспособности акционерного общества, представленная на рисунке 5, подтверждает сделанные выводы.

Коэффициент общей платежеспособности

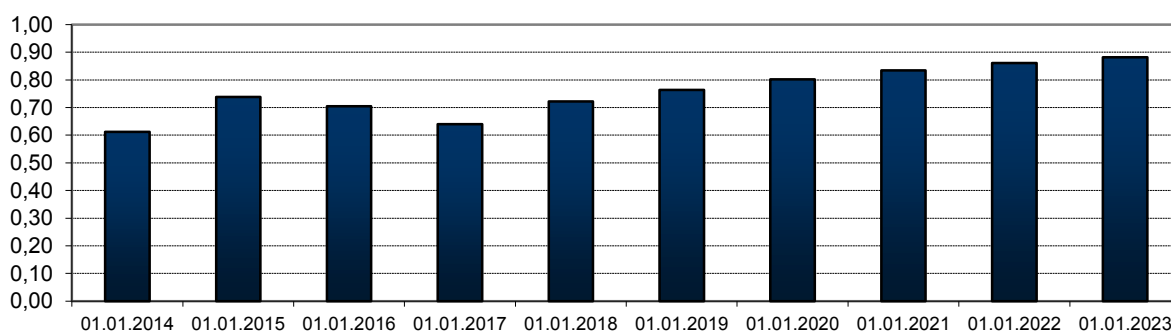


Рисунок 5 – Прогноз показателя общей платежеспособности ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Качественными показателями, характеризующими эффективность использования собственного капитала, являются показатели рентабельности как всего капитала, так и авансированного и собственного капитала. Диаграмма этих показателей характеризует тренд роста рентабельности, за исключением 2022 года, в котором наблюдается возможный спад рентабельности авансированного капитала (рис.6).

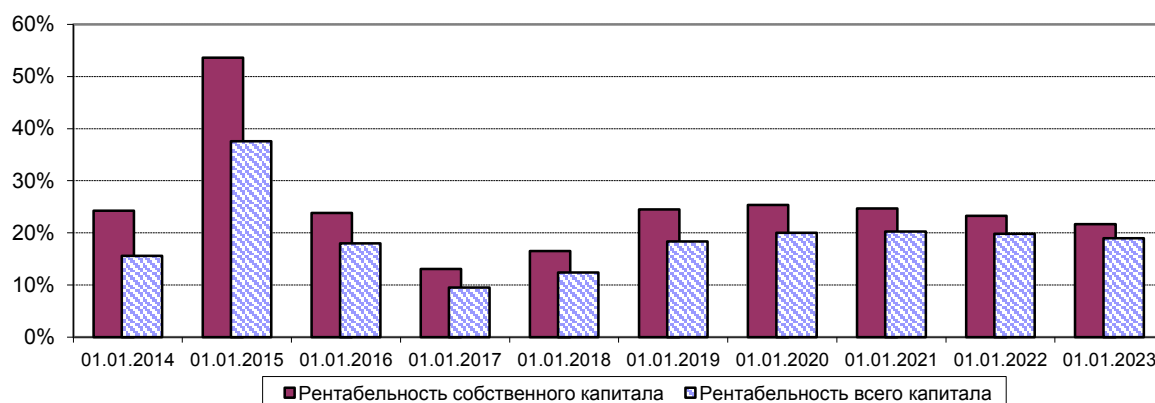


Рисунок 6 – Прогноз показателей рентабельности капитала ОАО «Бежецкий хлебокомбинат»

Полученные результаты реализации прогнозных моделей собственного капитала свидетельствуют о том, что при разработке стратегии долгосрочного развития ОАО «Бежецкий хлебокомбинат» необходимо учитывать факт ожидаемого снижения рентабельности всего капитала и инвестированного капитала в 2022 г., что потребует дополнительного инвестирования уставного капитала и более активного использования его средств для организации хлебопекарного производства.

Подводя итог проведенному исследованию, следует отметить, что предложенный системный подход к стратегическому анализу собственного капитала на основе прогнозных моделей позволит дать оценку сложившейся ситуации в производственном процессе исследуемого экономического субъекта на основе ретроспективного анализа динамики абсолютных и относительных характеристик собственного капитала. Кроме того, обеспечит формирование информации для разработки стратегии развития предприятия, повышения эффективности использования авансированного, собственного и всего капитала в целом, поможет определить ключевые направления повышения уровня экономической устойчивости организации.

Список литературы

1. Амирханова Л.Р., Атнабаева Д.Ф. Прогнозирование оптимальной величины собственных средств промышленных предприятий// Вестник УГАТУ. – 2014. – Т. 18. - №4(65). – С. 157-165.
2. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1989.
3. Лытнева Н.А. Учет и анализ уставного капитала при создании, реорганизации и ликвидации общества с ограниченной ответственностью/ Н.А. Лытнева. – М.: Издательско-консультационный центр «Дело и Сервис», 2004. – 128 с.

4. Парушина Н.В. Анализ собственного и привлеченного капитала в бухгалтерской отчетности/ Н.В. Парушина // Бухгалтерский учет. –2012. – №3. – с. 48.

5. Салихова И.Э. Формирование капитала строительной организации/ И. Э. Салихова // Молодой ученый. – 2014. – №16. – С. 284-286. – URL <https://moluch.ru/archive/75/12855/> (дата обращения: 05.11.2018).

6. Семенов С.Г., Лытнева Н.А. Управление формированием и использованием чистой прибыли организаций с аффилированными лицами// Научные записки ОрелГИЭТ. -2010. -№ 2.- С. 60-65.

7. Lytneva N., Parushina N., Polyani A., Kyshtymova E., and Vertakova, Y. (2017) Methods of complex analysis in management of commercial organizations owned capital Proceedings of the 29th International Business Information Management Association Conference - Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, pp. 2126-2134

УДК 657.471

Karaleu Y.Y., Golaido I.M.

REASONS FOR THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF ABC

Королев Ю.Ю., Голайдо И.М.

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ И ВНЕДРЕНИЯ ABC-МЕТОДА

Karaleu Yury, Shool of Business of Belarusian State University; 5 Moskovskaya Street, Minsk 220007, Republic of Belarus; e-mail: yykorolev@sbmt.by

Королев Юрий Юрьевич, ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»; Республика Беларусь, 220007, г. Минск, ул. Московская, д. 5; e-mail: yykorolev@sbmt.by

Golaydo Irina Mikhailovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: fdoogiet@mail.ru

Ирина Михайловна Голайдо, кандидат экономических наук, доцент; кафедра финансов и кредита ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: fdoogiet@mail.ru

Abstract: The article discover reasons and advantages of Activity Based Costing (ABC), which is one of the alternative methods for calculating the cost in management accounting. The prerequisites for the origin and development of the method, its essence and features are analysed, some advantages and disadvantages are evaluated. On the base of hypothetical example benefits of applying Activity Based Costing in contemporary conditions are illustrated. Some recommendations on the organisation, effective implementation and use of the method are given

Аннотация: В статье раскрываются сущность и преимущества метода калькулирования себестоимости по видам деятельности (Activity Based Costing, ABC), который является одним из альтернативных методов в управленческом учете. Проанализированы предпосылки возникновения и развития метода, его сущность и особенности, преимущества и недостатки. На условном цифровом примере раскрыты преимущества использования метода в современных условиях и даны некоторые рекомендации по организации процесса калькулирования себестоимости продукции с его использованием

Keywords: cost, absorption costing, overheads, Activity Based Costing, management accounting

Ключевые слова: затраты, постоянные и переменные затраты, калькулирование затрат по видам деятельности, управленческий учет

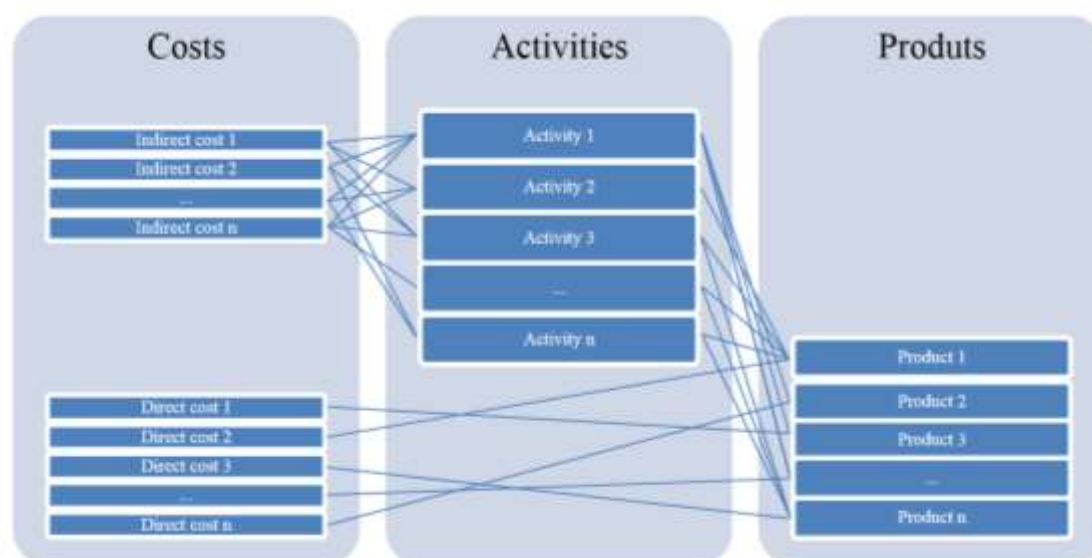
Introduction

Total changes in the business environment due to globalization and technology innovation make businesses to implement some innovations in the use of financial and non-financial information. That is why many leading companies are using their cost systems not only for financial reporting purposes, as required by the users of financial statements (creditors, investors, etc.), but also for the use of internal managers for estimating the costs of activities, products and services produced by the company, for determining product mix and operational improvements and also for making strategic as well as investment decisions.

Activity based costing system helps to reach objectives mentioned above. It is a more accurate method for cost allocation to products based on the identification the activities as the fundamental cost objects. ABC system first traces costs to activities and then to products as it shown in Figure 1, presented the general processes scheme of ABC.

The ABC costing system assumes that activities cause the costs. Reconsideration of activities and processes as the driving force for growth and development became critical for adding value to the organization. An activity

orientation results in the development of activity-based information system (ABIS) and activity-based management (ABM). In the framework, therefore, ABC provides a key role as the enabler, linking the strategy to the different change techniques. As Robin Cooper and Robert Kaplan state, “The ABC system provides the front-end justification for reengineering improvement programs to reduce or eliminate inefficiencies in organizational activities.” [4].

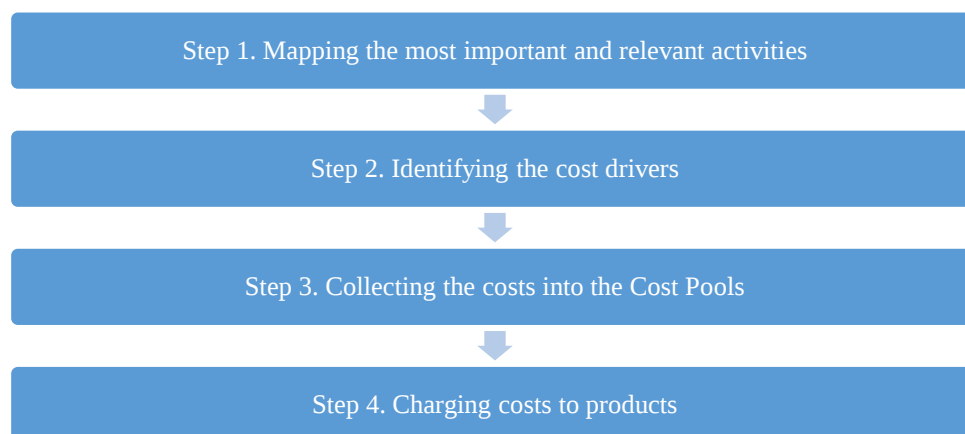


Source: the Author's compilation

Figure 1 – The general processes scheme of ABC

There are several studies show that activity based costing already was being used in its essence back in the 1950s and even before then by large American companies [2]. Some specialists and Peter Drucker in 1963, in particular, draw attention on the fact that the characteristic of traditional cost calculation methods is the lack of relevance and this cause disturbance of interrelationship between products and their costs. Later in the 1970s and 1980 American and French researchers – Cooper, Kaplan, Porter, Lebas, Lorino – formulate, elaborate and crystallize the method through articles, publications and works. They have noted that the cost structure has changed drastically over the past 50 years. In the past, labour costs represented 50% of total product costs, followed by raw materials at 35% and overhead costs of 15%. Today it is not uncommon to see overhead costs represent 60% of product costs, raw materials average 30% and labour costs represent less than 10%. Thus, ABC became a tool of cost identification of product more specifically and accurately and then control the cost. The only reason why it was not promoted and widely implemented in the 1950s e were weak computer based technologies to put this theory into practice – especially in the big companies with detailed analytical accounting systems.

The following very simple list of steps, presented in Figure 2, can be used as a reference for implementing the ABC methodology in an effective manner.



Source: the Author's compilation

Figure 2 – The implementation the ABC methodology

Before taking the first step, the cost model based on Excel, Access, ERP, BI or other type of software should be developed. They need to model, analyse, and create simulations with great flexibility and security providing full integration with the corporate systems.

The first step of the implementation of ABC is fundamental to the efficient operation of the model. Mapping of hundreds, thousands, or even tens of thousands of activities, combining with very complex modelling techniques does not guarantee the correct result.

On the second step, it is necessary to focus attention on what causes costs to increase, i.e. the cost drivers. Overheads that do not vary with output but with some other activity should be traced to products using transaction-based cost drivers, such as number of production runs and number of orders received.

Step number three is important because it ensures that each resource is linked to a process, which is identified by its relationship with the activities linked to a product.

When the ABC model is created, it is time to perform the calculation of products costs on the last step.

Literature review

A review of literature highlights the great level of interest from specialists in 1990's when almost half of accounting journals contained materials on ABC, ABM or ABIS [1; 2; 10; 11].

There still is an interest in ABC in the last years, demonstrated by papers and articles published worldwide. Some writings about ABC were theoretical and prescriptive [5; 6; 9], while others emphasize ABC's rationality, efficiency and ultimate profitability [3; 7; 8]. In Belarus ABC topic became popular only last time and the low number of articles or other publications devoted to this method.

ABC vs absorption costing

The following example clearly illustrates the main drawback of absorption costing, which consists in the allocation of overhead costs to the cost of certain types of products only in proportion to the volume of its output. This example also illustrates the capability of the ABC method to provide a more reasonable and logical allocation of costs.

Suppose that the company produces 4 types of products: A, B, C and D, the output volume and cost of production of which are presented in Table 1.

Table 1 – Output volume and cost of production

Type of product	Output, units	Direct material, USD per unit	Direct labour, hours per unit	Equipment hours per unit	Number of production runs
A	10	20	1	1	2
B	20	80	3	3	2
C	100	20	1	1	5
D	200	80	3	3	5
Итого	330	200	8	8	14

Source: the Author's compilation

Table 2 shows the company's overhead (indirect) costs for the reporting period.

Table 2 – Overhead costs

Costs	Amount, USD
Short run variable costs	3,080
Production scheduling and inspection costs	10,920
Quality control costs	9,100
Materials handling costs	7,700
Total	30,800

Source: the Author's compilation

Determine the cost of each product by calculating the cost using ABC and absorption costing methods.

When using absorption costing, number of hours of direct labour or the operating time of the equipment can be used as a basis for the distribution of overhead (indirect) costs of the company (Table 3).

When using the ABC method, the number of production runs can be used as a cost driver for the distribution of production scheduling and inspection costs, product quality control costs and material handling costs. Equipment hours can be used as a cost driver for short run variable costs charges on production equipment. In this case, the cost of production of certain types of products can be determined as follows (Table 4).

Table 3 – Cost calculation using absorption costing

Indicators	A	B	C	D	Total
Direct material	200	800	2,000	8,000	11,000
Direct labour	50	150	500	1,500	2,200
Calculation of overhead costs per hour of direct labour (or per equipment hour)	$30\,800 \div (1 \times 10 + 3 \times 20 + 1 \times 100 + 3 \times 200) = \text{USD } 40$				
Overhead costs	400	2400	4,000	24,000	30,800
Total	650	3350	6,500	33,500	44,000
The share of direct labour and material costs	38.5	28.4	38.5	28.4	30.0
Output, units	10	10	100	100	220
Unit cost	65	335	65	335	X

Source: the Author's compilation

Table 4 – Cost calculation using ABC

Indicators	Calculation of overhead costs per cost driver	A	B	C	D	Total
Direct material	X	200	800	2,000	8,000	11,000
Direct labour	X	50	150	500	1,500	2,200
Short run variable costs	$3,080 \div 770 = \text{USD } 4$	40	240	400	2,400	3,080
Production scheduling and inspection costs	$10,920 \div 14 = \text{USD } 780$	1560	1,560	3,900	3,900	10,920
Quality control costs	$9,100 \div 14 = \text{USD } 650$	1,300	1,300	3,250	3,250	9,100
Materials handling costs	$7,700 \div 14 = \text{USD } 550$	1,100	1,100	2,750	2,750	7,700
Total	X	4,250	5,150	12,800	21,800	44,000
The share of direct labour and material costs		5.9	18.4	19.5	43.6	30.0
Output, units	X	10	10	100	100	220
Unit cost	X	425	515	128	218	X

Source: the Author's compilation

In Table 5 below compare the results of absorption costing and ABC methods.

Table 5 – Comparison of cost calculation results by different methods

Type of product	Unit cost by absorption costing	Unit cost by ABC	Unit cost difference	Total output cost difference for every type of product
A	65	425	+360	+3,600
B	335	515	+180	+1,800
C	65	128	+63	+6,300
D	335	218	-117	-11,700

Source: the Author's compilation

Analysis of the data above allows us to draw the following conclusions on the results of the application of the absorption costing method of calculation of total costs:

(a) the insufficient share of overhead costs is related to the cost of products produced in a smaller volume (in this example, these are products of type A and C) and the excess share of overhead costs is included in the cost of products produced in a larger volume (products of type D);

(b) the use of the method may lead to an unjustified overestimation of the share of overhead costs in the cost of production with a significant share of direct labour and material costs, while the share of overhead costs in the cost of products with a small amount of direct labour and materials costs is underestimated (product of type B).

Strengths and limitations of ABC. Implementation of the method

An example of ABC calculation and comparison with absorption costing, given above, indicates that there are no significant difficulties in its application and this simplicity is an important advantage of the method. There are also other advantages of ABC:

(a) The system of cost drivers helps to take into consideration more properly such factors of modern production as constant expansion of the range of products and a decrease in the life cycle of products;

(b) ABC is an effective mechanism for assessing the profitability of certain types of products in a highly competitive environment which allows the company's management to monitor the behaviour of drivers that directly affect the magnitude and dynamics of company overhead costs;

(c) ABC helps to disclose in management accounting system the information not only about traditional factory floor overheads, but also generates data on such overheads, typical for modern production systems, as the costs of production scheduling and inspection costs, including IT-support costs, product R&D costs, customer care services costs, quality control costs, etc.

However, the ABC method has also some disadvantages:

(a) From our point of view, it is controversial issue that only one cost driver can explain the cost behaviour of all items in its associated pool;

(b) It is difficult to determine the cost drivers that are not directly related to production and, therefore, for which the use of manufacturing drivers is highly controversial and rather unacceptable (in particular, for the obligatory annual audit);

(c) Some critics of the application of this method argue that it does not quite correctly allow the allocation of costs for rent, utility costs, depreciation expense of buildings and structures, and some others. For these costs the use of traditional calculating methods is more justified;

(d) The implementation of the ABC method is sometimes a kind of tribute to fashion: its use in management accounting is often not due to the need for more detailed accounting and analysis of company costs. Consequently, if management is not going to use ABC information, traditional methods of cost calculation are sometimes more simpler to operate;

(e) The cost of implementing and maintaining management accounting based on ABC may exceed the benefits from its use, consisting, as previously stated, in a more detailed and correct distribution of company overheads.

Today many organizations in manufacturing, services, telecommunications, banks and logistics have used activity based costing with success. Some specialists consider that ABC usage rates of about 25%. Its use, contrary to what many imagine, has not been limited to large corporations and has spread to many medium and small companies in both the public and private sectors. This is due to the modern analytical computer based systems generate simple and complex data cubes (which will later make it possible to conduct various analyses using dynamic tables), and create simple and advanced what if scenarios. So, with the rise of micro-computing at the end of the 1980s and the development of software applications that previously could only be run on large computers and mainframes, could now be run by any organization and were accessible to a wide variety of users and departments.

It is difficult to evaluate this number for Belarusian companies, but their usage rates is hardly bigger than 5%. ABC is rather new technique for national companies and implementation of management accounting goes so slowly. However, it is possible to find information about successful implementation of ABC in Russian companies such as VTB Bank (<https://www.vtb.com/o-banke/>), Tinkoff Bank (<https://www.tinkoff.ru/eng/>), etc.

Conclusions

Advantages of ABC method go beyond the accuracy of the definition of the costs of products. It helps to create more accurate the company's decision making process, because managers have a better awareness of future incomes and expenses as well as data that will enable them to make efficient decisions in terms of product pricing, product mixes, internal development, research and development investments, marketing, etc. ABC not just generates more transparent cost data for each department, but also makes a review of internal controls and gives greater visibility for every process. As the company gathers more information about its processes and their influence on the company's products, this provides each manager with more tools to manage the team's costs as well as information to audit and analyse these costs.

References

1. *Activity Based Costing: Everything you need to know about the ABC methodology* [Electronic resource]. – URL: <https://www.myabcm.com/blog-post/activity-based-costing-abc-methodology/> (retrieved: 1.06.2018).
2. Cardos I.R., Pete S. *Activity-based Costing (ABC) and Activity based Management (ABM) Implementation – Is This the Solution for Organizations to Gain Profitability?* // *Romanian Journal of Economics*. – 2011. – Vol.32. – pp. 155-156. – URL: <http://www.revecon.ro/articles/2011-1/2011-1-9.pdf>.
3. Cohen S.; Venieris G.; Kaimenaki E. *ABC: adopters, supporters, deniers and unawares* // *Managerial Auditing Journal*. – 2005. – Vol. 20. – No. 9. – pp. 981- 1000.
4. Cooper R., Kaplan R.S. *The Design of Cost Management Systems*. – 2nd ed. – Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 1999. – p. 495.

5. Hopper T. Activity based costing: A critical commentary // *Fukuoka University Review of Commercial Sciences*. – 1994. – Vol. 39 (1/2). – pp. 479-511.
6. Hopper T., Lassou P., Soobaroyen T. Globalisation, accounting and developing countries // *Critical Perspectives on Accounting*. – 2017. – Vol. 43. – C. 125-148.
7. Hopper T., Major M. Extending institutional analysis through theoretical triangulation: Regulation and activity-based costing in Portuguese telecommunications // *European Accounting Review*. – 2007. – Vol. 16. – No. 1. – C. 59-97.
8. Jones T., Dugdale D. The ABC bandwagon and the juggernaut of modernity // *Accounting, Organizations and Society*. – 2002. – Vol. 27 (1/2). – pp. 121-163.
9. Lukka K., Granlund M. The fragmented communication structure within the accounting academia: the case of activity-based costing research genres // *Accounting Organizations and Society*. – 2002. – Vol. 27. – No. 1-2. – C. 165-190.
10. Lukka K., Mouritsen J. Homogeneity or heterogeneity of research in management accounting? // *The European Accounting Review*. – 2002. – Vol. 11. – No. 4. – pp. 805-811.
11. Sample Cost Accounting assignment [Electronic resource]. – URL: <http://www.myassignmenthelp.net/sample-cost-accounting-assignment> (retrieved: 1.06.2018).

УДК 338.246.025:336.221

Мазур Л.В., Боброва Е.А.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ

Mazur L.V., Bobrova E.A.

ESTIMATION OF THE STATE AUDIT EFFICIENCY AT TAX YIELD FORMATION OF THE ACCOUNTING SYSTEM

Мазур Лидия Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Орловский филиал Финуниверситета); РФ, 302001, г. Орел, ул. Гостиная, д.2; e-mail: lidi.mazur@ya.ru

Masur Lidiya Viktorovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation; 2 Gostinaya Street, Orel 302001, Russian Federation; e-mail: lidi.mazur@ya.ru

Боброва Елена Александровна, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: bobrova77@bk.ru

Bobrova Elena Aleksandrovna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bobrova77@bk.ru

Аннотация: В настоящее время особое значение приобретает государственный аудит, направленный на формирование доходной части бюджетной системы. Формирование доходов бюджетной системы для любого государства играет первостепенную роль, поскольку направлено на решение задач в сфере обеспечения финансовой безопасности. В сложившихся условиях экономической турбулентности и негативных внешних факторов для бюджетной системы Российской Федерации доминирующим фактором является увеличение собираемости налоговых доходов на фоне нестабильной и негативной динамики цен на природные ресурсы, реализуемые на экспорт. Об эффективности реализации государственного аудита в налоговой сфере свидетельствует рост нефтегазовых доходов в бюджетную систему РФ.

В статье приводится анализ формирования налоговых доходов бюджетной системы РФ за первое полугодие 2017–2018 годов. Анализируются виды налоговых доходов на федеральном уровне и на уровне консолидированных бюджетов субъектов РФ. Выявлены положительные факторы реализации государственного налогового аудита

Abstract: The state audit aimed at formation of profitable part of budgetary system is of special value now. Formation of incomes of budgetary system for any state is of paramount value as it is aimed at solution of the problems in the sphere of financial security. Under conditions of economic turbulence and negative external factors for budgetary system of the Russian Federation increase of collected tax incomes is the dominating factor against unstable and negative dynamics of the export natural resources prices. Growth of non oil and gas incomes in budgetary system of the Russian Federation indicates efficiency of the state audit in fiscal sphere.

In the article the analysis of tax incomes of budgetary system of the Russian Federation for the first half of 2017-2018 is presented. Kinds of tax incomes at the federal level and at the level of consolidated budgets of the subjects of the Russian Federation are analyzed. Positive factors of the state tax audit realization are revealed

Ключевые слова: государственный аудит, налоги, **Keywords:** state audit, taxes, accounting system, tax бюджетная система, налоговый аудит, налоговые доходы audit, tax incomes

Доминантой в сфере эффективного функционирования современного государства является наличие государственного аудита, являющегося основой для осуществления контрольной работы по оценке и анализу происхождения, распределения и использования финансовых ресурсов бюджетной системы. Именно государственному аудиту в настоящее время отводится достаточно существенная роль, поскольку он направлен на выявление недостатков в сфере формирования и использования государственных финансов и выдачу предписаний на их устранение.

Государственный аудит представляет собой мероприятия по систематизированному контролю за деятельностью всех структур государственной власти. Его основным достоинством является то, что он не только выявляет недостатки и разрабатывает рекомендации по их устранению.

В сложившихся условиях экономической турбулентности особое значение имеет формирование доходной части бюджетной системы, основным источником которой являются налоговые доходы. В этой связи актуальность приобретает эффективная работа налоговых органов по их собираемости. В данном контексте органом государственного аудита в налоговой сфере является Федеральная налоговая служба¹, отвечающая за своевременное и полное поступление налоговых платежей в бюджетную систему.

Об эффективности государственного аудита в сфере собираемости налоговых доходов свидетельствует рост объемов поступлений на фоне конъюнктурных колебаний на мировых рынках сырья. Намечившаяся тенденция роста налоговых доходов в бюджетную систему при снижении цен на нефть свидетельствует об увеличении роли нефтегазовых доходов, а следовательно, эффективном налоговом аудите.

Статистические данные показывают, что на фоне снижения цен на нефть в 2015 году на 48% (с 97,7 до 51,2 \$/баррель) и в 2016 году еще на 19 % (до 41,7 \$/баррель) и отрицательных темпах роста экономики (темп роста ВВП в 2015 году составил 97,2%, в 2016 году – 99,8%) налоговые поступления в консолидированный бюджет росли: в 2015 году темп роста поступлений составил 108,8%, в 2016 году – 105%. При этом доля нефтегазовых доходов в структуре налоговых поступлений снижалась: в 2015 году - 23%, в 2016 году - 20%². В 2016 году устойчивый рост нефтегазовых доходов, прежде всего НДС на 8,5%, налога на прибыль на 6,6% и НДФЛ на 7,5% – позволил полностью компенсировать снижение НДС на 9,2%, или почти на 300 млрд рублей. Данная тенденция роста налоговых доходов сохранилась и в 2017–2018 годах. Так, в консолидированный бюджет Российской Федерации в январе-июне 2018 года поступило налоговых доходов 9 838,1 млрд рублей, или на 16,5% больше, чем в январе-июне 2017 года (рис. 1).

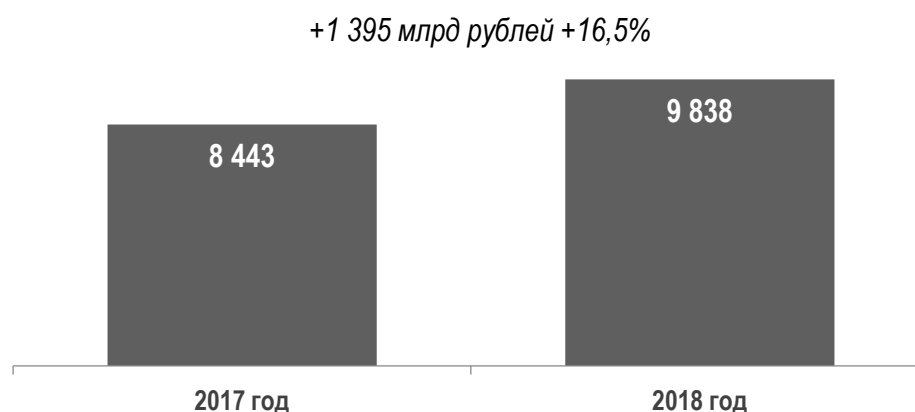


Рисунок 1 – Налоговые поступления в бюджетную систему за первое полугодие 2017–2018 годов

При этом основной удельный вес 56% налоговых доходов в 2018 году поступил в федеральный бюджет, а в консолидированные бюджеты субъектов РФ было зачислено соответственно 44%. Основными налоговыми доходами бюджетной системы в анализируемом периоде времени были налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ), который в 2018 году относительно уровня 2017 года увеличился с 24% до 28%, или на 4%, налог на прибыль организаций (по данному налогу в 2018 году относительно уровня

¹ Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <http://www.fns.ru>.

² Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <http://gks.ru/>.

2017 года произошло снижение удельного веса на 1%), НДС (также в 2018 году относительно уровня 2017 года произошло снижение удельного веса на 1%), НДФЛ (удельный вес в анализируемом периоде времени остался без изменений (рис.2).



Рисунок 2 – Налоговые доходы бюджетной системы за первое полугодие 2017–2018 годов

Динамика поступлений основных налогов в консолидированный бюджет РФ в первом полугодии 2018 года приведена на рисунке 3.



Рисунок 3 – Динамика поступлений основных налогов в консолидированный бюджет РФ в первом полугодии 2018 года, млрд рублей

Наибольший темп роста в первом полугодии 2018 года относительно аналогичного периода 2017 года наблюдается по НДПИ. Вместе с тем, в анализируемом периоде положительная динамика наблюдается также по налогу на прибыль организаций, НДС, НДФЛ, имущественным налогам. Отрицательный тренд роста наметился только по акцизам и вызван снижением налоговых ставок по ним.

По налогу на прибыль организаций рост поступлений наблюдается не только в федеральный бюджет, но и в бюджеты субъектов РФ. Удельный вес поступлений по налогу на прибыль организаций в региональные бюджеты составляет 77%, что на 9% выше аналогичного периода 2017 года, соответственно в федеральный бюджет по данной статье зачисляется 23% в 2018 году от собранной суммы.

Налога на прибыль организаций в консолидированный бюджет Российской Федерации в январе-июне 2018 года поступило 1 979,5 млрд рублей, или на 12,7% больше, чем в январе-июне 2017 года.

Рост поступлений по НДС наблюдается как по товарам (работам, услугам), реализуемым на территории РФ, так и товарам, ввозимым на территорию Российской Федерации.

Структура основных налоговых доходов по акцизам выглядит следующим образом: акцизы на нефтепродукты – 41%, акцизы на табачную продукцию – 32%, акцизы на алкогольную продукцию – 12%.

Рост собираемости имущественных налогов связан в основном с увеличением налоговых ставок по транспортному налогу в регионах, расширением налоговой базы по земельному налогу и налогам на имущество физических лиц и организаций.

Оценим, насколько эффективно реализуются мероприятия государственного аудита при формировании налоговых доходов федерального бюджета (рис. 4).

+ 996 млрд рублей + 22,2%

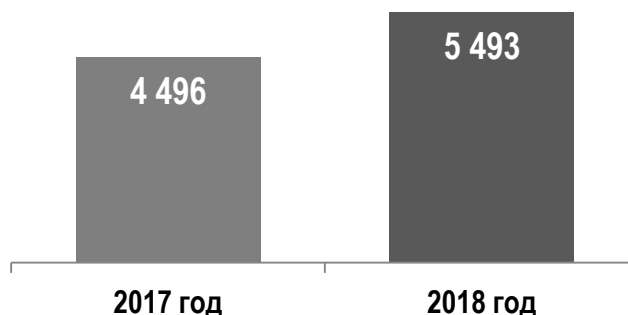


Рисунок 4 – Динамика налоговых доходов федерального бюджета за первое полугодие 2017–2018 годов

Рисунок 4 наглядно иллюстрирует в целом положительные темпы роста налоговых поступлений в федеральный бюджет, что свидетельствует о качественном налоговом менеджменте на уровне государства.

Наибольший интерес представляет структура налоговых доходов федерального бюджета (рис. 5).



Рисунок 5 – Структура налоговых доходов федерального бюджета в первом полугодии

На рисунке 6 представлена динамика налоговых доходов федерального бюджета в первом полугодии 2018 года.

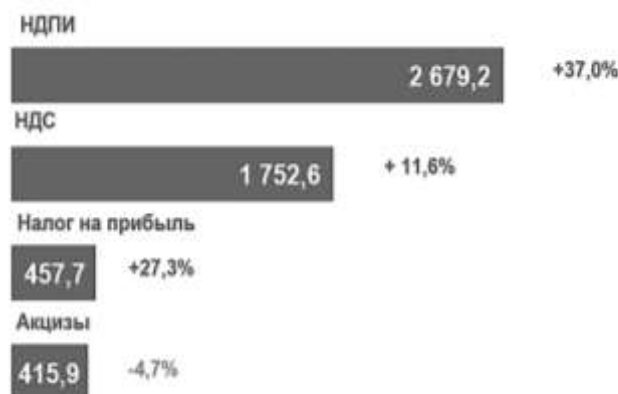


Рисунок 6 – Структура налоговых доходов федерального бюджета в первом полугодии 2018 года, млрд рублей

В современных условиях нехватки финансовых ресурсов на федеральном уровне важным является эффективное формирование собственных налоговых доходов региональных и местных бюджетов. Рассмотрим основные источники формирования налоговых доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ за первое полугодие 2017–2018 годов (рис. 7).



Рисунок 7 – Структура налоговых доходов региональных консолидированных бюджетов в первом полугодии

Положительной тенденцией при формировании налоговых доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ является тенденция их роста в 2018 году относительно аналогичного периода 2017 года на 10,1%.

Основной удельный вес в структуре налоговых доходов региональных бюджетов принадлежит налогу на доходы физических лиц. Однако в первом полугодии 2018 года относительно аналогичного периода 2017 года его удельный вес снизился на 1%, несмотря на то, что во всех регионах произошел рост заработной платы.

Налог на прибыль организаций занимает также существенный удельный вес в консолидированных доходах региональных бюджетов – 35%.

Таким образом, два налога: НДФЛ и налог на прибыль организаций – в анализируемом периоде времени занимают более 70% в доходной части региональных консолидированных бюджетов.

В условиях проводимой пенсионной реформы, связанной с увеличением пенсионного возраста в целях достижения сбалансированности пенсионной системы, важное место при реализации государственного налогового аудита отводится собираемости страховых взносов на обязательное социальное страхование (рис.8).

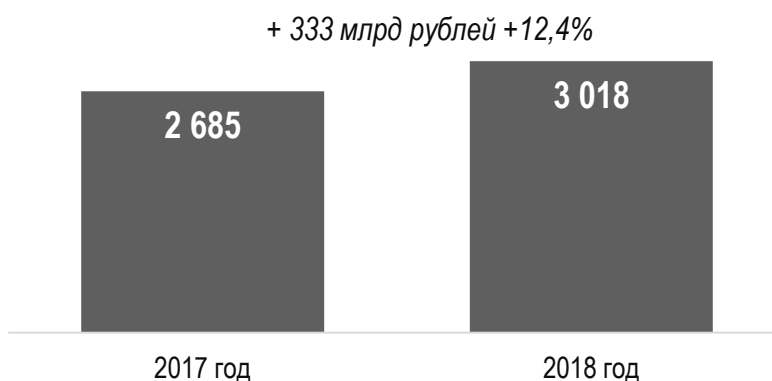


Рисунок 8 – Поступления страховых взносов на обязательное социальное страхование в первом полугодии, млрд.рублей

Представленные на рисунке 8 статистические данные наглядно иллюстрируют положительную динамику собираемости страховых взносов на обязательное социальное страхование. Рост данного показателя в анализируемом периоде времени составил 12,4%.

В структуре собранных на территории РФ страховых взносов на обязательное социальное страхование основной удельный вес принадлежит поступлениям в Пенсионный фонд РФ (рис. 9). Это обусловлено размером налоговых ставок по страховым взносам. Так, 22% поступает в ПФ РФ, 5,1% - в ФОМС и 2,9% - в ФСС.

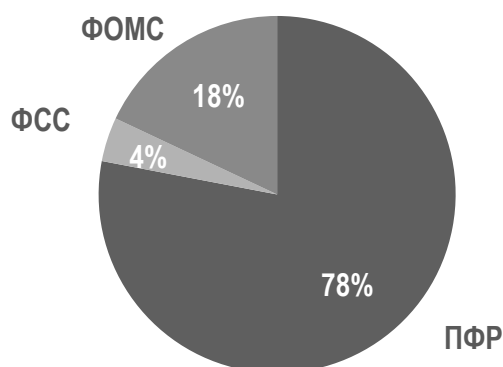


Рисунок 9 – Структура страховых взносов на обязательное социальное страхование в первом полугодии 2018 года

Вместе с тем, в первом полугодии 2018 года относительно аналогичного периода времени 2017 года поступления выросли в ПФ РФ на 12%, в ФОМС – 12,7%, в ФСС – на 18,6%. Данный факт свидетельствует о том, что происходит не только рост заработной платы, но и реализуются мероприятия эффективного налогового менеджмента в сфере легализации заработной платы.

Таким образом, об эффективности государственного налогового аудита свидетельствует тот факт, что в анализируемом периоде намечился положительный рост нефтегазовых налогов в условиях нестабильности экономической ситуации.

Основными факторами, отражающими эффективность государственного налогового аудита, являются: трансформация нормативно-правовой базы по налогам, нестабильность экономической ситуации и результативностью государственного налогового менеджмента.

Трансформация нормативно-правовой базы по налогам обусловлена в первую очередь запланированным ростом налоговых ставок по акцизам и модернизацией налогообложения недвижимости, связанной с переходом на кадастровую оценку имущественных объектов.

Фактор нестабильности экономической ситуации сдерживается за счет снижения темпов инфляции и роста оплаты труда наемных работников в разных отраслях. А результативность государственного налогового менеджмента определяется ростом собираемости налоговых доходов за счет внедрения инновационных технологий. Так, например, к ним относятся: Big Data, АСК НДС и онлайн ККТ. Проводимая аналитическая работа в ходе реализации государственного налогового аудита также повышает результативность налогового менеджмента за счет стимулирования налогоплательщиков к добросовестному выполнению своих обязанностей и своевременному и выполнению своих обязательств перед бюджетной системой в полном объеме.

Таким образом, отвечающая требованиям современной экономики система государственного налогового аудита, обладающая достаточно высоким уровнем стрессоустойчивости, в настоящее время способна противостоять внешним вызовам.

Список литературы

1. Аганбегян А.Г. О налоговой реформе // *Экономическая политика*. – 2017. – Т. 12. – № 1. – С. 114-133.
2. Батуркин А. Влияние внешних факторов на динамику налоговых поступлений постепенно снижается [Электронный ресурс]. – URL: https://www.nalog.ru/rn07/news/activities_fts/6792500/.
3. Бирюкова Н.П. Совершенствование инструментов бюджетно-налоговой политики // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2017. – № 6. – С. 67-72.
4. Клименко А.В., Минченко О.С. Государственное регулирование экономики: вопросы теории и лучшая практика // *Вопросы государственного и муниципального управления*. – 2016. – № 3. – С. 7-30.
5. Мишустин М.В. Факторы роста налоговых доходов: макроэкономический подход // *Экономическая политика*. – 2016. – Т. 11. – № 5. – С. 8-27.
6. Никифоров С.Л. К вопросу об использовании лучшего зарубежного опыта в реформировании российского аудита // *Деньги и кредит*. – 2017. – № 11. – С. 29-34.

7. Панина Е.В. Проблемы формирования доходной части региональных бюджетов в Российской Федерации в условиях государственного регулирования // Вестник НГИЭИ. – 2017. – № 10 (77). – С. 117-126.
8. Пантелеева Ю.Н. Направления развития налоговой системы на 2017-2018 гг // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 6. – С. 197-202.
9. Best M. C., Brockmeyer A., Kleven H. J., Spinnewijn J., Waseem M. Production versus Revenue Efficiency with Limited Tax Capacity: Theory and Evidence from Pakistan // *Journal of Political Economy*. – 2015. – Т. 123, № 6. – С. 1311-1355.
10. Blank J. D. The timing of tax transparency // *Southern California Law Review*. – 2017. – Т. 90, № 3. – С. 449-528.
11. Castro L., Scartascini C. Tax compliance and enforcement in the pampas evidence from a field experiment // *Journal of Economic Behavior & Organization*. – 2015. – Т. 116. – С. 65-82.
12. Heider F., Ljungqvist A. As certain as debt and taxes: Estimating the tax sensitivity of leverage from state tax changes // *Journal of Financial Economics*. – 2015. – Т. 118, № 3. – С. 684-712.
13. Kogler C., Mittone L., Kirchler E. Delayed feedback on tax audits affects compliance and fairness perceptions // *Journal of Economic Behavior & Organization*. – 2016. – Т. 124. – С. 81-87.
14. Law K. K. F., Mills L. F. Taxes and Financial Constraints: Evidence from Linguistic Cues // *Journal of Accounting Research*. – 2015. – Т. 53, № 4. – С. 777-819.
15. Pomeranz D. No Taxation without Information: Deterrence and Self-Enforcement in the Value Added Tax // *American Economic Review*. – 2015. – Т. 105, № 8. – С. 2539-2569.
16. Zhang N., Andrighetto G., Ottone S., Ponzano F., Steinmo S. "Willing to Pay?" Tax Compliance in Britain and Italy: An Experimental Analysis // *Plos One*. – 2016. – Т. 11, № 2.

МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 658.5:005.1

Гамбаров Т.Р.

ВЛИЯНИЕ ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Gambarov T.R.

INFLUENCE OF MANAGEMENT INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS ON DECISION-MAKING

Гамбаров Турхан Ризван оглы, аспирант кафедры менеджмента организации, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – (филиал) РАНХиГС: РФ, г. Саратов, ул. 410031, г. Саратов, ул. Соборная, 23/25, e-mail: gambarov.t@mail.ru

Gambarov Turkhan Rizvan ogly, PhD student, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 164 Moskovskaya Street, Saratov 410012, Russian Federation; e-mail: gambarov.t@mail.ru

Аннотация: В статье представлены результаты исследования ключевых теоретических аспектов процесса принятия оптимального управленческого решения с учетом всей совокупности факторов внешней и внутренней среды организации. Раскрыта сущность рационального подхода к принятию решений, дана классификация типовых управленческих решений, предложен алгоритм разработки и реализации управленческих решений, рассмотрены основные проблемы, с которыми может столкнуться современный руководитель

Abstract: In the article the results of the research of key theoretical aspects of optimum administrative decision making taking into account the totality of factors of the organization external and internal environment are presented. The essence of rational approach to decision-making is disclosed, classification of typical administrative decisions is given, the algorithm of working out and realization of administrative decisions is suggested and the basic problems of modern executive are considered.

Ключевые слова: управленческие решения, внешние факторы, внутренние факторы, цели организации

Keywords: administrative decisions, management, external factors, internal factors, the purposes organization

Введение

Любая деятельность человека связана с принятием того или иного решения. Существуют различные подходы к определению понятия «решение»:

- решение – многоэтапный процесс, который включает разработку и реализацию некоторой последовательности действий, направленных на достижение поставленной цели;
- решение – акт выбора одной из рассматриваемых альтернатив, которая, с точки зрения руководителя или лица, принимающего решение, наилучшим образом будет способствовать достижению всей совокупности целей, которые стоят перед организацией;
- решение – результат выбора той или иной альтернативы, которая выражается в конкретном плане действий и которую нужно реализовать для достижения поставленных перед организацией целей.

Суть рационального подхода в принятии решений состоит в том, что главным аргументом становится осознанный выбор наилучшего варианта среди других возможных альтернатив, при котором лицо, принимающее решение (ЛПР), опирается на логические доказательства и количественные данные. Представленное направление дополняет концепция «выбора наилучшего решения» [4].

Цель исследования: на основе обзора и обобщения представленных в специальной литературе подходов к исследованию понятий «управленческое решение», «процесс принятия управленческого решения» выявить взаимосвязи между внутренними и внешними факторами, которые необходимо учитывать в методологии исследования управленческих решений.

Методы и методология исследования

Применены системный и комплексный подходы к исследованию процесса принятия решений с учетом внешних и внутренних факторов. Использование методов группировки, сравнения позволяет провести классификацию понятий «решение», «управленческое решение», факторов влияния на процесс принятия решений.

Результаты исследования

Рассмотрим отличительные признаки управленческого решения.

1. Наличие альтернатив – при отсутствии альтернатив, нам не из чего выбирать, и, соответственно, нет необходимости в принятии решения.

2. Конкретная цель – результат, которого мы хотим достичь и ради которого мы принимаем это управленческое решение.

3. Момент принятия – приказ руководителя, момент выбора альтернативы, выработка управляющего сигнала системно-автоматического управления и т.д.

Управленческие решения отличаются от других типов решений тем, что их разрабатывают и реализуют в связи с рядом специфических задач по управлению системами. Причины разработки и реализации управленческих решений: планирование, организация управления, управление производством, управление коммуникациями, управление человеческими ресурсами, управленческое консультирование и другие задачи.

Управленческое решение представляет собой разработку, обоснование, выбор и реализацию одного из альтернативных вариантов возможных действий, направленных на достижение целей организации (или подразделения) и осуществленных в рамках компетенции (или должностных полномочий) лица, принимающего решение.

Сущность управленческого решения:

– Экономическая – реализация каждого управленческого решения требует финансовых, материальных и других затрат. Каждое решение имеет некоторую себестоимость, которую необходимо покрыть за счет дополнительной прибыли, которую мы получаем от реализации решения.

– Организационная – необходимо использовать те или иные организационные меры для его разработки и реализации, в частности, необходимо сформировать коллектив исполнителей, организовать их взаимодействие, распределить функции и решить другие задачи.

– Правовая – решение необходимо готовить в соответствии с действующим законодательством, а также с другими нормативными документами. Кроме того, после его принятия и утверждения решение само становится частью нормативной базы организации.

– Технологическая – выполнение решения необходимо обеспечить персоналом, финансами, материалами, информацией и другими ресурсами.

Управленческие решения являются основным результатом труда руководителя. Типичными функциями руководителя являются: *функция планирования* (составление текущих и перспективных планов и программ по различным направлениям развития, разработка целей и стратегий развития, выработка мероприятий по их реализации); *организационная функция* (распределение функций и задач между исполнителями, графиков работы персонала, решение об увольнении, о приеме на работу, перемещении сотрудников, изменении организационной структуры и другие задачи); *мотивационная функция* (необходимо составлять систему оплаты труда и премирования персонала, меры морального стимулирования, меры борьбы с нарушителями трудовой дисциплины и другие); *контрольная функция* (необходимо разрабатывать методики текущего и итогового контроля, составлять графики плановых и внеплановых проверок, формировать контрольные комиссии и решать другие подобные задачи).

Разработка управленческих решений является одним из наиболее важных управленческих процессов. От эффективности управленческих решений во многом зависит успех дела, а подчас и само существование компании. Поэтому немаловажно принимать правильные, экономически обоснованные управленческие решения [2]. Принятие управленческих решений представляет собой сложный и систематизированный процесс, состоящий из ряда последовательных этапов. Специалистами по управлению предлагаются различные схемы процесса управленческих решений, различающихся между собой степенью детализации отдельных процедур. Универсальная схема процесса управленческих решений, применимая в любой организации, включает постановку задачи решения проблемы, разработку решения, организацию выполнения решения и его оценку [6].

Результаты работы. Как показывает изучение и обобщение понятия «управленческое решение», объектом его могут быть проблемы, связанные с решением каких-либо теоретических и практических вопросов предприятия. Исследованием деятельности предприятий различных сфер деятельности установлено, что каждое предприятие как рыночный субъект не находится изолированно, а постоянно контактирует со своими контрагентами, на него влияют как внешние, так и внутренние факторы.

Выявлены наиболее значимые внешние факторы, к которым относятся потребители (которые предъявляют требования к нашему продукту, к нашим услугам, к их количеству и качеству), конкуренты (которые производят аналогичную продукцию, которые оказывают услуги, подобные нашим, пытаются произвести лучше нас, более качественно, в сжатые сроки, по меньшим ценам; безусловно, наша система управления должна реагировать и принимать соответствующие управленческие решения), поставщики (внешние факторы, внешние возмущающие воздействия, часть из них становится банкротами, часть из них изменяет условия поставки или привозит некачественную продукцию и нам приходится предъявлять к ним

рекламации и менять продукцию), государство (которое издает новые законы, меняет условия на рынке, а также влияет на бизнес, предприятие), посредники (являются промежуточным звеном в логистике поставки как конечной продукции, так и исходного сырья).

Практическое значение анализа внешних и внутренних факторов состоит в следующем: их нужно учитывать и оперативно реагировать на изменяющиеся условия функционирования организации.

Менеджмент – это высокорезультативное и эффективное управление организациями. Организации как сложные открытые системы функционируют в условиях внешней среды. Что же такое внешняя среда организации?

Внешняя среда организации – это совокупность факторов внешнего окружения. Факторами или переменными внешнего окружения называются различные объекты и явления, так или иначе влияющие на деятельность организации. Результативность и эффективность работы любой организации существенно зависит от факторов ее внешнего окружения.

Внешнюю среду условно делят на внешнюю среду прямого воздействия (микросреда или среда делового окружения) и внешнюю среду косвенного воздействия (макросреду). Внешняя среда прямого воздействия – это набор таких факторов, которые прямо и непосредственно влияют на деятельность организации. Это потребители, акционеры, партнеры, законы, конкуренты, трудовые ресурсы и другие.

Внешняя среда косвенного воздействия – это набор факторов, которые не оказывают прямого и немедленного воздействия на организацию, но могут сказаться на ее деятельности косвенно через изменения факторов среды делового окружения или с течением времени. Например, это состояние мировой экономики, научно-технический прогресс, социокультурные факторы, политические изменения в стране и в мире, интересы групп общества, события в других странах и другие.

Под факторами внешней среды организации понимают элементы ее внешнего окружения. При этом ситуационные переменные, изменяемые факторами внешней среды, можно назвать условиями функционирования организации во внешней среде. К условиям (или ситуационным переменным) относятся рынки сбыта, научно-технический прогресс, рынок труда, потребительские предпочтения и т.д. Изменения этих и других условий оказывают влияние на организацию, обуславливая ее операционную деятельность, конкурентоспособность и стратегическое развитие.

Процесс формирования и изменения каждой ситуационной переменной внешней среды, как правило, зависит от действия не одного, а нескольких факторов. Критически важно понимание характеристик внешней среды организации. Основными характеристиками внешней среды являются:

- *сложность внешней среды*, т.е. число факторов, на которые менеджмент организации обязан реагировать. Для различных организаций различна и сложность внешней среды;

- *взаимосвязанность факторов внешней среды* – степень влияния изменения одного фактора на все другие. Изменение некоторых факторов приводит к значительным изменениям других;

- *вариативность внешней среды* – это степень изменчивости каждого фактора. Некоторые факторы являются более стабильными. Например, социокультурные факторы, трудовые ресурсы общества. Другие существенно изменчивы. В современном мире изменчивым является научно-технический прогресс, иногда законы государства и желания потребителей;

- *подвижность внешней среды* – та скорость, с которой происходят изменения вокруг организации. Подвижность может быть различной для разных подразделений организаций;

- *неопределенность внешней среды* – это соотношение между количеством информации о внешней среде, которой располагает менеджмент, и уверенностью в достоверности и точности этой информации. Чем выше неопределенность, тем сложнее принимать решения. Как правило, большинство факторов внешней среды организации в современных условиях являются весьма неопределенными, иногда даже непредсказуемыми. Менеджмент любой хозяйственной организации должен понимать, что недостаточно полный учет влияния факторов внешней среды может привести к неточности оценки текущей ситуации. А это может повлечь за собой ошибки при разработке планов развития организации. Поэтому при реализации принятых решений необходимо учитывать полный комплекс факторов, что отражено в представленном алгоритме (рис. 1).

Область применения результатов

Как установлено автором, предприятие подвергается давлению как извне, так и изнутри, вынуждая его осуществлять изменения различного характера (организационного, технологического, маркетингового, коммуникационного, а также изменения направления, уровня, объема производства и используемых методов, способов и приемов управления) [8, с. 46]. Рассмотренные подробно внешние и внутренние факторы управления, оказывающие влияние на принятие управленческих решений, относятся к предприятиям различных сфер деятельности, но особенно актуальны в организациях сферы нематериального производства.

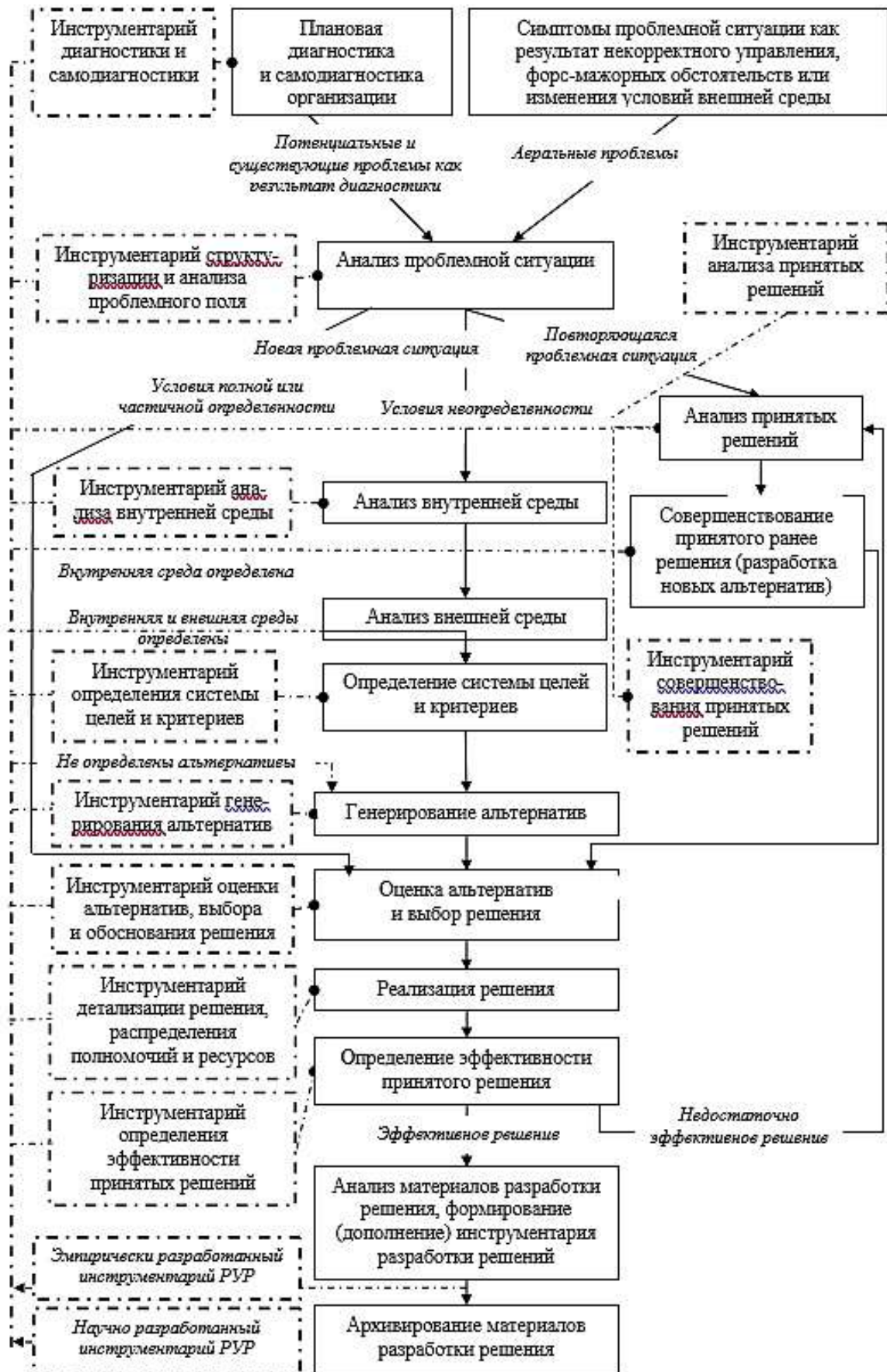


Рисунок 1 – Алгоритм реализации управленческих решений [9]

Приведем аргументацию в пользу данной сферы. Нематериальное производство включает в себя следующие отрасли: образование, здравоохранение, культуру, искусство, спорт, туризм, науку, сферу услуг и другие. Предприятия нематериальной сферы работают в большинстве случаев для населения, выступая при этом в роли образовательных и культурных центров. Результатом их труда являются созданные материализованные блага, несущие в себе эстетическую ценность. Продукт сферы нематериального производства принимает форму товара-услуги.

В современных условиях хозяйствования значительно повышается роль сферы нематериального производства и услуг. Непроизводственная сфера охватывает широкий круг жизни общества, участвует во всестороннем развитии людей, в приумножении способностей и навыков, улучшении уровня образования. Именно по этой причине на эту сферу направляется большая часть средств, в отличие от сферы материального производства.

Под организацией в сфере нематериального производства понимается социальная единица, которая имеет иерархическую структуру, где необходимые элементы объединены и действуют внутри нее с целью достижения общей цели. Организация как живой организм постоянно развивается и активизируется, всегда подвергаясь воздействию как внутренней, так и внешней среды. «Внешняя среда организации» - это окружение или условия, в которых осуществляется конкретная деятельность по функционированию и развитию. И каждое действие органа управления в организации напрямую находит свое отражение во внешней среде.

Оперирующие системы предприятия – ядро любой организации в рамках системы. Оперирющая система отвечает на вопрос, ради какой цели, какой функции создавалось это предприятие.

Если предприятие создавалось для переработки сырья и материалов, то оперирующая система будет заниматься переработкой, все сервисные компании, кафе, больницы занимаются предоставлением услуг. В одной организации может быть несколько оперирующих систем, одна из которых будет основной, а остальные все - поддерживающие. Следует помнить о том, любое предприятие не работает без ресурсов. И на вход организации для реализации принятых решений должны поступать ресурсы, средства производства, предметы труда и живой труд (персонал). Проблемы принятия управленческих решений представлены на рис. 2.



Рисунок 2 – Проблемы принятия управленческих решений

Процесс разработки и принятия управленческих решений начинается с определения целей. Субъект управления (индивид или группа) принимает решение в целях решения вопросов конкретного предприятия. Цели должны быть достигаемыми, четко выраженными, связанными с другими целями деятельности организации. Важную роль играет сбор и анализ информации, необходимой для принятия результативного управленческого решения. Процесс разработки управленческих решений представляет собой набор инструкций [1].

Ресурсы поступают в условиях общей конкуренции с рынка. И нужно понимать, что они ограничены в единицу времени и за них борются конкуренты, которые работают в нашей сфере, нашей отрасли. На выходе оперирующей системы предприятия мы получаем либо продукцию, либо услугу, которые также поступают на рынок и также участвуют в общей логистической цепочке, которые продаются конечному потребителю.

Выводы

1. В результате анализа установлено, что при изменении внешней среды либо внутренних условий существования организации возможно возникновение проблемы, т.е. разрыва между желаемым (плановым) и реальным состоянием системы. Устранение такого разрыва требует разработки, принятия и реализации управленческого решения.

2. По итогам теоретического исследования моделей и методов обосновано, что при всем разнообразии не существует универсальных, на результативность каждого выбора оказывает влияние множество внешних и внутренних параметров.

3. Исследование этапов принятия управленческого решения послужило основанием для использования алгоритма реализации управленческих решений.

Список литературы

1. Агафонова М.С., Барышева В. А. Разработка и реализация управленческих решений на предприятии // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. – 2016. – Т. 17. – С. 857–861.
2. Агафонова М.С. Развитие механизма управления адаптацией промышленного предприятия // *Успехи современного естествознания*. – 2011. – № 11. – С. 71-72.
3. Андросова И.В. Формирование модели управления знаниями в современных социально-экономических условиях // *В мире научных открытий*. – 2014. – № 7 (55). – С. 339-348.
4. Асаул А.Н. Теория и практика разработки принятия и реализации управленческих решений в предпринимательстве / А.Н. Асаул, В.П. Грахов, О.С. Коваль и др.; под ред. заслуженного деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, профессора А.Н. Асаула. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2014. – 304 с.
5. Васильева И.С. Эффективные методы и модели принятия решений // *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. – 2014. – № 3. – Ч. 1. [Электронный ресурс]. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4250> (дата обращения: 07.11.2018).
6. Кальницкая И.В. Управленческие решения в модели управления организацией / И.В. Кальницкая, А.Н. Данилов // *Омский научный вестник*. – 2014. – №3 (129). – С. 45-47.
7. Серочудинов Е.С., Абдуллаева Г.Р. Пути повышения качества управленческих решений // *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. – 2014. – № 7. [Электронный ресурс]. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/07/5598> (дата обращения: 23.09.2018).
8. Управление организационным совершенствованием предприятия: сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса / А.В. Еремеев, М.Б. Щепакин и др.; М-во образования и науки Рос. Федерации; ФГБОУ ВО «КубГТУ». – Краснодар: Издательский Дом – Юг, 2016. – С. 46-49.
9. Лапыгин Ю.Н., Лапыгин Д.Ю. Управленческие решения. – М.: Эксмо, 2009. – 448 с.
10. Михненко П.А. Теория менеджмента. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет Синергия, 2014. – 640 с.

УДК [658.8:005.21]:334.7

Докукина И.А., Пьянова Н.В.

**ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ УДЕРЖАНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

Dokukina I.A., Pyanova N.V.

**PROBLEM OF SOCIAL MARKETING USE FOR CONSUMERS RETENTION
IN SMALL-SCALE BUSINESS**

Докукина Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра «Менеджмент и государственное управление», Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: irenalks@mail.ru

Dokukina Irina Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: irenalks@mail.ru

Пьянова Наталия Викторовна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра «Маркетинг и торговое дело», ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, e-mail: lyginani@mail.ru

Pyanova Natalya Viktorovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Аннотация: Рост роли социальных сетей в распространении рекламы в настоящее время является социальным заказом общества. Развитие этой научной области исследования обещает преимущества как товаропроизводителям, так и потребителям. Исследование подходов и методов, реализации инструментов и сервисов в малом бизнесе достаточно актуально. Социальный маркетинг – это достаточно новая концепция. Тем не менее, это идея, которая имеет огромный потенциал, и может дать реальные результаты в виде технологии его реализации, что и определило актуальность представленного исследования. Социальные медиа – один из самых мощных инструментов маркетинга в арсенале компаний. Если они используют его правильно, то могут создать прочную личную связь с потенциальными клиентами.

В данной статье предлагается новая концепция целенаправленного выбора клиентов, которая основывается на отказе от принципа тотальной публикации, показывая рекламу только тем пользователям, чей продукт соответствует их интересам, анализируя покупателей каждого продукта на предмет обнаружения общих характеристик. Авторская методология управления на основе социального маркетинга для удержания потребителей в малом бизнесе гарантирует хорошие результаты, в особенности для новых компаний, поскольку разработанный подход позволяет им лучше понимать клиентов, удовлетворять их потребности и за счет этого увеличивать целевую аудиторию.

Ключевые слова: социальный маркетинг, малый бизнес, управление, цель, социальные медиа

Abstract: Growth of the importance of social networks in advertising distribution is the social order of the society now. Development of this scientific area of the research is advantageous both to commodity producers, and consumers. Research of the approaches and methods, tools and services realizations in small-scale business is actual enough. Social marketing is a new enough concept. Nevertheless, it is the idea with huge potential, and it can produce real results in the form of technology of its realisation, that has defined the urgency of the research. Social media are one of the most powerful tools of marketing in the arsenal of the companies. If they use them correctly, they can provide strong personal communication with the potential clients.

In the article a new concept of purposeful choice of clients based on the refusal of the total publication principle is suggested. It demonstrates advertising only to those users, whose product corresponds to their interests, analyzing buyers of each product and detecting general characteristics. The author's management methodology for consumers retention in small-scale business on the basis of social marketing guarantees good results, especially for new companies as the developed approach allows them to understand the clients better, to satisfy their requirements and to increase target audience due to it.

Keywords: social marketing, small-scale business, management, purpose, social media

Социальный маркетинг определяется как «использование методологии коммерческого маркетинга в сфере социальных проблем» [10, с. 34]. Это означает применение принципов, используемых при торговле определенными товарами, для того чтобы убедить людей изменить свое поведение. Это приводит к формированию новой научной проблемы: как коммерческий маркетинг пытается видоизменить поведенческую структуру людей в интересах самого маркетолога, так и социальный маркетинг находит возможность видоизменить поведение людей в интересах потребителя или общества в целом.

Для решения обозначенной проблемной области при реализации социальной маркетинговой стратегии следует осуществлять следующие действия:

1. Установить, какое поведение вы хотите видоизменить.
2. Охарактеризовать аудиторию, чье поведение вы хотите видоизменить. Может быть изменение поведения различных групп. В этом случае, возможно, для достижения желаемого поведения потребуется воздействовать на поведение различных групп по-разному. Группы нередко удалены друг от друга или сегментированы по возрасту, полу, уровню образования, расе.
3. Выявить барьеры на пути изменений: через интервью, опросы, фокус-группы или другие методы, чтобы выяснить, что делает изменение непривлекательным для людей.
4. Снизить барьеры изменения. План способов сделать изменение проще, доступнее и привлекательнее. Этот шаг можно развить, если организация сможет предоставить стимулы для реализации (или поддержания) изменений.
5. Предварительно проверить идеи на небольшом числе людей, а затем адаптировать план в соответствии с полученными результатами.
6. Пропагандировать преимущества изменения, а также усилия, которые сделают внедрение изменений легче, чтобы привлечь людей воспользоваться изменениями. Пусть люди знают, что делается, чтобы помочь им. Даже лучшая программа в мире не будет использоваться, если люди не знают о ней. При этом люди должны понимать преимущества изменения поведения.

Многие путают социальный маркетинг с одним из его компонентов – рекламой. Хотя реклама – это очень важная часть социального маркетинга, это все равно только часть.

Представленное научное исследование определило три основных преимущества социального маркетинга:

1. Он помогает достичь целевой аудитории.
2. Он помогает настроить определенное сообщение для целевых аудиторий и сделать это самым подходящим образом.
3. Он помогает создать более длительные изменения поведения в этих аудиториях.

Прежде чем обсуждать стороны социального маркетинга, важно иметь представление о принципах коммерческого маркетинга, так как это базис, на котором он основан. Такие термины, как «маркетинг», могут вызывать в воображении образы крупного бизнеса и корпоративной жадности. Они не заставляют задуматься, например, над программами помощи нашим соседям. Идея может быть новой для членов группы или может внести изменение в их восприятие некоторой деятельности. Это изменение, однако, может оказаться решающим. Оно может сделать деятельность группы более эффективной.

Сущность маркетинга можно выразить с помощью таких понятий, как продукт, цена, место и продвижение.

1. Продукт – это то, что вы продаете. Для социального маркетинга «продукт» – это определенное поведение, которое вы пытаетесь изменить. Это, например, может быть даже прекращение жестокого обращения с детьми, или пренебрежительного отношения к ним, или предостережение людей от совершения самоубийства, или убеждение людей не бросать мусор на землю, или любое другое поведение, которое члены сообщества хотят изменить [1, с. 34].

2. Цена – это стоимость отказа от привычного поведения для человека. В области социального маркетинга цена – это не просто вопрос долларов и центов. Это также и вопрос времени (то есть, сколько времени потребуется для изменения поведения) и вопрос дополнительных усилий, которых потребует изменение поведения. Например, хотя курящий человек признает, что курение является весьма дорогостоящей привычкой, но у него все равно перевешивают издержки усилий, требующиеся для избавления от этой деятельности. Очень сложно пересилить себя. Он просто не может бросить. Хороший план социального маркетинга – пытаться сократить эти расходы. Мусороуборочная компания попытается поставить больше мусорных баков по городу; группа по прекращению курения может предложить группы поддержки по избавлению от вредной привычки, которые обеспечат консультации по питанию, чтобы противодействовать увеличению веса.

3. Продвижение – определяет, насколько сложно изменить поведение и какие барьеры мешают. Усилия социального маркетинга в том, чтобы облегчить изменение поведения, убедившись, что необходимая поддержка не только существует, но и легко доступна для как можно большего числа людей. Чем меньше людей нужно побуждать к изменению поведения, тем больше шансов, что они сделают это. Распространение (продвижение) – этот принцип сильнее всего связан с социальным маркетингом. Продвижение может быть осуществлено в виде рекламы, телерекламы, письма в редакцию, в виде плаката, надписи, характерного знака или даже ленточки, привязанной к антенне автомобиля. Для продвижения не нужно много денег. Оно может быть достигнуто за счет менее дорогостоящих методов, например, таких как «сарафанное радио». Убеждение людей через разговор один на один может столь же эффективно изменить чью-либо точку зрения, как и коммерческие акции.

При таком понимании маркетинга рассмотрим вопрос координационных центров, используемых

для организации эффективной компании для потребителей. Люди в разное время имеют разные идеи и убеждения. Например, некоторые курильщики, возможно, не считают, что курение - это плохо для них, другие могут понять риски, но все равно не могут приложить усилия, чтобы бросить курить, последняя группа курильщиков может активно пытаться бросить. Компании социального маркетинга исследуют все эти варианты (и связанные с ними действия) и попытаются направить людей к следующему шагу.

Идея заключается в том, что изменения не произойдут в одночасье. Большинство людей не сразу поймут, что курение – это «не круто» и не учтут рисков для здоровья, если бросить курить сразу. Вместо этого часть участников кампании социального маркетинга начнет думать, что курение - не лучшая идея, после того как идея уже успела поселиться в их голове, другая часть участников кампании поможет им бросить курить, и еще одна часть поможет им стремиться стать свободными от табачного дыма.

Как сформировать эти убеждения и принять решения? Для этого нужно предпринять следующие действия:

1. Создать осведомленность и заинтересованность.
2. Изменить отношение и условия.
3. Мотивировать людей к изменению их поведения.
4. Дать возможность людям действовать.
5. Предотвращать отказы.

Социальные медиа - один из самых мощных инструментов маркетинга в арсенале компаний. Если компании используют его правильно, они могут создать прочную личную связь с потенциальными клиентами. Однако маркетологи часто совершают ошибку, организуя погружения в социальные сети без четкого плана [7, с. 305]. В лучшем случае это пустая трата времени, а в худшем это может привести к общественной катастрофе. Чтобы воспользоваться преимуществами социальных сетей, компаниям необходимо разработать четкую стратегию, учитывающую то, что они пытаются достичь, кто является правильным клиентом и что делает конкуренция.

Чтобы помочь компании начать работу, необходимо:

1. Понять цели компании, которые необходимо достичь.

Как и в любом путешествии, первым шагом в создании стратегии маркетинга в социальных сетях является понимание, к чему следует стремиться. Какова цель наших усилий по маркетингу в социальных сетях? Хотим ли мы создать или повышать осведомленность о нашем бренде? Хотим ли мы увеличить продажи, или трафик на сайте или то, и другое? Наша цель - повысить лояльность клиентов и удержать их. Эти цели не являются взаимоисключающими, но необходимо сосредоточиться на одной или двух, иначе ничего не добьемся [11, с. 132].

2. Создание измеримых целей. Необходимо ставить четкие цели, исходя из общих целей. Следует использовать S.M.A.R.T. - стратегию постановки целей, чтобы цели стали конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными и основанными на времени [8, с. 41].

Например, если мы являемся маркетологом B2B, желающим увеличить продажи, мы можем решить, что нужно создать еще 100 онлайн-запросов в месяц. С другой стороны, если нашей целью является узнаваемость бренда, необходимо увеличить количество упоминаний нашего бренда в социальных сетях на 50%. Во всех случаях эти цели должны быть непосредственно связаны с нашими бизнес-целями, и они должны быть достижимыми. В противном случае, мы просто принимаем желаемое за действительное. Кроме того, необходимо убедиться, что наши задачи ограничены во времени. Например, если нужно достичь 50-процентного роста узнаваемости бренда в течение шести месяцев, то это цель конкретизирована во времени, а не в каком-то неопределенном будущем [9, с. 84].

Как только мы ставим перед собой цели, мы должны быть уверены, что можем их измерить. Мы должны найти правильные инструменты для отслеживания и анализа каждой из них, чтобы количественно оценить прогресс. Кроме того, это позволит узнать, когда можно закончить кампанию и поможет выявить проблемы на ранней стадии и при необходимости скорректировать наш курс [15, с. 102].

3. Охарактеризуйте клиентов. Цель зафиксирована, но неизвестно, как до нее добраться. Успешная стратегия в области социальных медиа направлена на то, чтобы нацелить правильных людей на правильные сообщения. Для этого нужно понять нашу аудиторию. Например, нет смысла настраивать «таргетинг» на всех в возрастной группе от 18 до 35 лет, если мы действительно хотим получить молодых мобильных специалистов, которые являются энтузиастами технологий. Лучший способ сделать это – создать покупателей. Необходимо создать подробный профиль идеального клиента. Нужно выяснить имя, возраст, доход, наличие детей, определить, что ему нравится или не нравится, что его мотивирует и так далее. Если у нас есть более одного идеального клиента, необходимо создание профиля для каждого [4, с. 729].

4. Взгляд на конкуренцию. Когда дело доходит до социальных сетей, конкуренция поможет многое разъяснить в вопросе, что работает, а что нет. В конце концов, конкуренты нацелены на тех же клиентов, что и мы. Если мы игнорируем соревнование, мы пропускаем возможность учиться на своих успехах и ошибках.

Чтобы исследовать конкурентов, надо начать с выбора трех или четырех лучших. Необходимо выяснить: в каких социальных сетях они активны, и изучить их содержание, какие культурные ссылки используются; говорят ли о продукте в первую очередь или сосредоточены на других темах. Затем следует посмотреть, насколько вовлечен в этот процесс каждый участник (например, сколько у него обязательств: комментариев, акций, предпочтений), использует ли он Facebook и т.п.). Это позволит определить, какие стратегии работают, а какие нет [5, с. 47].

5. Разработка наших сообщений. Теперь пришло время начать строить наши сообщения. Это не подробный контент, скорее, это набор ключевых сообщений верхнего уровня, который, как мы думаем, будет резонировать с нашими клиентами на основе созданных нами персонажей. Мы должны выбрать два или три сообщения, а затем разбить их на другой уровень, создав простую иерархию сообщений.

Нет ничего плохого в том, чтобы перенять успешные идеи обмена сообщениями наших конкурентов, а также попытаться создать оригинальные сообщения, которые отличают нас от них - это поможет нам создать уникальный бренд. Разумно использовать творческий подход, поскольку наше присутствие в социальных сетях должно быть захватывающим, а не скучным.

6. Выбор каналов. Не все социальные медиаплатформы одинаковы. Необходимо выбрать правильные продукты или услуги, которые мы продаем.

Например, LinkedIn - это хорошая платформа для продажи в бизнесе, в то время как Pinterest может быть лучше, если мы работаем в модном бизнесе. Некоторые из этих каналов станут очевидными, когда мы посмотрим на наших конкурентов, при этом выясним, не были ли пропущены какие-либо каналы. Необходимо определить влиятельных лиц, которые имеют авторитет целевой аудитории. Хорошие блогеры доверяют своим читателям, высокий уровень доверия незаменим при создании популярности нашего бренда.

7. Создание плана. Нужно разработать сильный контент-план, который обеспечит привлекательный материал. Контент должен согласовываться с нашим общим обменом сообщениями и соответствовать каналам, которые мы используем. Это больше, чем просто информация о продуктах, надо думать о том, как принести реальную пользу нашей аудитории. Мы не должны просто придерживаться одного типа носителей; сочетание видео, руководств, инфографики и других стилей будет более эффективно привлекать наших потенциальных клиентов. Кроме того, мы не должны думать о содержании, как о том, что мы публикуем один раз. Нам нужно постоянно присутствовать в социальных сетях, и это включает регулярное предоставление свежих материалов. Быстрое принятие социальных сетей становится все более очевидным с каждым днем и меняет то, как мы ведем бизнес. Теперь уже не нужно задавать вопрос, «должен» ли пользователь использовать социальные сети для маркетинга своего бизнеса, а «как» их эффективно использовать.

Социальные сети - это широкий термин, используемый для описания всех различных онлайн-инструментов, которые позволяют людям легко общаться через интернет, обмениваясь информацией и ресурсами. Используемые методы включают сообщения в блогах или форумах, совместное использование фотографий, аудиоклипов, видео и ссылок, создание профилей на сайтах социальных сетей и публикацию обновлений, как правило, с механизмом обратной связи. Несмотря на то, что социальные сети стали для друзей и семьи средством обмена информацией, маркетологи быстро поняли, как они это могут использовать [13, с. 43].

Существует множество различных типов социальных сетей. Тем не менее, это быстро меняющийся ландшафт, в котором все новые социальные сети появляются постоянно. Необходимо осуществлять поиск новых и развивающихся ресурсов.

В зависимости от отрасли, в которой находятся пользователи, некоторые типы социальных сетей могут быть более релевантными, чем другие. Например, те, кто занимается туристической деятельностью, найдут такой сайт, как Trip Advisor, полезным инструментом. Кроме того, использование социальных сетей может быть более распространено в определенных отраслях, чем в других, и будет работать по-разному для предприятий в различных областях. Важно проводить пользовательские исследования, чтобы выяснить взаимодействия пользователей и перспективы использования социальных сетей.

С точки зрения маркетинга тактика социальных сетей может помочь в малом бизнесе:

1. Расширить маркетинговые возможности компании по приемлемым ценам.
2. Повысить узнаваемость бренда.
3. Направить трафик на сайт компании.
4. Персонализировать обслуживание клиентов.
5. Создать привлекательность для событий.
6. Продвинуть запуск продуктов/услуг.
7. Создать сообщество клиентов, которые одобряют продукты / услуги пользователя.
8. Испытать рыночные идеи.

9. Открыть новые рынки.
10. Дополнить другие маркетинговые усилия.
11. Интегрировать социальный элемент в бизнес пользователя путем персонализации компании пользователя.

С развитием процесса торговли была разработана технология маркетинга, механизмы привлечения клиентов и доступа к максимально возможному сегменту клиентов через интернет. Перечислим наиболее важные из них:

1. Размещение рекламы на сайтах, на которых постоянно присутствует большое количество посетителей (поисковые системы, новостные сайты и другие).
2. Организация страниц компаний или продуктов в социальных сетях.
3. Покупка адресов электронной почты и отправка объявлений, несмотря на то, что большинство почтовых серверов обрабатывают эти сообщения как спам.

Таким образом, обосновывается новая научная цель, которая заключается в разработке новой концепции целенаправленного выбора клиентов, при этом происходит отказ от принципа тотальной публикации, рекламу показывают только тем пользователям, чей продукт соответствует их интересам, осуществляется анализ покупателей каждого продукта на предмет обнаружения общих характеристик.

Конечно, сайты социальных сетей, таких как Facebook, уже предлагают рекламные услуги на страницах определенного продукта для определенной категории пользователей. Однако остается открытым вопрос об идентификации сегмента приложения рекламы. Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо проанализировать текущие данные о клиентах компании и идентифицировать будущих потенциальных клиентов. Многоступенчатый маркетинг начался с поставки магазинов и ожидания того, чтобы клиент выбирал то, что ему нужно, через дорожную рекламу, чтобы привлечь внимание к определенному продукту, что, в конечном итоге, привело к революции в средствах информации. Использование рекламы по телевидению и радио перешло к рекламе по интернету. Появление интернета изменило все концепции и привело к рождению того, что сегодня известно как электронная коммерция, где отпадает необходимость в наличии продукта в определенном месте. Многие компании создают веб-сайты для отображения своих продуктов и предлагают лучшие условия и конкурентоспособные цены. Коммерческий процесс начинается с предварительного просмотра и выбора продукта через онлайн-платеж. Чтобы гарантировать достоверность процесса, были созданы веб-сайты, которые играют роль надежного посредника между производителем продукта и потребителем (Aliexpress, AliBaba и другие). Это позволяет клиенту совершать безопасные покупки через интернет [10, с. 132].

С развитием процесса торговли была разработана технология маркетинга, механизмы привлечения клиентов и доступа к максимально возможному сегменту клиентов через интернет в малом бизнесе.

Перечислим наиболее важные из них:

1. Размещение рекламы на сайтах, на которых постоянно присутствует большое количество посетителей (поисковые системы, новостные сайты и другие).
2. Организация страниц компаний или продуктов в социальных сетях.
3. Покупка адресов электронной почты и отправка объявлений, несмотря на то, что большинство почтовых серверов обрабатывает эти сообщения как спам.

Научная новизна представленного исследования заключается в разработке программных средств управления электронными средствами массовой информации для привлечения потребителей в малом бизнесе и технологию их использования.

В ходе исследования были проведены следующие мероприятия:

1. Анализ данных, собранных по карточкам, которые компания предоставляет пользователям, классификация возрастных групп, к которым принадлежат клиенты, и социальных сетей, которые они используют.
2. Анализ активных данных пользователя и предсказание эффективности выбранной группы.
3. Анализ данных сети ВКонтакте (ВК), которая широко распространена в России и получает данные от пользователей определенных возрастных групп.
4. Анализ данных группы ВК, в которую входят пользователи с определенными интересами, и выбор их в качестве потенциальной категории для рекламы.
5. Контроль учетной записи компании с позиции приглашения конкретных пользователей и отправки им рекламных сообщений.
6. Оценка публикаций на сайтах социальных сетей для выявления сильных и слабых сторон пользователей с целью лучшего распространения рекламы в будущем.

Сравнительный анализ между нашим проектом удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга и приложениями, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение между авторским проектом удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга и существующими приложениями

Наименование приложений	Анализ данных компаний	Статистика трафика	Доверять	Стоимость	Прогнозирование	Статистика по трафику
Facebook	-	-	+	-	-	+
Twitter	-	-	+	-	-	+
Instagram	-	-	+	-	-	+
allsocial.ru	-	-	-	-	-	-
socialstats.ru	-	-	-	-	-	-
Авторский проект удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга	+	+	-	+	+	-

Основываясь на данных, приведенных в таблице, можно отметить, что авторский проект предоставляет комплексные услуги для малого бизнеса, желающего продвигать свою продукцию с помощью средств социальной коммуникации. Он является инструментом управления страницами в различных социальных сетях, предназначенных для бизнеса. Управление учетными записями социальных медиа - очень важный вопрос для компаний. В исследовании представлено подобное управление для сети ВКонтакте, где оно обеспечивает следующие услуги:

- загрузка друзей пользователя обеспечивает анализ друзей на предмет возможного использования в будущем, отправку сообщений с некоторыми предложениями, приглашение в нашу группу;
- загрузка членов группы обеспечивает полезную информацию для будущих клиентов. Например, если наша компания продает спортивное оборудование, то ей будет полезно получать списки заинтересованных в спорте людей;
- отправка группе пользователей сообщений, которые могут содержать видео, фотографии и т.п. как своеобразная реклама или предложения компании;
- отправка приглашения присоединиться к группе многим пользователям.

Данная система удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга состоит из 3 основных частей:

1. VK действия по управлению нашими данными.
2. Дооснащение для получения запросов из базы данных VK.
3. Hibernate - сохранение загруженных данных в базе данных иллюстрирует структуру разработанной системы (рис. 1).

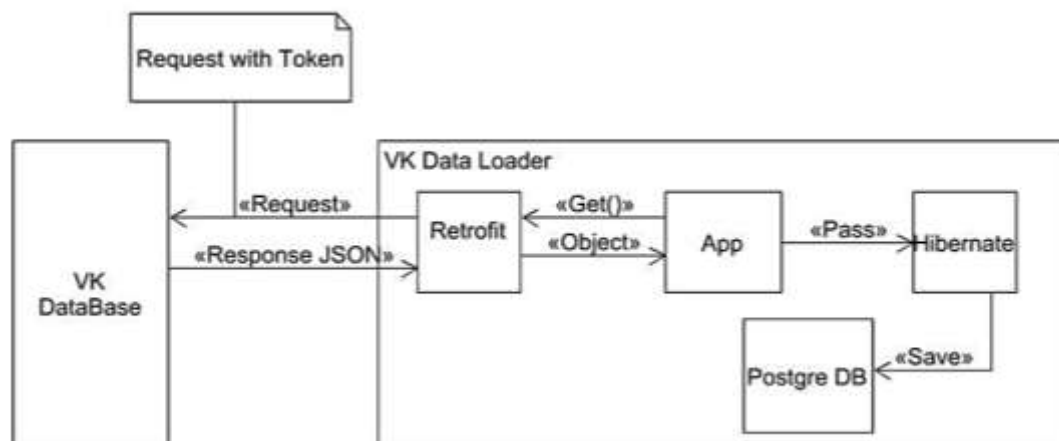


Рисунок 1 – Система удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга

Система является инструментами с открытым исходным кодом, это свободное программное обеспечение, которое может быть загружено в интернет с целью дальнейшего развития и совершенствования. Однако технология социального маркетинга имеет особенности, которые необходимо учитывать при использовании.

В ходе проведенного исследования был разработан проект удержания потребителей в малом бизнесе на основе социального маркетинга, способного управлять любыми аккаунтами сети ВКонтакте, с функциями загрузки данных пользовательских групп, загрузки данных друзей любого пользователя, широковещательной отправки сообщений с прикрепленными фото/видео и отправкой приглашений. Указанная методология управления на основе социального маркетинга гарантирует хорошие результаты, в особенности для новых компаний, поскольку разработанный подход позволяет таким компаниям лучше понимать клиентов, удовлетворять их потребности и за счет этого увеличивать целевую аудиторию.

Список литературы

1. Авдюкова А.Е., Коротун А.В. Социальный маркетинг в повышении корпоративной социальной ответственности бизнеса // *Вестник социально-гуманитарного образования и науки*. – 2018. – № 1. – С. 32-36.
2. Головина Т.А., Полянин А.В., Рудакова О.В. Развитие системы государственного стратегического управления предпринимательскими структурами на базе возможностей новой модели цифровой экономики // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. – 2017. – №2. – С. 13-18.
3. Зайцева М.А., Киселева Т.Г. Социальный маркетинг как технология работы с молодежью // *Ярославский педагогический вестник*. – 2017. – № 2. – С. 32-36.
4. Зюзина Н.Н., Титов А.А. Использование маркетинга в социальных сетях // *Экономика и социум*. – 2017. – № 1-1 (32). – С. 728-730.
5. Козлова Н.П. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге // *Экономика и управление в машиностроении*. – 2017. – № 2. – С. 46-48.
6. Козлова Н.П. Социальный маркетинг и концепция устойчивого развития // *Экономика и управление в машиностроении*. – 2015. – № 5. – С. 33-35.
7. Коломыцев И.Д. Зависимость между развитием маркетинга в социальных сетях и интернет-маркетингом // *Контентус*. – 2016. – № 1 (42). – С. 297-306.
8. Костромина Е.А., Сивова А.А. Социальная реклама как инструмент социального маркетинга // *Директор по маркетингу и сбыту*. – 2016. – № 10. – С. 35-42.
9. Прокопьев К.А. Модель продукта в социальном маркетинге // *Мир науки и инноваций*. – 2015. – Т. 10. – № 2. – С. 82-84.
10. Прохорова О.В. Социальный маркетинг как инструмент повышения качества жизни населения // *Вопросы экономики и управления*. – 2016. – № 3-1. – С. 131-134.
11. Прохорова О.В. Социальный маркетинг как инструмент повышения качества жизни населения // *Вопросы экономики и управления*. – 2016. – № 3 (5). – С. 131-134.
12. Рудакова О.В., Полянин А.В., Головина Т.А., Строков М.А. Проблемы государственной политики в области поддержки российского предпринимательства // *Регион: системы, экономика, управление*. – 2017. – №2(37). – С. 59-71.
13. Сальников Д.Ю. Маркетинг в социальных медиа // *Economics*. – 2015. – № 1. – С. 41-43.
14. Суворова С.П., Рудакова О.В. Российские предприниматели: источники доходов и специфика экономических интересов // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2010. – Т.6. – №1(58). – С. 25-30.
15. Шигина Я.И., Зорина К.А. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения для малого бизнеса // *Вестник Технологического университета*. – 2015. – Т. 18. – № 23. – С. 96-102.

УДК 658.7:334.72

Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПОХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЯМИ БИЗНЕСА

Konobeeva O.E., Konobeeva E.E.

LOGISTICAL APPROACHES TO THE BUSINESS ENTERPRISES MANAGEMENT

Конобеева Оксана Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра маркетинга и торгового дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: oks_orel@mail.ru

Konobeeva Oksana Evgenievna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: oks_orel@mail.ru

Конобеева Елена Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра финансов и кредита, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: oks_orel@mail.ru

Konobeeva Elena Evgenievna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: oks_orel@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена логистическому управлению на предприятии с учетом зарубежного опыта и российской практики. Описаны принципы и задачи планирования и управления предприятием на уровне региона. Рассмотрена технология так называемого бережливого производства в логистической системе. Выделены возможные пути повышения эффективности логистики на предприятии. Для роста экономики любой страны необходимо наличие устойчивой экономической системы, и лишь некоторое количество стран на данный момент обладает такой системой, способной быстро выйти из кризиса. Любому экономическому росту способствует эффективное планирование и управление с учетом логистических подходов и технологий. При учете сегодняшней экономической обстановки будущая стратегия должна быть тщательно продумана, а также осуществлена безопасность государственной экономики

Abstract: The article is devoted to logistic management at the enterprise taking into account foreign experience and Russian practices. Principles and problems of planning and operation of business at the region level are described. The technology of the so-called economical production in logistic system is considered. Possible ways of efficiency increase of the enterprise logistics are singled out. For the economy of any country to grow, availability of steady economic system is necessary, and only a number of countries at present possesses such system capable to stage a recovery quickly. Any economic growth is promoted by effective planning and management taking into account logistic approaches and technology. Keeping in mind today's economic conditions, the future strategy should be thought over carefully, and security of the state economy is provided.

Ключевые слова: планирование, управление, логистика, предприятие, бережливое производство, логистическая система, закон Парето, эффективность, затраты, товарные потоки

Keywords: planning, management, logistics, enterprise, economical production, logistic system, Pareto law, efficiency, expenses, commodity streams

В современном мире происходит стремительный рост производства, расширение номенклатуры товаров, производимых различными предприятиями, а также расширение сетей торговли (оптовой и розничной), совершенствование данной системы, создание складов, что, в свою очередь, влияет на рост товарооборота предприятия. Все это повышает роль логистики в управлении предприятием.

Более того, в настоящее время нельзя представить какое-либо торговое или производственное предприятие, не занимающееся решением задач логистики. Так, логистика в деятельности предприятия позволяет оптимизировать товарные, финансовые и информационные потоки на предприятии, а также, по утверждению Т. Аллегри, «существенным образом сократить временной интервал между приобретением сырья и полуфабрикатов и поставкой готового продукта потребителю, способствует резкому сокращению материальных запасов» [1].

Актуальность изучения роли логистики в управлении предприятием также связана с тем, что, по данным Международного валютного фонда, затраты на логистику составляют на уровне предприятий – от 4% до более чем 30% доходов, у европейских предприятий этот показатель колеблется в пределах от 9% до 11% [2].

Система логистики на предприятии является одним из наиболее сложных и вместе с этим четко работающих механизмов, объединяющих в себе различные элементы. Работа данного механизма без перебоев значительным образом определяется точно отмеренной работой каждого его составляющего элемента, залогом которой является безупречность используемых техник и технологий, что таким образом

определяет необходимость изучения механизма работы системы логистики на каждом предприятии.

Наконец, актуальность изучения роли логистики в управлении предприятием обусловлена процессом глобализации самого производственного и товарного сектора [3], в связи с чем возрастает значение логистики на любом предприятии, так как значительную часть затрат зачастую составляют, например, расходы на транспорт. Так, если предприятие с целью сокращения затрат на производство ищет наиболее дешевые ресурсы за пределами страны, то в данном случае значительно повышается доля затрат на логистику.

Изучением проблемы организации системы логистики на предприятии занимаются многие современные российские и зарубежные исследователи, среди которых можно отметить работы таких ученых, как Д. Бауэрсокс, Дж. Вагнер, Д. Силвер, Т. Клосс, Т. Уайтин, Ю.А. Аникин, И.Н. Омельченко, О.Д. Проценко, А.М. Гаджинский и многие другие. Анализ теоретических источников позволяет сделать вывод о том, что разработка проблемы организации системы логистики осуществляется посредством усовершенствования разнообразных компонентов целостной логистической системы предприятия.

Наряду с этим в связи с широтой и многоаспектностью данной проблемы необходимо комплексное изучение функций и целей применения системы логистики на предприятии в каждом отдельном конкретном случае, что таким образом обуславливает актуальность исследовательской проблемы.

Логистика представляет собой важную работу, которая раскрывает широкие способности с целью использования как человеческих, так и материальных ресурсов, которые, в свою очередь, оказывают влияние на национальное производство в целом.

Логистическое управление в существенной мере влияет на положение финансово-экономического, а также законодательного обеспечения в условиях современной рыночной экономики. Данное обстоятельство необходимо, прежде всего, отнести к рынку автотранспортных услуг, организации складского хозяйства, формированию автотранспортных служб в организациях-посредниках.

Тем не менее, работа в области логистики никак не ограничивается только лишь данными тенденциями, она является более многогранной. Логистическая работа, кроме того, содержит в себе деятельность по руководству кадровым обеспечением предприятия, торговую деятельность, организацию систем информации и т.д. [5].

Особенная новизна подхода логистики в управлении предприятием связана с ограниченным взаимоотношением всех перечисленных сфер деятельности с целью формирования гармонично связанных товаропроводящих организационных систем, при этом удобных в управлении с точки зрения экономики и проявляющих высокий уровень эффективности в работе.

Практика высокоразвитых стран в экономической сфере и крупных предприятий в России показывает, что применение логистических подходов занимает важную нишу в бизнес-процессах современных предприятий. Эффективное развитие разнообразных бизнес-процессов, логистических технологий, их способность к конкуренции как на внешних, так и на внутренних рынках в значительной степени определяется сформированной системой логистики предприятия и развитостью менеджмента логистики предприятия в целом.

Логистика представляет собой часть процесса системы поставок предприятия, в которой эффективное планирование, выполнение и контроль над ее главными этапами включает в себе также хранение, движение товаров и продукции, производимых предприятием. Кроме того, логистическая система предприятия включает в себя направленность сопряженных с этим услуг и информационных, финансовых, сервисных потоков с места поставки вплоть до конечного потребителя с осуществлением всех требований клиента.

Транспорт является одной из главных составляющих логистической системы предприятия, так как ни одна организация не может должным образом функционировать без оказания услуг по доставке готовых товаров и производимой продукции потребителям. Действия в области логистики обеспечения ресурсами позволяют достигнуть высокого уровня приспособленности предприятия и затрат времени на реорганизационный процесс или процесс производства в соответствии с внешними факторами воздействия.

Взаимодействие различных компонентов логистической системы предприятия производится сразу на нескольких уровнях: финансовом, экономическом, промышленном, торгово-посредническом и т.д. Применение логистической системы позволяет ускорить процедуру получения информационных данных и увеличивает уровень сервиса производственного цикла.

Так, мировые транспортно-экспедиторские предприятия, специализирующиеся на экспресс-доставке, среди которых можно отметить TNT, UPS, FederalExpress, Schenker – BTL, Ryder, Lesnay, DHL, производят существенное количество операций логистики, при этом производя процесс интеграции логистических функций в территориальных зонах [4]. Это, в свою очередь, позволяет организациям-производителям готовых товаров и отправителям грузов уменьшить расходы, которые связаны с транспортировкой и хранением товаров, а также повысить качество логистического сервиса организации в целом.

Принципы логистики активно используются в процессе функционирования зарубежных предприятий и бизнес-структур. Однако в условиях современного российского пространства, в условиях высокой конкуренции, сложности и быстроты экономических процессов существует необходимость проведения

анализа и переосмысливания принципов функционирования предприятий. Актуальным способом решения этой проблемы может стать использование концепций логистики на российских предприятиях.

Оценка опыта деятельности таких предприятий, как, например, Toyota, IBM, Jonson&Jonson, Coca-Cola, PhilipMorris, Motors, GeneralFordMotors и т.д., позволяет сделать вывод о том, что применение логистической концепции позволяет обеспечить высокую степень конкурентоспособности товаров и услуг, производимых предприятием. При этом эффективность деятельности предприятия, которое применяет принципы логистики в производственном цикле, может достигаться посредством понижения себестоимости продукции, повышения ее надежности и качества поставок.

Верная организация принципов логистики в перспективе приведет организации следующие преимущества: увеличение эффективности производства продукции, сокращение затрат на трудовую деятельность и на потери рабочего времени, а также повышение рентабельности производственного цикла предприятия.

Однако важно отметить, что неверная организация логистической системы управления предприятия может вызвать ряд существенных потерь. Так, к последствиям неправильно организованной системы логистики предприятия относятся: понижение качества обслуживания клиентов и потребителей продукции, увеличение затрат на эксплуатацию производственного оборудования, неэффективное функционирование материальных потоков на предприятии и многое другое.

В условиях российской экономической системы довольно редкой является практика логистических систем организации сбыта продукции, которая касается рационального перераспределения товарных и материальных потоков, а также организации эффективных схем доставки материалов и ресурсов производства, создания центров распределения и т.д. [6]. Более того, логистика организации системы сбыта на российском рынке применяется с участием зарубежных инвестиций. В этой связи необходим пересмотр принципов и технологий логистических систем российских предприятий.

В современной практике функционирования предприятий можно выделить несколько основных путей повышения эффективности логистики на предприятии [7].

Первый путь связан с усилением взаимодействий между структурно-функциональными элементами предприятия посредством повышения эффективности и качества разнообразных экономических механизмов, применение которых, в свою очередь, является средством обеспечения взаимодействия и координации между структурно-функциональными подразделениями на предприятии.

Второй путь обусловлен необходимостью формирования определенного уровня координации во взаимодействии структурно-функциональных подразделений предприятия посредством организационных изменений и преобразований в структуре управления. В результате достижения такого уровня функционирования предприятия каждая сфера логистики позволит повысить эффективность деятельности структурно-функциональных подразделений в совокупности и каждого по отдельности.

Третий путь связан с возможным повышением деятельности логистики предприятия с помощью применения на предприятии специализированной электронно-вычислительной техники и программного обеспечения, таких как, например, системы планирования необходимости в материальных ресурсах или системы планирования и распределения ресурсов и материалов предприятия.

Для повышения эффективности функционирования предприятий, производительности, повышения качества производимых товаров, снижения издержек и потерь производства необходимо использование логистических технологий так называемого бережливого производства в логистической системе, таких как система 5S, принцип автономизации и принцип «точное время», канбан и многие другие, доказавшие свою эффективность в применении логистики управления зарубежных предприятий.

Применение принципов бережливого производства в системе логистики предприятия даст возможность форсировать процедуру оказания услуг логистики: хранение, доставка продукции клиентам предприятия. На темп оказания услуг логистики оказывает влияние излишек незавершенного производственного цикла – более 90% работы находится в состоянии простоя, таким образом обуславливая значительные затраты [8].

Важно отметить, что, несмотря на очевидные достоинства логистических систем в функционировании предприятия, издержки представляют собой одну из наиболее значительных статей расхода, уступая место материальным затратам производства.

Для системы логистики является справедливым закон Парето. Так, в соответствии с данным законом, в процессе логистических услуг 80% задержек являются результатом менее 20% действий. При этом решением проблем задержек в логистике являются: нахождение 20% действий; сокращение времени производственного цикла на 80%; обеспечение своевременности поставок на уровне 99% [8].

Введение в процесс логистики управления предприятием принципа «точно вовремя», который активно применяется в бережливом производстве, позволит достичь, во-первых, исключения потерь на этапе производства, переизбытка запасов продукции и времени ожидания; во-вторых, позволит значительно снизить затраты и себестоимость товаров; в-третьих, повысить качество сервиса логистики предприятия.

В настоящее время предприятия, перешедшие на организацию системы производственного цикла в

соответствии с логистическими принципами, могут рациональным образом организовать цикл производства предприятия, производить закупку материалов и сырья, отбирать поставщиков, а также самостоятельно организовывать производственные процессы.

Однако на фоне существенного повышения заинтересованности логистикой со стороны предприятий на сегодняшний день существует недостаточный уровень восприятия логистики общественностью в России. Между тем, практический опыт зарубежных стран иллюстрирует стратегически важную роль логистики в управлении зарубежными предприятиями. Так, с системой логистики связано получение 20-30% валового национального продукта промышленно развитых стран. Сокращение на 1% логистических издержек эквивалентно 10%-ному увеличению объема продаж предприятия [8].

На сегодняшний день в России функционирует центр DAMU– Logistics, который был создан с применением наиболее эффективных европейских технологий и оборудования логистики. В России происходят кардинальные изменения в области обеспечения технологии производства крупных производственных предприятий расходными материалами и другими производственными ресурсами. Неконтролируемое накопление запасов, неэффективное управление поставками, пренебрежительное отношение к развитию материальной базы и системой координации логистической инфраструктуры предприятий привело к повышению затрат.

Все это обуславливает необходимость внедрения логистических систем в производственный цикл предприятий в России. Так, в качестве возможных путей организации предприятием своей работы с применением принципов логистики можно отметить, во-первых, необходимость создания отделов, организующих функционирование логистических систем на предприятии, во-вторых, покупку отдельных услуг в области логистики у сторонних предприятий, которые предоставляют логистические услуги (например, хранение, транспортировка и т.д.), и, в-третьих, покупку логистических услуг, основанных на долгосрочных контрактах.

В последнем случае это порождает возникновение стратегических альянсов: стороны, которые связаны с услугой доставки (сюда относятся как отправитель, так и получатель продукции), договариваются об использовании общей организации, предоставляющей услуги логистики, т.е. о введении в производственный цикл «третьей стороны».

При этом организация, которая предоставляет логистические услуги, является ответственной за процесс координации и интеграции работы всей сети.

Однако на данный момент на современных предприятиях классические функциональные сферы логистики, такие как, например, управление закупками, перевозка и транспортировка, производственное планирование, сбыт продукции и т.д., интегрировались на основании общего программно-информационного основания и формируют платформу организационной информационной системы. Это, в свою очередь, связано с тем, что информационные технологии в современных логистических системах представляют собой ключевой ресурс любого процесса интеграции.

В заключение важно отметить, что на основании изучения роли логистики в управлении предприятием можно сделать вывод о необходимости разработки стратегии развития логистической системы российских предприятий, включающей в себя стратегию развития организации как на текущий момент, так и в долгосрочном периоде. Это позволит внедрить систему логистики управления предприятиями в качестве полноценной организационной системы. При этом блоками стратегии внедрения логистической системы могут выступать такие структурные элементы, как формулировка целей и задач логистики в долгосрочной перспективе, цикл работ с поставщиками ресурсов и материалов, программа долгосрочной модернизации и развития каналов поставки товаров и т.д.

Таким образом, внедрение логистики в управление предприятием позволит уменьшить товарные запасы, ускорить процесс оборачиваемости оборотных средств, понизить себестоимость товаров и издержек логистики, обеспечить потребительские запросы в вопросах качества товаров и услуг и сопутствующем сервисе.

Список литературы

1. Анцупов А. Я. *Стратегическое управление*. – М.: ТЕХНОСФЕРА, 2015. – 344 с.
2. Волгин В.В. *Склад: логистика, управление, анализ*. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 724 с.
3. Гаджинский А.М. *Логистика*. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 419 с.
4. Жигалова В.Н. *Логистика*. – Томск: Эль Контент, 2015. – 166 с.
5. Конобеева О.Е. *Инвестиционное проектирование как основа продуктовой стратегии предприятия* / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева, Ю.П. Соболева // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 1 (39). – С. 137-142.
6. Конобеева О.Е. *Система стратегического управления экономикой в России и на региональном уровне* / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2018. – № 1 (43). – С. 102-106.
7. Макарова Т.Н., Ильюшина Е.В. *Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации* // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 3 (21). – С. 34-42.

8. Портнова Д.С. Роль и значение логистики в деятельности предприятия // *Nauka-rastudent.ru*. – 2015 – № 06 (18). [Электронный ресурс]. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/18/2729/>.

9. Сотникова Е.А. Современные особенности применения логистического подхода в условиях предпринимательской среды // *Исследование и оценка факторов бизнес-среды: монография*. – Орел: Орел-ГУЭТ, 2018. – С. 81-95.

10. Lyapina I.R. Approaches to organization of project management in Russia / I. Lyapina, M. Vlasova, O. Stroeveva, O. Konobeeva, E. Konobeeva // *Contributions to Economics*. – 2017. – № 9783319454610. – С. 91-99.

УДК 658.8:005.21:330.322

Лыгина Н.И., Пьянова Н.В., Андрианова М.В.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА

Lygina N.I., Pyanova N.V., Andrianova M.V.

MODERN METHODS OF SALE STIMULATION

Лыгина Нина Ивановна, доктор экономических наук, профессор; кафедра «Маркетинг и торговое дело», ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, e-mail: lyginani@mail.ru

Lygina Nina Ivanovna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Пьянова Наталья Викторовна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра «Маркетинг и торговое дело», ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12 e-mail: lyginani@mail.ru

Pyanova Natalia Viktorovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Андрианова Мария Владимировна, специалист по воспитательной работе 1 категории; Северо-Западный филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»; РФ, 197046, г. Санкт-Петербург, Александровский парк, д. 5, литеры А, Б, В, Г и Д; e-mail: masha.andrianova94@mail.ru

Andrianova Maria Vladimirovna, The North Western branch of «The Russian State University of Justice»; 5 Alexandrovsky Park, Saint Petersburg 197046, Russian Federation; e-mail: masha.andrianova94@mail.ru

Аннотация: В современных условиях наиболее востребованным методом интернет-маркетинга является продвижение в социальных сетях. Интернет-технологии позволяют проводить значительный комплекс мероприятий в качестве каналов для продвижения компаний, товаров и услуг и решения других бизнес-задач. Использование социальных сетей позволяет повысить известность и узнаваемость фирм, быстро реагировать на изменяющиеся интересы потребителей, взаимодействовать с клиентами напрямую. И это, безусловно, положительно влияет на результаты бизнеса. Продвижение в сетях является одним из самых эффективных методов современного маркетинга

Abstract: Under modern conditions the most demanded method of Internet marketing is advancement in social networks. Internet technologies allow to carry out a considerable complex of activities as channels for advancement of companies, goods and services and for solving other business problems. The use of social networks allows to raise popularity and recognition of the firms, to react to changing interests of consumers quickly, to co-operate with clients directly and it, certainly, influences the results of business positively. Advancement in the networks is one of the most effective methods of modern marketing

Ключевые слова: интернет-маркетинг, продвижение, социальные сети, контент, товары и услуги

Keywords: Internet marketing, advancement, social networks, content, goods and services

В современном мире информационные технологии играют важнейшую роль во всех сферах человеческой жизни. Использование новейших разработок науки и техники позволяет упростить и ускорить не только производство товаров и услуг, но и стимулировать их сбыт [12, 17, 24].

В связи с постоянно растущей значимостью использования технологий в различных сферах деятельности перспективными и современными механизмами стимулирования сбыта представляются методы интернет-маркетинга [2, 4, 16].

Такие методы наиболее активно используются в последнее время компаниями различного уровня и различной отраслевой принадлежности. Это связано с высокой активностью потребителей в сети Интер-

нет, развитием технологий в области разработки специальных средств рекламы и маркетинга в сети, с высокой эффективностью взаимодействия компании с потребителями с помощью «общения» в информационном пространстве [10, 21, 22].

Наиболее востребованным методом интернет-маркетинга в современных условиях является продвижение в социальных сетях [5, 11, 20].

Активный аккаунт в социальных сетях есть у большинства людей в возрасте до 40–45 лет. Более того, диапазон возрастов клиентов социальных сетей постоянно увеличивается как в сторону младших возрастов, так и в сторону старших. С каждым годом люди проводят все больше времени в интернете, используя информационные платформы для учебы, работы, покупок и продаж.

Доверие к торговле в сети Интернет возрастает, количество клиентов, пользующихся информационными технологиями для выбора товара или услуги и их покупки, также увеличивается [3]. В связи с этим маркетинг в социальных сетях представляется необходимым элементом продвижения товаров и услуг и достаточно эффективным современным методом стимулирования сбыта [18, 23].

Маркетинг в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM) — процесс привлечения внимания потенциальных клиентов через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных сетей в качестве каналов для продвижения компаний, товаров и услуг, а также решения других бизнес-задач.

В аббревиатуре «SMM» используется слово «marketing», которое недостаточно точно определяет сущность рассматриваемого метода продвижения товаров и услуг, так как под ним подразумевается только лишь само продвижение, которое является частью более широкого понятия «маркетинг», то есть для рассматриваемого метода можно сформулировать более точное название — продвижение в социальных сетях (от англ. Social media promotion (SMP)) [19].

Смысл этого метода заключается в создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей товара или услуги. То есть потенциальные потребители гораздо больше доверяют рекламным сообщениям от знакомых или даже незнакомых людей, будучи уверенными в том, что они не являются аффилированными лицами с компанией, которую они продвигают.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, а также находить наиболее подходящие способы коммуникации с такой аудиторией, при этом в наименьшей степени затрагивая не заинтересованных в этой рекламе людей [9].

SMM — очень динамичный процесс, поэтому нужно постоянно следить за меняющимися интересами аудитории и появлением новых трендов. В современных условиях следить за такими изменениями чрезвычайно сложно, поэтому для успешного использования методики необходимо, чтобы процесс анализа рынка товаров и услуг, а также интересов потребителей был постоянным и тщательным.

В России наиболее популярны такие социальные сети, как Facebook, «ВКонтакте» и Instagram. При этом аудитория этих сетей достаточно обширна, здесь представлены различные социальные группы по возрасту, полу, материальному и социальному положению, национальности, культуре и т.д. Таким образом, используя социальные сети для продвижения товаров и услуг, существует возможность охвата широкой аудитории потенциальных покупателей продукта.

Для того чтобы эффективно использовать рассматриваемый метод интернет-маркетинга, необходимо придерживаться определенного алгоритма действий.

Во-первых, нужно определить цель и задачи, которые требуется выполнить для достижения поставленной цели. То есть необходимо установить конечный желаемый результат от использования маркетинга в социальных сетях, а также определить, каких промежуточных результатов необходимо достигнуть, чтобы прийти к запланированному итогу.

Во-вторых, понять, какие социальные сети будут использованы для продвижения. При выборе социальной сети для продвижения товаров и услуг необходимо анализировать формат контента, возраст и интересы пользователей социальных сетей, то есть выявить целевую аудиторию для маркетинга и определить, какую информацию эта аудитория должна получать, чтобы продвижение оказалось эффективным.

Кроме того, целесообразно оценить наличие или отсутствие в социальных сетях конкурентов, а также проанализировать упоминания о продукте для продвижения [14].

Этот этап является очень важным, поскольку от того, насколько точно будет определена целевая аудитория, зависит величина эффекта от процесса воздействия на потребителя. Ведь при ошибочном мнении о потенциальных потребителях маркетинг может вовсе не дать эффекта.

Необходимо помнить, что каждая социальная сеть имеет свои правила и форматы. Так, может быть

ограничено количество символов в публикуемой записи или установлен определенный формат контента (обязательное размещение фото или видео в записи). В связи с этим требуется оценка эффективности использования тех или иных форматов для продвижения конкретных товаров и услуг.

Следующим этапом стратегии является разработка модели ведения группы. Это значит, что взаимодействие с потенциальными клиентами в социальной сети должно соответствовать одной конкретной модели. Это может быть общение, в котором бренд и потребитель выступают как друзья-ровесники или, напротив, где бренд выступает в качестве родителя, а потребитель играет роль ребенка, получающего советы от «взрослого собеседника».

Кроме того, потребитель должен понимать, какую пользу он извлечет от участия в таком общении, то есть потенциальный клиент оценивает выгоду от вступления в группу в социальной сети и делает выбор о продолжении или прекращении «общения» с брендом. Необходимо также анализировать, в какое время клиенты проявляют активность в социальных сетях, чтобы понимать, в какой момент размещение контента будет наиболее эффективным.

Важнейший элемент стратегии — определение метрик успеха деятельности по продвижению продукта. Насколько эффективно привлечение клиентов в группы, можно определить с помощью статистики рекламных кампаний. Прирост группы демонстрирует, насколько хорош и полезен контент. Сколько переходов было на сайт, покажет специальная программа при правильно настроенных целях и размеченных ссылках.

Все эти показатели должны быть исследованы и учтены при разработке каждого следующего шага.

Существуют прямые и косвенные показатели эффективности работы в социальных сетях. К прямым относятся:

- ежемесячный прирост пользователей, который показывает количество новых участников группы или новых подписчиков, а также степень их заинтересованности брендом и контентом;
- вовлеченность, которую можно рассчитать как процентное отношение пользователей, принимающих участие в жизни страницы, к общему количеству подписавшихся;
- число уникальных посетителей групп показывает количество просмотров группы новыми пользователями, не взаимодействовавшими ранее со страницами бренда. Чем больше это число, тем выше качество привлечения и качество контента.

К косвенным, как правило, относят:

1. Количество пользователей, пришедших на сайт из социальной сети. То есть количество человек, использовавших ссылку на сайт, размещенную в социальной сети.

Данный источник нужно оценивать по следующим параметрам:

- общее количество пользователей, пришедших на сайт с данного канала;
- время, проведенное на сайте таким пользователем;
- количество просмотренных страниц;
- продолжительность посещения;
- показатель отказов по каналу;
- процент новых пользователей.

Время на сайте, количество просмотренных страниц, продолжительность посещения должны быть не меньше, чем средние показатели по сайту.

Чтобы эффективность использования ресурса была положительной, показатель отказов должен быть равен показателю отказов в среднем по сайту или меньше его.

2. Количество пользователей, которые обратились к вам в офлайн-представительство по акции, проведенной в социальной сети.

Необходимо учитывать абсолютные показатели таких акций, например, с помощью промо-кодов.

3. Рост положительных упоминаний в интернете о бренде, снижение негативных упоминаний, общий рост количества упоминаний названия бренда в интернете.

Данный показатель необходимо оценивать с помощью регулярных мониторингов интернета и отслеживания абсолютных показателей за периоды [14].

В настоящее время сеть «ВКонтакте» является безусловным лидером по количеству пользователей. Поэтому именно данная социальная сеть является наиболее привлекательной для рекламодателей.

При использовании социальных сетей для маркетинга система сканирует профили пользователей и предлагает рекламу наиболее заинтересованным лицам. Такая система в большей степени помогает увеличить объем продаж.

Достаточно эффективным является использование рекламы в сети Instagram. Данное направление очень популярно и обеспечивает не только повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов,

но и повышение лояльности к марке, поскольку очень многие подписчики доверяют рекомендациям пользователей, на которых подписаны. Таких людей называют «агентами влияния».

Агент влияния – это любой пользователь медиаплатформы, любой социальной сети, который имеет большое количество подписчиков и оказывает на них определенное воздействие. Таким агентом влияния может быть известная личность, эксперт в какой-либо отрасли или обычный пользователь, который делится с подписчиками определенного рода контентом и заслуживает их доверия.

В данном случае выбирается лидер мнений – блогер - со сравнительно широкой аудиторией (количество подписчиков может варьироваться в зависимости от отрасли и продукта продвижения, а также от региона продвижения товара или услуги).

Такому блогеру предлагается продемонстрировать товар или услугу, поставить отметку или упомянуть марку в посте своего профиля за определенную сумму денег или на бартерных условиях.

Если вы платите лидеру мнений за размещение подобной информации в его аккаунте в социальных сетях, то это расценивается как спонсорская реклама. В таком случае его общение с аудиторией от вашего имени обязательно должно включать информацию о том, что он получает определенную компенсацию взамен на рекламу [15].

Такой вид рекламы дает быстрые и существенные результаты, особенно если блогер имеет хорошую репутацию и лояльную аудиторию. Наиболее эффективно данный метод будет работать при освоении новых регионов России, поскольку в каждом регионе есть люди с большим количеством подписчиков, которые знают бренд и готовы с радостью дать рекомендацию для своей аудитории, получив при этом вознаграждение.

Спонсируемые посты и статьи способны формировать именно такой образ, который желает компания. В данном случае все зависит от лояльности аудитории каждого конкретного блогера. Согласно опросам, 79% подписчиков не против естественной рекламы, если она честная, полезная и интересная [13].

Соответственно, главная задача – выбор человека или нескольких человек, с которыми получится выгодное для компании сотрудничество.

Для этого необходимо проанализировать кандидатов с точки зрения соответствия их аккаунтов своей целевой аудитории, затем связаться с подходящим блогером для получения согласия на сотрудничество и определения его условий, а затем при положительном решении приступить к детальной проработке контента, который будет содержаться в каждом рекламном посте аккаунта этого блогера [8].

Сотрудничество с лидерами мнений должно проходить на регулярной основе, а отбор кандидатов проводится не по количеству подписчиков, а по их качеству – вовлеченности и лояльности к лидеру. Для этого существуют специальные платформы и серверы [1].

Анализом рынка подобных услуг, как правило, занимается отдельный специалист в компании. Такой специалист должен оценивать, сотрудничество с какими блогерами (лидерами мнений) будет наиболее эффективным для фирмы, должен анализировать не только степень вовлеченности подписчиков блогера, но и оценивать, насколько аудитория лидера мнений совпадает с целевой аудиторией фирмы, а также отслеживать изменения этих показателей относительно конкретных аккаунтов блогеров.

Для наглядного анализа эффективности использования продвижения товаров и услуг через блогеров в социальных сетях необходимо смоделировать ситуацию. Предположим, что компания для стимулирования сбыта своей продукции будет ежемесячно работать с 20 блогерами, из них 5 человек - с аудиторией 10000 подписчиков, 10 - с аудиторией 100 000, и 5 - с аудиторией 300 000.

Стоимость одного поста с рекламой продукции компании прямо зависит от количества подписчиков на странице блогера. То есть, чем больше у блогера читателей, тем дороже обойдется компании сотрудничество с ним. Таким образом, затраты на один пост составляют приблизительно 2000, 25 000 и 40 000 рублей соответственно.

Таким образом, если каждый блогер в течение месяца разместит один пост с информацией о компании и порекомендует продукцию или услуги этой компании своим подписчикам, то результаты применения фирмой маркетинга в социальных сетях можно отразить в следующей таблице.

Таблица 1 – Ежемесячные затраты и охват аудитории

№ п/п	Кол-во блогеров, чел	Кол-во подписчиков, чел	Охват аудитории, чел	Цена на 1 пост, руб.	Общие затраты, руб.
1	5	10 000	50 000	2 000	10 000
2	10	100 000	1 000 000	25 000	250 000
3	5	300 000	1 500 000	40 000	200 000
Итого			2 550 000		460 000

Среди подписчиков данных блогеров, как правило, часть является неактивными пользователями, то есть такой аудиторией, воздействие на которую не принесет результата, поскольку фактически такие пользователи не получают необходимой информации для привлечения к процессу потребления продуктов бренда.

Кроме того, среди подписчиков могут быть пользователи, которые просматривают контент сразу нескольких выбранных блогеров. Это значит, что информацию о бренде от нескольких блогеров получит один и тот же человек. То есть мы можем считать такого подписчика как потенциального потребителя только один раз, сколько бы постов от блогеров он не увидел. Такие пользователи являются перекрестной аудиторией.

Таким образом, исключая неактивных пользователей и перекрестную аудиторию, получаем примерно полтора миллиона потенциальных потребителей. Из них примерно 30% действительно увидят, обратят внимание на контент и перейдут по ссылке, это примерно 450 000 человек.

Далее предположим, что психология рекомендации сделает свое дело, и мы получим конверсию в 5%, тогда 22 500 покупателей совершат покупку и 85% из них не станут осуществлять возврат, а оставят вещь себе – 19 125 человек. Если каждый из этих людей осуществит покупку хотя бы на 1500 рублей, то получаем выручку 28 687 500 рублей. Даже с учетом того, что из этой суммы необходимо вычесть заработную плату маркетолога, осуществляющего поиск необходимых лидеров мнений, и некоторые затраты по доставке с курьерской службой, полученный размер выручки значительно покрывает вложенные затраты.

Таким образом, эффективность продвижения товаров и услуг в социальных сетях не вызывает сомнений. Однако успех от такой маркетинговой кампании напрямую зависит от разработанной стратегии, которая должна постоянно обновляться, учитывая стремительные изменения на рынке товаров и услуг, в привычках пользователей, в настройках и стандартах социальных сетей и т.д.

Важно понимать, что в настоящее время конкуренция на рынке товаров и услуг растет с геометрической прогрессией, каждый день появляются новые компании, которые могут быть успешными или неуспешными в своем сегменте рынка. Именно поэтому для эффективности деятельности фирмы необходимо соответствовать всем правилам современного оборота.

Использование социальных сетей для продвижения бренда представляется одним из необходимых методов маркетинга, соответствующих современным требованиям рынка товаров и услуг. Внедрение информационных технологий в маркетинг позволяет повысить известность и узнаваемость фирмы, быстро реагировать на изменяющиеся интересы потребителей, взаимодействуя с клиентами напрямую, демонстрируя внимание к каждому из них, что, безусловно, положительно влияет на их отношение к бренду.

Необходимо помнить, что любые платформы социальных сетей не являются отдельными каналами связи. То есть, применяя три социальные сети, компания не использует три отдельных канала связи с потребителями. Все социальные медиа представляют собой всего один канал связи. А если бизнес начинает слишком сильно зависеть от какого-то одного медиа, компания неизбежно оказывается в крайне уязвимом и рискованном положении [6].

Это значит, что маркетинг в социальных сетях не является панацеей для производителей и не может рассматриваться как единственный инструмент продвижения товаров и услуг. Более правильной стратегией продвижения представляется стратегия мультимедийного маркетинга и стратегия продаж через множество каналов. Однако продвижение в социальных сетях является одним из самых эффективных методов современного маркетинга. Этот тезис становится очевидным при ближайшем рассмотрении статистики использования социальных сетей потенциальными потребителями товаров и услуг.

Надо отметить, что использование маркетинга в социальных сетях должно осуществляться с учетом индивидуальных особенностей фирмы и бренда. То есть нельзя слепо копировать действия другой похожей компании, так как существует множество факторов, влияние которых определяет детали стратегии маркетинга в социальных сетях. Так, например, финансовые возможности компании и размер фирмы имеют огромное значение при разработке стратегии продвижения товаров и услуг.

Таким образом, маркетинг в социальных сетях является один из самых эффективных современных методов маркетинга. Использование такого метода позволяет добиться хороших результатов привлечения потенциальных потребителей с вложением сравнительно небольшого количества денежных средств. Это связано с большой популярностью социальных сетей среди потребителей практически всех социальных групп и возрастов.

Однако при использовании такой стратегии следует учитывать особенности сбыта продукции, особенности функционирования фирмы и иные факторы, оказывающие влияние на эффективность осуществления тех или иных действий в рамках стратегии и использования метода в целом. Необходимо

также отметить, что наибольшей эффективности от использования маркетинга в социальных сетях компания может добиться при тщательной проработке стратегии реализации метода и ее комбинировании с иными методами маркетинга.

Список литературы

1. 5 стереотипов о работе с блоггерами [Электронный ресурс]. – URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2017/03/24/158813.phtml>.
2. Бакалева В.В. Инновационные маркетинговые исследования в сети Интернет // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 3. – С. 190-194.
3. Глобальные тренды в E-commerce на 2017 год [Электронный ресурс] // Онлайн-журнал EMagnat. – 2016. – URL: <http://emagnat.ru/trendy-elektronnoj-kommercii-dlya-marketingovojstrategii.html>.
4. Демина Д.С., Коноплева М.В., Смагина И.В. Инструментарий и стратегии продвижения Интернет-маркетинга // Экономическая среда. – 2016. – № 3 (17). – С. 6-10.
5. Как организовать продажи через Интернет [Электронный ресурс] // Коммерческий Директор. – 2015. – URL: <https://www.kom-dir.ru/article/728-prodaji-cherez-internet>.
6. Кеннеди Д., Уэли-Филлипс К. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум. – М.: Альпина Диджитал, 2017.
7. Красова К.А. Проведение рекламной кампании в интернет-среде средствами сервиса Youtube // Экономическая среда. – 2017. – № 1 (19). – С. 82-85.
8. Кухновец П., 3 веские причины применять маркетинг влияния в соцсетях [Электронный ресурс] // Интернет-издание Cossa. – 2017. – URL: <http://www.cossa.ru/smmkuku/156854/>.
9. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. – URL: <http://qps.ru/3LQ0n>.
10. Мензелев И.А. Перемены в модели рационального экономического поведения, вызванные развитием Интернет-торговли // Journal of Institutional Studies. – 2016. – Т. 8. – № 1. – С. 132-146.
11. Сенаторов А. Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM-руководство. – М., 2016. – 168 с.
12. Скворцова Н.А., Лебедева О.А. Новые технологии предпринимательской деятельности в сфере маркетинга // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (37). – С. 28-32.
13. Скруппик Р. Как открытость бренда помогает продавать: исследования и рекомендации [Электронный ресурс] // PRNews. – 2016. – URL: <https://spark.ru/startup/prnews/blog/18622/kak-otkritost-brenda-pomogaetprodavat-issledovaniya-i-rekomendatsii>.
14. Урок SMM #1. С чего начать SMM продвижение [Электронный ресурс]. – URL: http://leadmachine.ru/2014/01/30/smm_1/#hcq=VbCv0Xq.
15. Уэр С. Как продвигать бренд в Instagram через агентов влияния [Электронный ресурс] // New Retail. – 2015. – URL: https://newretail.ru/marketing/sotsialnye-seti/kak-prodvigat_brend_v_instagram_cherez_agentov_vliyaniya8438/.
16. Юрасов А.В., Иванов А.В. Интернет-маркетинг. – М.: Горячая линия -Телеком, 2015. – 246 с.
17. Agrawal A., Catalini C., Goldfarb A. Crowdfunding: geography, social networks, and the timing of investment decisions // Journal of Economics & Management Strategy. – 2015. – Т. 24, № 2. – С. 253-274.
18. Cao L. L., Li L. The Impact of Cross-Channel Integration on Retailers' Sales Growth // Journal of Retailing. – 2015. – Т. 91, № 2. – С. 198-216.
19. Dessart L., Veloutsou C., Morgan-Thomas A. Consumer engagement in online brand communities: a social media perspective // Journal of Product and Brand Management. – 2015. – Т. 24, № 1. – С. 28-42.
20. Mariani M. M., Di Felice M., Mura M. Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations // Tourism Management. – 2016. – Т. 54. – С. 321-343.
21. Wang R. J. H., Malthouse E. C., Krishnamurthi L. On the Go: How Mobile Shopping Affects Customer Purchase Behavior // Journal of Retailing. – 2015. – Т. 91, № 2. – С. 217-234.
22. Xiang Z., Magnini V. P., Fesenmaier D. R. Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2015. – Т. 22. – С. 244-249.
23. Yekhlakov Yu.P., Baraksanov D.N. Mathematical model and algorithm for selection of internet sites and places for display of communication messages in planning advertising campaigns // Бизнес-информатика. – 2017. – № 1 (39). – С. 55-60.
24. Zuboff S. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization // Journal of Information Technology. – 2015. – Т. 30, № 1. – С. 75-89.

УДК 658.310:005.3

Макарова Ю.Л., Кузнецова Л.М.

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

Makarova Ju.L., Kuznetsova L.M.

ESTIMATION OF CORPORATE CULTURE DEVELOPMENT IN ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

Макарова Юлия Леонидовна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра «Менеджмент и государственное управление», Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ». 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А, e-mail: makarovorel@yandex.ru

Makarova Julia Leonidovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: makarovorel@yandex.ru

Кузнецова Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент; кафедра «Экономической теории и мировой экономики», ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru

Kuznetsova Ludmila Mikhailovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru

Аннотация: Результаты деятельности любого предприятия необходимо связывать с уровнем развития его корпоративной культуры, поскольку она является важным фактором повышения конкурентоспособности организации. Грамотная стратегия управления – сложная задача, решение которой позволяет предусмотреть появление возможных проблем на пути развития предприятия и избежать наступления неблагоприятных последствий, поскольку большинство возникающих проблем в бизнесе предсказуемо и происходит в реальности из-за недостатка управленческого опыта или недооценки важности данного вопроса.

В данной статье рассматриваются различные подходы к оценке развития корпоративной культуры в предпринимательских структурах, проведен анализ влияния уровня корпоративной культуры на мотивацию трудовой деятельности сотрудников. Были выявлены неудовлетворенные в труде потребности, степень удовлетворения тех или иных потребностей. Использование корпоративной культуры как эффективного управленческого инструмента предусматривает разработку методик для оценки уровня развития, особенностей, измерения ее влияния на обеспечение долгосрочной эффективности предприятия

Abstract: It is necessary to connect the results of any enterprise activity with the development level of its corporate culture as it is an important factor of the growth of the organization competitiveness. Competent management strategy is a challenge. Its solution allows to detect arising possible problems in the course of the enterprise development and to avoid adverse consequences as the majority of arising problems in business are predicted and occur because of the lack of administrative experience or underestimation of the importance of the question.

In the article various approaches to estimation of corporate culture development in the entrepreneurial structures are considered. The analysis of the influence of corporate culture level on motivation of the employees' labour activity is carried out. Unsatisfied requirements for labour and the degree of satisfaction of these or those requirements were revealed. The use of corporate culture as an effective administrative tool provides working out of the techniques for estimation of the development level, features and measurements of its influence on long-term efficiency of the enterprise

Ключевые слова: корпоративная культура, лояльность персонала, оценка эффективности

Keywords: corporate culture, loyalty of the personnel, efficiency estimation

На сегодняшний день корпоративная культура организации – это важное условие успешного развития компании, которое является фундаментом ее динамичного развития, а следовательно, гарантом стремления персонала организации к повышению уровня эффективности деятельности. Современное развитие корпоративной культуры организации представлено целым рядом элементов, среди которых в первую очередь следует назвать миссию организации.

Миссия организации – это набор определенных концептуальных положений, которые в обобщенной форме раскрывают то, к чему стремится та или иная организация в социальной сфере. Необходимо отметить, что та миссия, которую знают и понимают все работники организации, оказывает положительное

влияние на интеграцию персонала в единое целое, а значит, повышению уровня приверженности сотрудников к данной компании. В том случае, если миссия организации четко и понятно сформулирована, то это способствует эффективному формированию хорошего имиджа фирмы в глазах поставщиков, инвесторов, партнёров и др. Еще одним структурным элементом корпоративной культуры современных предприятий являются организационные ценности, которые способствуют определению того, что нужно считать важным в конкретной организации. Они – это индикатор организационной культуры, а также ключевая категория, которая позволяет определить успех и удовлетворенность трудом. Необходимо помнить о том, что формирование любой организации начинается с того, что необходимо определить базовые ценности, которые призваны эффективно объединить основные идеи создателей компании с индивидуальными потребностями, представляемыми сотрудниками.

В качестве еще одного элемента корпоративной культуры организации стоит привести особенности организации, а также условий труда сотрудников, выражающих культуру и уровень профессионализма как управленческого звена, так и наемных работников, а также зрелость всего коллектива. Практический опыт анализа деятельности компаний показывает, что одна из ключевых ролей здесь принадлежит личности руководителя, которая накладывает значительный отпечаток на стиль и культуру управления, режим и условия трудовой деятельности и др. Не менее важным структурным элементом корпоративной культуры организации является культура внутренних коммуникаций, состоящая из следующих элементов: собрания, совещания, а также различных встреч с руководящим звеном организации, которые являются формой непосредственного общения и передачи определенной информации; различные информационные стенды, а также корпоративные издания для сотрудников и клиентов; корпоративные праздники в организации и прочее. Предпоследним структурным элементом корпоративной культуры организации является социально-психологическая культура, определяющая состояние межличностных, а также групповых отношений в коллективе организации и состоящая из следующих элементов: социально-психологического климата как элемента, характеризующего стиль взаимоотношений между сотрудниками, уровень вовлеченности всего персонала организации в ее деятельность, а также степень удовлетворенности ею; систему мотивации и стимулирования эффективной деятельности сотрудников фирмы. Последним структурным элементом современных предприятий является фирменный стиль, который включает в себя выработку определенных знаков, а если точнее, то полноценную знаковую систему различных изобразительных, словесных, графических и иных символов фирмы. При разработке данных символов фирменного стиля необходимо помнить о следующих критериях: краткость и благозвучие [1].

Корпоративная культура современной предпринимательской структуры представляет собой инструментальную форму взаимодействия между системой менеджмента компании, а также наемным персоналом, связанную с осуществлением межличностных коммуникаций. Данное понятие находит своё отражение в процессе формирования внешних взаимодействий между персоналом компании и ее потребителями и/или партнерами. Корпоративная культура современной организации – это основополагающий фактор для формирования лояльности со стороны ее сотрудников.

В широком понимании под понятием «лояльность» следует понимать уважительное, корректное и благожелательное отношение к какому-либо человеку либо предмету, чёткое и рациональное выполнение всех взятых на себя обязательств даже тогда, когда имеется несогласие с ними. Следует отметить, что относительно персонала современной предпринимательской структуры лояльность представляет собой качественную характеристику, которая помогает системе управления эффективно определить приверженность сотрудников рассматриваемой компании, одобрение ее стратегии развития, целей и основных задач, методов по их эффективному достижению, а также открытость разнообразных трудовых и иных мотивационных характеристик.

Лояльность сотрудников по отношению к компании – это один из ключевых критериев обеспечения её кадровой стабильности, а значит, и эффективности функционирования организации в целом. К тому же рассматриваемое понятие включает в себя не только удовлетворенность существующей системой оплаты труда и стимулирования, но также одобрение стратегии развития компании, стиля управления, применяемого руководством, а также корпоративной культуры в целом.

Для успешного развития компании корпоративная культура должна постепенно трансформироваться в долг, совесть, а также ответственность, которые позволяют управлять человеком «изнутри». Необходимо отметить, что транслятором и носителем корпоративной культуры современной компании является в первую очередь ТОП-менеджмент или высший уровень управления организации, так как миссия и цели функционирования компании представляют собой основные цели ее акционеров.

В менеджменте выделяют следующие отличительные особенности эффективной корпоративной культуры современных предприятий:

– наличие командного духа в организации, которая имеет такие отличительные черты, как слаженность и взаимодействие между сотрудниками;

- удовлетворение каждого конкретного сотрудника компании результатами своей деятельности, а также гордость за них;
- преданность своей организации и готовность соответствовать всем предъявляемым стандартам;
- высокий уровень требований к качеству выполняемой работы;
- готовность к переменам, которые вызваны требованиями научно-технического прогресса, а также конкурентной борьбой на рынке, невзирая на различные трудности и бюрократические препоны.

Отметим, что существует огромное количество определений понятия корпоративная культура и, объединяя всех их, можем отметить, что корпоративная культура современного предприятия представляет собой набор определенных базовых ценностей, убеждений, а также различных негласных соглашений и норм, которые разделяются всеми членами той или иной организации. В настоящее время корпоративная культура организации является одним из важнейших элементов, который оказывает влияние на ее имидж, а следовательно, эффективность работы всей компании в целом. Понимая данный факт, управляющее звено современных организаций стремится к созданию у себя сильной корпоративной культуры, которая будет основываться на ином, чем прежде, понимании человека и его роли в системе общественного разделения труда. Идеи корпоративной культуры организации носят достаточно абстрактный характер, и причина этому состоит в том, что мы не можем увидеть её собственными глазами, при этом она присутствует и распространяется. Необходимо помнить, что корпоративная культура предприятия не является чем-то абсолютным или данными, так как она подвержена постоянным изменениям по мере трансформации поведения людей в той или иной организации.

Для эффективного и успешного развития современной организации в совокупности правильной стратегии управления и маркетинга, а также достойного товара либо достойной услуги должен существовать лояльный персонал, так как он тщательно охраняет все коммерческие интересы рассматриваемой компании, при этом для достижения максимальных результатов деятельности используются практически все возможные резервы и/или ресурсы. Подобный тип сотрудников может по своей собственной инициативе обратиться к консультации сторонних экспертов, а также осуществить изучение материалов всех современных научных разработок и исследований, при этом одновременно заниматься самообразованием. Лояльные сотрудники современных предпринимательских структур склонны к осуществлению эффективного поиска различных способов повышения рациональности своей собственной работы, а также работы организации в целом.

На сегодняшний день возник и успешно развивается новый вид взаимоотношений между менеджерами компании и наемными работниками, который основан на наличии системы взаимного доверия и уважения, а следовательно, основывается на реальных ожиданиях каждой из сторон компании. Любые сотрудники, работающие во всех современных компаниях, ожидают уважительного и справедливого отношения к себе со стороны работодателей, а также возможности для осуществления профессионального развития. При этом «взамен» на все это сотрудник готов помочь руководству компании в вопросах обеспечения эффективного развития организации, а также в выдвижении различных новых идей, принимая участие в трансформационном изменении предпринимательской структуры в целом.

По своей сути, лояльность персонала – это достаточно относительное явление, так как она может проявляться как в лояльности к своему непосредственному руководителю и/или генеральному директору организации, так и к компании в целом. Таким образом, лояльность представляет собой социальное качество, возникающее в процессе социального взаимодействия, а также при наличии как субъекта так объекта общения.

Изучение опыта развития успешных кадровых стратегий на современных предприятиях позволило специалистам в области управления выделить следующие факторы эффективного развития лояльности персонала:

- материальное стимулирование – это такой фактор развития лояльности персонала, который, исходя из мировой практики, способствует росту уровня лояльности сотрудников при обеспечении правильной системы материального вознаграждения, поскольку каждый сотрудник современной организации должен видеть то, как его вклад в работу организации влияет на размер полученной им премии. В тех организациях, в которых имеются проблемы, связанные с несправедливой системой оплаты труда и материального стимулирования, происходит разобщение коллектива, а также формирование у людей чувства зависти к своим коллегам и недовольство политикой системы управления. Поэтому в подобном случае о лояльности со стороны работников речи не идет, что в свою очередь оказывает негативное влияние на уровень производительности труда предприятия в целом;

- лояльность персонала основана не только на материальном стимулировании, но также и на различных факторах нематериального стимулирования, к которым могут быть отнесены: возможность профессионального роста сотрудников; престижность выполняемой работы; признание как со стороны коллег, так и руководителей; понимание важности и ответственности осуществляемых функций и т.п. Также

стоит помнить о том, что лояльность со стороны персонала организации может быть повышена при помощи социальных пакетов, например, различные виды страхования деятельности, льготный отдых сотрудников и их детей, оплата абонементов в фитнес-клуб и др., что в свою очередь повышает уровень мотивации персонала, а значит, и эффективность выполняемых функций;

– третьим фактором, оказывающим влияние на уровень лояльности со стороны персонала, являются технологии обратной связи, которые помогают избежать подобных промахов. Указанный фактор – это связующее звено между менеджерами организации и подчиненными разного уровня. Необходимо отметить, что технологии обратной связи в организации позволяют избежать неправильного понимания персоналом основных целей компании, а мнения рядовых сотрудников о стратегии управления в организации являются объектом внимания со стороны руководства. Технологии обратной связи улучшают внутриорганизационные отношения персонала компании, а также оказывают влияние на создание в организации атмосферы общего дела, при этом контакты между сотрудниками разного уровня помогают вышестоящему персоналу подчеркнуть внимательное отношение к своим коллегам.

В целом технология развития лояльности сотрудников организации должна строиться на осуществлении синтеза схем как материального, так и нематериального поощрения с одновременным развитием обратной связи. Менеджерам современных организаций необходимо донести до своих подчиненных ясные принципы награждения, а также подчеркнуть возможность равноправного участия каждого сотрудника. В процессе создания оптимальных условий для развития лояльности персонала необходимо учитывать тот факт, что в основе успеха лежат взаимовыгодные отношения, то есть наемные работники и менеджеры должны соблюдать все установленные правила, а также взаимную вежливость по отношению друг к другу на пути к достижению ключевых целей своей организации.

В литературе выделяют следующие показатели лояльности персонала организации:

- личная заинтересованность каждого конкретного сотрудника в деятельности данного предприятия;
- преданность персонала организации своей работе;
- желание достигнуть максимально высокого уровня профессиональной подготовки (как лично своего, так и подчиненного);
- творческий подход сотрудников компании к реализации предложений, которые поступают от руководящего состава;
- наличие инициативы и желаний улучшить эффективность деятельности компании;
- совпадение основных целей организации и личных целей каждого конкретного сотрудника;
- осознание того, что развитие и рост организации представляют собой рост и процветание каждого сотрудника, в том числе, общий успех.

Итак, делая вывод, можем отметить, что в настоящее время корпоративная культура организации – инструментальная форма взаимодействия между руководящим составом и наемным персоналом. Корпоративная культура современной успешной компании представляет собой основополагающий фактор формирования лояльности со стороны её сотрудников. Стоит помнить: для успешного и эффективного развития современных компаний в совокупности с правильной стратегией управления и маркетинга, а также достойным товаром либо услугой должен существовать лояльный персонал, поскольку он тщательно охраняет коммерческие интересы данной организации, а для достижения максимальных результатов деятельности они используют практически все возможные ресурсы и резервы. Для успешного развития компании необходимо осуществлять диагностику и наблюдение за уровнем лояльности сотрудников организации, поскольку это одна из ключевых задач в управлении персоналом, а следовательно, оказывает важное влияние на эффективность функционирования организации в целом.

Любая современная российская организация, которая стремится «идти в ногу со временем», не может не иметь в качестве одного из основных ориентиров формирование эффективной и рациональной корпоративной культуры организации, которая позволяет сплотить весь персонал компании вокруг единой цели и способствует гибкому поведению компании в изменяющихся условиях рыночной экономики.

Корпоративная предпринимательская культура представляет собой сложную и всеобъемлющую структурную единицу любого современного предприятия. На сегодняшний день в менеджменте нет единого определения понятия «корпоративная культура» и также того, какое влияние она оказывает на деятельность компании. Все исследователи единодушны в том, что она существует, а также обладает рядом различных свойств, к числу которых можно отнести: свойство системности, динамичности, относительности, неоднородности, адаптивности и др. Современный уровень развития системы корпоративного управления организации потребовал новых подходов к изучению его культурной составляющей, что послужило причиной возникновения такого понятия, как культурное корпоративное пространство.

Использование корпоративной культуры как эффективного управленческого инструмента предусматривает разработку методик для оценки уровня развития, особенностей, измерения ее влияния на обеспечение долгосрочной эффективности предприятия.

Широко известными являются исследования по методам оценки корпоративной культуры, осуществленные такими зарубежными учеными, как Э. Шейн, К. Камерон, Р. Куинн, Д. Денисон, Т. Солома-нидина, Ю. Красовский и др. Однако в большинстве этих исследований основной акцент делается на выявление и детальную характеристику особенностей корпоративной культуры конкретного предприятия без установления причинно-следственной связи ее с экономической эффективностью деятельности предприятия в целом.

Наиболее широко известной среди отечественных ученых и практиков является методика оценки корпоративной культуры OCAI, авторами которой являются К. Камерон и Р. Куинн [4]. Однако на сегодняшний день все еще открытым остается вопрос, насколько эта методика является адаптированной к условиям отечественных предприятий. Поэтому основной задачей, по нашему мнению, является исследование возможностей использования зарубежного опыта диагностики корпоративной культуры путем ее тестирования с использованием методики OCAI на отдельных российских предприятиях.

Как мы уже отметили, модель OCAI является наиболее распространенной и достаточно простой в использовании. Согласно этой модели, типология осуществляется на основе определения направления ориентации компании (внутренний фокус и интеграция - внешний фокус и дифференциация), а также способа решения проблем (стабильность и контроль - гибкость и дискретность). Ученые К. Камерон и Р. Куинн выделяют четыре типа корпоративной культуры: клановую, адхократическую, иерархическую, рыночную. Клановая культура характеризуется внутренней ориентацией и гибкостью в решении проблем. Положительные характеристики клановой культуры: дружественный, благоприятный социально-психологический климат, сплоченность коллектива, забота руководства о трудовом коллективе, приверженность традициям и выполнение обязательств.

Адхократическая культура отличается от клановой корпоративной культуры внешним направлением. Культуре такого типа присущи дух новаторства, творчества в решении проблем, способность пойти на риск, высоко ценится инициативность и личная свобода.

Рыночная культура, как и адхократическая, является ориентированной на внешнюю среду, но при такой корпоративной культуре внимание акцентируется на стабильности и контроле. Такие организации направлены в своей деятельности на результат, достижение поставленных задач, а от персонала требуется умение конкурировать, руководство демонстрирует жесткость и требовательность. Иерархическая культура сочетает внутреннее направление со стабильностью и контролем как способами решения проблем.

Оценка корпоративной культуры по методике OCAI предусматривает проведение опроса работников предприятия с помощью специально разработанного опросника, на основе которого определяются шесть ключевых характеристик корпоративной культуры: важнейшие характеристики организации; общий стиль лидерства в организации; управление наемными работниками; объединительная сущность организации; стратегические цели; критерии успеха.

Каждая из названных характеристик предусматривает четыре варианта ответа. В пределах каждого блока вопросов сумма ответов должна составлять 100 баллов. Респонденту необходимо распределить 100 баллов между четырьмя вариантами ответов в том соотношении, которое наиболее соответствует условиям предприятия.

Тестирование методики проводилось на трех предприятиях отрасли сельского хозяйства Орловской области: АО «АПК «Орловская Нива», ООО «Знаменский СГЦ», ООО «Мираторг-Орёл». Все рассматриваемые предприятия работают стабильно, являются значительными по размерам, выполняют большой спектр работ. Всего было опрошено 58 человек, из них 13 - работники АО «АПК «Орловская Нива», 10 – сотрудники ООО «Мираторг-Орёл» и 35 – ООО «Знаменский СГЦ». При оценке результатов опроса расчеты проводились в разрезе трех категорий работников: руководители различных уровней; работники аппарата управления; работники производства. Как свидетельствуют результаты опроса персонала АО «АПК «Орловская Нива», для этого предприятия присущей является корпоративная культура кланового типа (рис. 1).

Имеют место определенные различия в видении особенностей корпоративной культуры между категориями работников. Так, если руководители различных уровней акцентируют внимание на клановых характеристиках, то работники производственных подразделений отмечают преобладание характеристик адхократического типа. Несмотря на выводы авторов методики OCAI о циклическом развитии типов корпоративной культуры в направлении адхократическая - клановая - иерархическая - рыночная, можно заметить, что руководство предприятия имеет передовой тип мышления, но не может в достаточной мере донести свое видение будущего предприятия до рядовых работников.

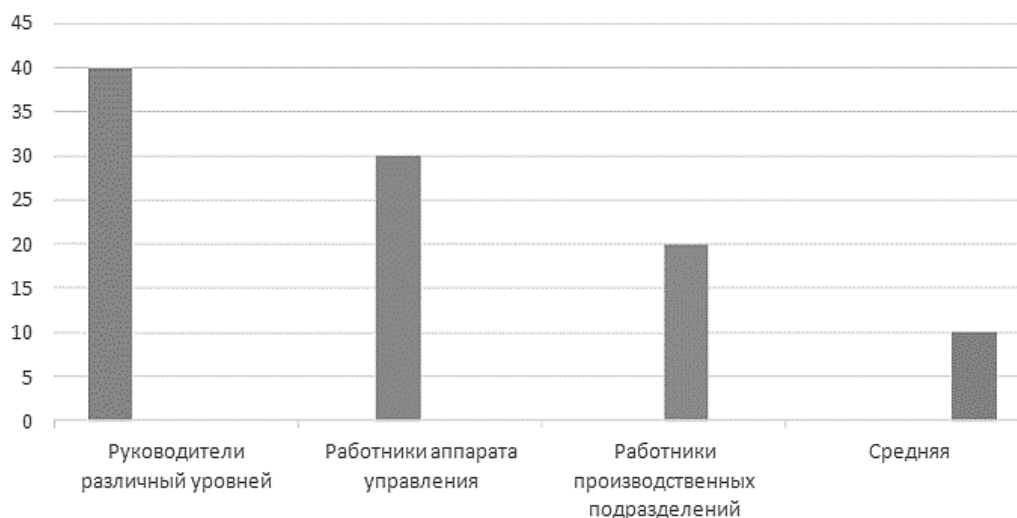


Рисунок 1 – Рейтинговая оценка профиля корпоративной культуры АО «АПК «Орловская Нива»

В ходе опроса работников ООО «Знаменский СГЦ» и ООО «Мираторг-Орёл» было установлено, что мнения работников практически одинаковы и преобладает корпоративная культура иерархического типа (рис. 2).

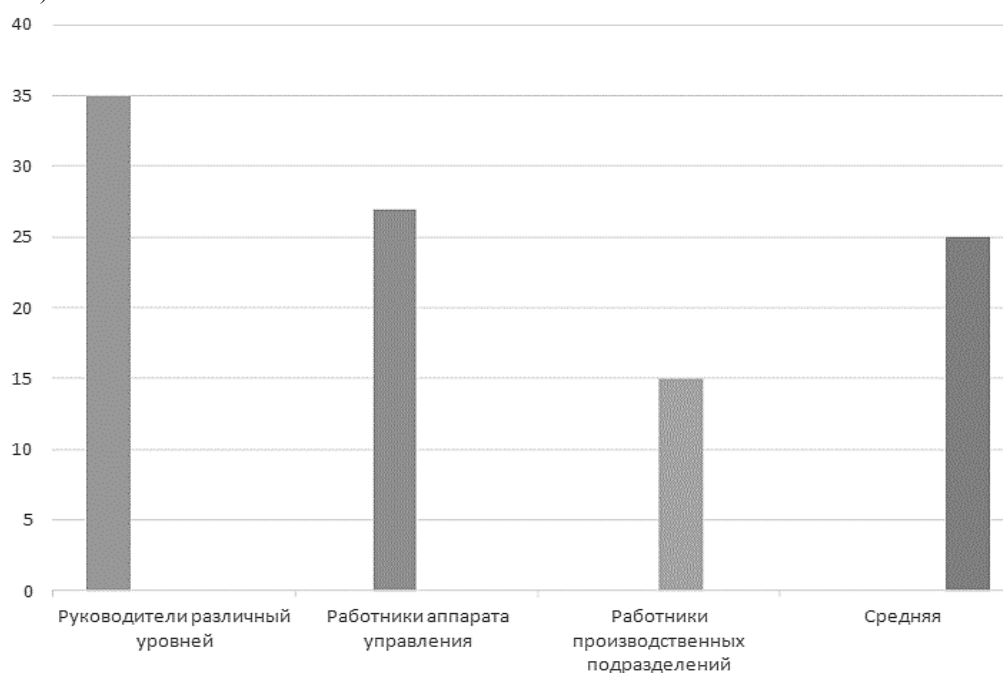


Рисунок 2 – Рейтинговая оценка профиля корпоративной культуры ООО «Знаменский СГЦ» и ООО «Мираторг-Орёл»

При этом различия в силе проявления отдельных характеристик корпоративной культуры в ООО «Знаменский СГЦ» и ООО «Мираторг-Орёл» между отдельными группами работников минимальны, что свидетельствует о высокой степени согласия между работниками и руководством предприятий. Преобладание культуры иерархического типа, на что указывают в анкетах как руководители, так и работники производственных подразделений, свидетельствует о пребывании этих предприятий на стадии зрелости жизненного цикла.

Применение методики ОСАИ для составления рейтинговой оценки профиля корпоративной культуры позволило определить преобладающий ее тип в исследуемых предприятиях, получить информацию о восприятии руководителями, работниками аппарата управления, работниками производственных подразделений общего стиля лидерства в организации, понимания ее объединительной сути, подходов к управлению наемными работниками, стратегических целей и критериев успеха предприятия.

Полученная информация может быть использована руководством этих компаний при принятии управленческих решений, корректировки системы стимулирования труда, оптимизации методов управления персоналом. Существенной положительной характеристикой методики является простота и скорость ее применения, а также наглядность.

В процессе проведения анкетирования были обнаружены и недостатки метода OCAI. Так, большинство респондентов испытывали трудности с рейтинговой оценкой представленных в анкете факторов, отмечали, что давать оценку в процентах достаточно трудно. Существование таких трудностей ставит точность рейтинговых оценок под сомнение, а поэтому использование при анкетировании балльных оценок является более уместным. Кроме того, анкета охватывает лишь небольшой перечень важных характеристик корпоративной культуры, поэтому такая методика, по нашему мнению, не может считаться комплексной и достаточно глубокой.

Так как корпоративная культура важна не сама по себе, а в связи с ее влиянием на формирование долгосрочной экономической эффективности, то высокий уровень экономического развития предприятия невозможен без высокого уровня развития культуры. Поэтому считаем, что эти моменты должны обязательно найти свое отражение в методике ее оценки. Также существенным недостатком данной методики, по нашему мнению, является то, что она не дает ответа на вопрос о том, каков уровень развития корпоративной культуры, не дает возможности осуществлять сравнительную оценку отдельных предприятий.

На разных стадиях развития в каждой стране остро ставал вопрос модернизации системы управления предприятий за счет улучшения функций менеджмента. Сегодня в России данный вопрос стоит достаточно остро. Основу концепции системы управления предприятия составляют только производственные мотивы, которые не учитывают личностных особенностей человека, считая каждого работника механизмом, наделенным определенными функциями для обеспечения рабочего процесса, направленного на получение прибыли.

Таким образом, не зная правил мотивационных установок и не имея элементарных знаний психологии, наладить качественный рабочий процесс практически невозможно. Это приводит к невыполнению плана, что, как правило, списывается на самые разные причины, только не на плохую систему управления и неэффективность корпоративной культуры. Исправить этот факт удалось только некоторым организациям. В РФ на сегодняшний день примерно у четверти предприятий, благодаря высокому уровню корпоративной культуры, установлена эффективная управленческая деятельность, которая позволила вывести компании на мировой рынок и привлечь инвесторов.

Если данная концепция распространится на остальные организации, то спустя несколько лет произойдет массовая модернизация систем управления, что благотворно отразится на экономике государства и позволит повысить конкурентоспособность отечественных товаров в условиях международного рынка. Данный процесс невозможен без внедрения современных подходов и пересмотра способов влияния на сотрудников. Только в случае целенаправленного отлаженного процесса преобразования организаций можно говорить о благоприятных прогнозах для экономики страны.

В любой организации основную деятельность выполняют коллективы работников, управляемые менеджерами. Человеческий ресурс является основой любого предприятия, поскольку люди собираются в учреждения и организации для осуществления трудовой деятельности. Это позволяет добиться весомых преимуществ перед индивидуальной работой, поскольку обеспечивает большую продуктивность и эффективность выполняемого труда. При современных методиках управления личность является организационной единицей, поскольку именно такой подход обеспечивает высокую производительность.

Трудовой коллектив предприятия состоит из квалифицированных кадров, объединенных общей идеей. Ему присущи следующие качества:

- его рассматривают как социальную организацию, поскольку это разновидность учреждения, которая управляется в соответствии с иерархией (начальник отдела – менеджер – трудовой коллектив);
- в виде социальной общности трудовой коллектив выступает элементом структуры общества.

Управленческая деятельность как результат общественного разделения труда подразумевает выполнение таких функций:

- целевая – основополагающая функция, так как для ее реализации и создаются трудовые коллективы. Ни одна фирма не может организовать деятельность, пока не определится с ее направлением и не поставит цели;

- во всех случаях люди – это производственная сила. В пределах управления социальными процессами и деятельностью выделяют 2 направления управления: человеческими и материальными ресурсами.

Исходя из этого, объектом управленческой деятельности являются социальные системы и стоящие над ними управленческие системы. Управленческая деятельность основана на принципе администрирования, что позволяет определить политику каждой системы в условиях коллективного делопроизводства.

К ней относятся понятия менеджмента руководства и корпоративной культуры, поскольку именно эти аспекты позволяют добиться высокого качества работы фирмы и обеспечить ей процветание.

Чтобы уметь управлять всеми процессами организации, следует правильно создать иерархическую пирамиду из сотрудников, где каждый может выступать в роли подчиняющегося и подчиненного, кроме начальника и низшего звена в пирамиде. При этом следует учесть, что основной объект управления – человек, который является личностью, а не элементом конструкции. Все виды управленческой деятельности должны подчиняться знанию психологических приемов и применению их на практике.

Интересно рассмотреть оценку важности влияния корпоративной культуры на эффективность управления компанией с точки менеджмента высшего и среднего звена. Респонденты, принявшие участие в опросе (сотрудники достаточно крупных компаний АО «АПК «Орловская Нива», ООО «Мираторг-Орёл» и ООО «Знаменский СГЦ»), представляли отрасль сельского хозяйства. Линейные менеджеры составили 68%, руководители высшего звена - 31% от общего количества опрошенных.

Целью исследования было выявление мнения руководителей по поводу влияния уровня корпоративной культуры на эффективность управления деятельностью предприятия (рис. 3).

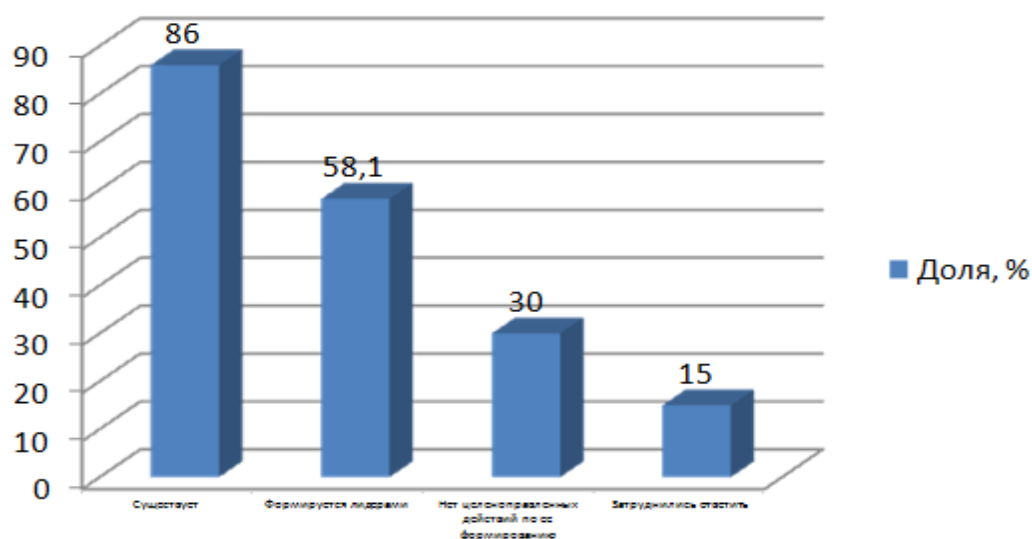


Рисунок 3 – Выявление мнения руководителей по поводу влияния уровня корпоративной культуры на эффективность деятельности

Большинство респондентов (86%) утвердительно ответило на вопрос о существовании корпоративной культуры на предприятии. При этом 58,1% подтвердила факт формирования лидерами корпоративной культуры, 15% затруднились ответить на этот вопрос, а около 30% опрошенных зафиксировали отсутствие целенаправленных действий по созданию корпоративной культуры в компании. Таким образом, несмотря на признание существования корпоративной культуры, примерно треть опрошенных руководителей склонна считать стихийным факт ее формирования.

Корпоративную культуру своего предприятия респонденты оценили в основном либо положительно (43%), либо нейтрально (46,2%), однако 10,8% - все же отрицательно (рис. 4).

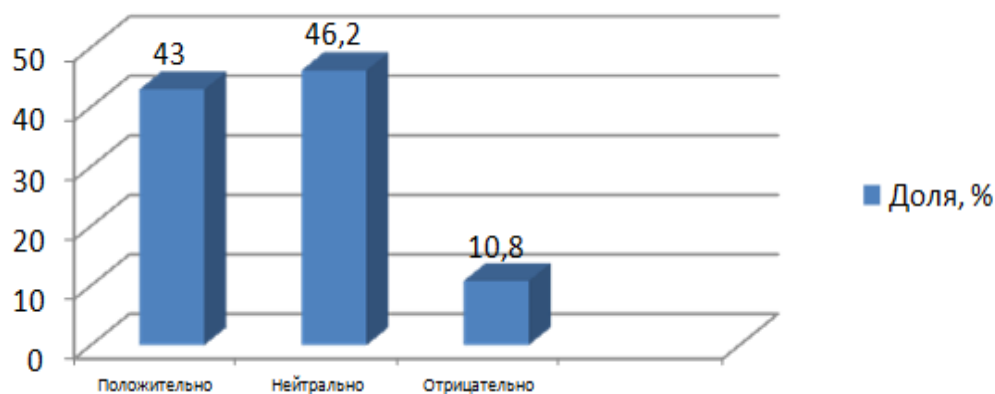


Рисунок 4 – Оценка уровня эффективности корпоративной культуры

Большинство (63,4%) опрошенных считает, что уровень корпоративной культуры влияет на эффективность управления предприятием позитивно, 11,8% - негативно и 24,8% - никак не влияет (рис. 5).

Таким образом, мы видим, что влияние уровня корпоративной культуры является существенным и положительным фактором в повышении конкурентоспособности современного предприятия. Она способствует развитию предприятия в целом и повышает его конкурентоспособность [3].

Итак, подводя общий итог проведенному исследованию, считаем необходимым выделить следующее. Результаты деятельности любого предприятия необходимо связывать с уровнем развития его корпоративной культуры, поскольку она является важным фактором повышения конкурентоспособности организации. Как система элементов корпоративная культура лежит в основе организации управления всеми факторами деятельности предприятия (трудовыми ресурсами, материалами, капиталом и информацией). Однако только сильная корпоративная культура в системе управления обуславливает успешное функционирование предприятия как сложной открытой системы [5].

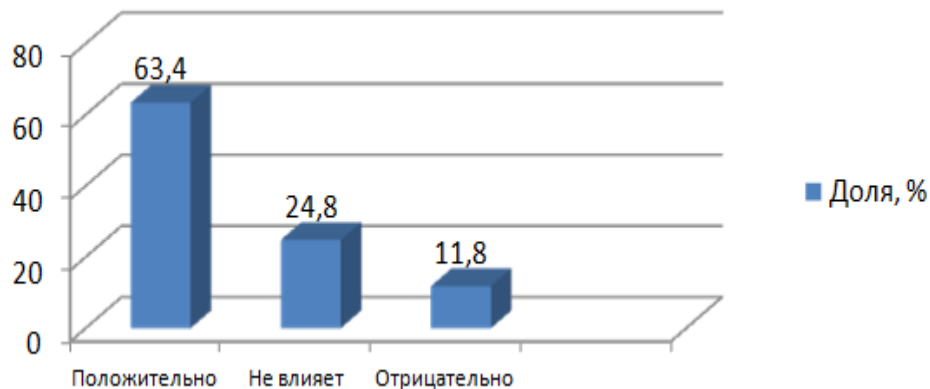


Рисунок 5 – Оценка влияния уровня корпоративной культуры на эффективность управления

В результате исследований взаимодействия управленческого развития и корпоративной культуры на деятельность АО «АПК «Орловская Нива», ООО «Мираторг-Орёл» и ООО «Знаменский СГЦ» наблюдается значительное влияние этих понятий на стратегическое развитие рассматриваемых предприятий. Конечно, корпоративная культура не единственный элемент для повышения эффективности деятельности предприятия. Возможны случаи, когда предприятие, обладая высокой корпоративной культурой, все равно терпит поражение на рынке, или же предприятие с низкой корпоративной культурой демонстрирует достаточно высокую эффективность. Однако в достижении высокого уровня конкурентоспособности и долгосрочной эффективности предприятия определяющим фактором является только сильная корпоративная культура в системе управления.

В целом же, как свидетельствуют результаты проведенного исследования, сегодня ситуация, которая сложилась во многих фирмах, требует использования этими организациями качественно новых, инновационных подходов и методов управления и формированием корпоративной культуры, для обеспечения конкурентоспособности.

В работе был проведен анализ влияния уровня корпоративной культуры на мотивацию трудовой деятельности: структуру мотивационного ядра, типы мотивации работников. Были выявлены неудовлетворенные в труде потребности, степень удовлетворения тех или иных потребностей. Однако не исключено, что в кризисных ситуациях, в условиях нестабильной экономики мотивационные различия отступают на второй план, доминирует общая неудовлетворенность.

По нашему мнению, решающее место должно занять стратегическое корпоративное управление, которое считается одним из современных подходов адаптации к среде, обеспечению конкурентоспособности и длительному успеху предприятия. В настоящее время существует много подходов к выбору стратегии управления предприятием и этот выбор чаще всего носит субъективный характер. Выбор эффективной стратегии корпоративного управления любого предприятия требует комплексного, системного подхода. Только системный подход к управлению предпринимательскими структурами, рассмотрение их во взаимодействии со всеми «стейкхолдерами» дает основу для наиболее полной и точной оценки влияния корпоративной культуры на деятельность этих структур.

Список литературы

1. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент. – Люберцы: Юрайт, 2015. – 247с.
2. Внешнеэкономическая деятельность предприятия в условиях глобализации мировой экономики:

монография // Базикова В.Л., Бардовский В.П., Басов С.В., Илюхина И.Б., Марченкова Л.М., Маслова О.Л., Рудакова О.В., Харитонов Е.В.; под общ. ред. Лыгиной Н. И. – Орел, 2011. – 198 с.

3. Петти В. Антология классики управления / В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. – М.: Эконов, Ключ, 2015. – С. 42-43.

4. Полянин А.В., Боброва Е.А., Головина Т.А., Докукина И.А., Долгова С.А., Кыштымова Е.А., Макарова Ю.Л., Лытнева Н.А., Попова О.В., Рудаков О.В., Тычинская И.А., Шипунов А.С. Развитие системы государственного и муниципального управления в условиях реформирования государственного сектора: монография / под ред. А.В. Полянина. – Орел, 2017. – 228 с.

5. Полянин А.В., Докукина И.А. Тенденции и прогнозы экономического роста для российской экономики: региональный аспект // Среднерусский вестник общественных наук. – 2017. – Т.2 – № 3. – С. 53-63.

6. Рудакова О.В., Полянин А.В., Головина Т.А., Строков М.А. Проблемы государственной политики в области поддержки российского предпринимательства // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – №2(37). – С. 59-71.

7. Соболева Ю.П., Белильщикова А.А. Исследование развития маркетинга в предпринимательстве // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1(5). – С. 329-336.

8. Суворова С.П., Рудакова О.В. Российские предприниматели: источники доходов и специфика экономических интересов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – Т.6. – №1(58). – С. 25-30.

УДК 316.77:174

Мерцалова С.Л., Карпова И.В.

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Mertsalova S.L., Karpova I.V.

FEATURES OF CONDUCTING BUSINESS NEGOTIATIONS WITH FOREIGN PARTNERS

Мерцалова Светлана Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент; кафедра иностранных языков, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: mertsalova-in@mail.ru

Mertsalova Svetlana Leonidovna, Candidate of Pedagogic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: mertsalova-in@mail.ru

Карпова Инна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой истории, философии, рекламы и связей с общественностью; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: inkarpova@yandex.ru

Karpova Inna Vyacheslavovna, Candidate of Pedagogic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: inkarpova@yandex.ru

Аннотация: Одной из базовых компетенций, которыми должен обладать специалист с высшим образованием в современных условиях развития мировой экономики, чтобы добиться успеха в профессиональной деятельности, является умение сотрудничать и общаться с зарубежными коллегами в процессе деловых переговоров. Поскольку процесс коммуникации может осуществляться как на вербальном, так и на невербальном уровне передачи информации, межличностное взаимодействие участников переговоров предполагает обмен разного рода информацией. Известно, что любой культуре присущи свои культурологические особенности, каждая из которых имеет важное значение для носителя традиций, эффективное взаимодействие и продолжительное взаимовыгодное сотрудничество с представителями разных культур предполагает знание особенностей национального стиля ведения переговоров с потенциальными бизнес-партнерами. Под национальным

Abstract: Under modern conditions of the world economy development the ability to co-operate and communicate with foreign colleagues in the process of business negotiations is one of the basic competences an educated professional has to possess if he wants to achieve success in his professional activity. As the process of communication can be carried out both verbally, and nonverbally, interpersonal interaction of negotiators assumes exchange of any information. It is known that any culture has its own culturological features, each of them being important for the native speaker. Effective interaction and continuous mutually beneficial cooperation with the representatives of different cultures assumes knowledge of the features of national negotiating style with potential business partner. We think that national negotiation style means different aspects of national character and culture, sense perception, mentality and behaviour of

переговорным стилем мы понимаем особенности национального характера и культуры, восприятия, мышления и поведения представителей определенного государства, а не представителей определенной нации.

Изучив результаты многочисленных исследований, посвященных манере общения представителей разных культур в процессе деловых переговоров, нам удалось выделить некоторые характерные черты национальных переговорных стилей представителей разных государств, знание которых поможет современному специалисту, желающему установить деловые контакты с зарубежными партнерами, обеспечить правильный выбор тактики и манеры поведения на международных деловых переговорах

Ключевые слова: зарубежные партнеры, деловые переговоры, национальный переговорный стиль, национальный характер, культурологические особенности, манера общения

representatives of a certain state, but not a certain nation.

Having studied the results of numerous researches devoted to communication styles of representatives of different cultures in the process of business negotiations we succeeded to single out some characteristic features of national negotiation styles. This knowledge will help modern professional wishing to establish business contacts with foreign partners to make a right choice of tactics and behaviour pattern in the process of international business negotiations

Keywords: foreign partners, business negotiations, national negotiation style, national character, culturological features, communication style

В условиях возрастающего динамизма мировой экономики, связанного с формированием единого экономического пространства, современное общество предъявляет новые требования к качеству подготовки высококвалифицированных кадров. Для того чтобы добиться успеха в профессиональной деятельности, специалист с высшим образованием сегодня должен обладать рядом базовых компетенций, среди которых умение сотрудничать и общаться с деловыми партнерами занимает ключевое место. Многочисленные исследования показывают, что в стремительно развивающемся информационном обществе успешность межличностного общения в сфере сотрудничества не только с отечественными, но и с зарубежными партнерами во многом определяет возможности карьерного роста современного специалиста. В этих условиях особую роль в профессиональной деятельности приобретает умение вести переговоры с зарубежными коллегами.

Среди трех основных этапов переговорного процесса, а именно: процесса подготовки, непосредственно переговорного процесса, анализа результатов и выполнения договоренностей – нам хотелось бы уделить особое внимание первому этапу, на котором осуществляются мероприятия по подготовке к межличностному взаимодействию с зарубежными партнерами.

Известно, что процесс коммуникации может осуществляться как на вербальном, так и на невербальном уровне передачи информации, при этом основными его характеристиками являются особенности процесса обратной связи и коммуникативного влияния, наличие коммуникативных барьеров. Межличностное взаимодействие характеризуется также психическим состоянием участников переговоров, их взаимоотношениями, возможным опытом прежнего сотрудничества. Таким образом, процесс ведения деловых переговоров предполагает обмен разного рода информацией между участниками коммуникативного акта.

Поскольку любой культуре присущи свои культурологические особенности, каждая из которых имеет важное значение для носителя традиций, оптимальной манерой поведения на международных деловых переговорах является уважительное отношение к особенностям национального характера, культуры, мышления, восприятия и поведения участников коммуникационного процесса.

Изучив результаты многочисленных исследований, посвященных международному общению в процессе деловых переговоров, хотелось бы обратить внимание на некоторые характерные черты национальных переговорных стилей. Подчеркнем, однако, что под национальным переговорным стилем мы понимаем в большей степени особенности национального характера и культуры, восприятия, мышления и поведения представителей определенного государства, а не представителей определенной нации.

Итак, приведем особенности ведения деловых переговоров с представителями Соединенных Штатов Америки, поскольку именно американцы, на наш взгляд, оказали значительное влияние на формирование современного стиля переговорного процесса. Выступая от имени страны, американцы, как правило, считают, что их нация является более богатой и сильной, чем любая другая, и поэтому они, безусловно, убеждены в своей правоте, из-за чего при внешней открытости и доброжелательности в общении часто демонстрируют агрессивность, напористость и даже порой грубость по отношению к собеседнику. Однако нельзя отрицать и тот факт, что американцы тщательно готовятся к переговорному процессу, изучая материально-техническую базу и привлекая многочисленных экспертов. Во время переговоров представители США, акцентируя внимание на конкретной проблеме, всегда пытаются обсудить не только возможные пути ее решения, но и детали, связанные с выполнением предварительных договоренностей. При общении с зарубежными деловыми партнерами американцы предпочитают неформальный стиль, при этом иногда

за слишком упрощенными формулировками, характерными в большей степени для разговорной речи, могут скрываться жесткие требования и бескомпромиссные варианты. Планируя переговоры с представителями этой нации, следует также помнить о такой характерной черте американцев, как пунктуальность. Опоздание даже на пять минут является для них неприемлемым.

Говоря о немецком стиле ведения деловых переговоров, следует отметить, что главной характерной чертой представителей этой нации является тщательное обдумывание собственной позиции, скрупулезная подготовка и анализ юридической составляющей будущей сделки, а также внимательная предварительная проработка каждой ее детали. Немцы, как правило, никогда не подписывают соглашение, если не получают точных гарантий выполнения договоренностей. При общении с деловыми партнерами они предпочитают четко следовать заранее согласованной повестке дня и составленному плану, последовательно рассматривая все детали предстоящей сделки, демонстрируя приверженность таким характерным чертам национального характера, как точность, пунктуальность, педантичность, строгая манера поведения. На переговорах не приемлют неформальной манеры общения, в отличие от американцев. Зачастую представителям немецкой нации требуется больше времени для принятия решения, однако, тщательно проанализировав все возможные альтернативы, немцы редко откажутся от принятого однажды решения.

В отличие от американского и немецкого стиля ведения переговоров, главная особенность английского стиля делового общения состоит в том, что англичане гораздо меньшее внимание уделяют подготовке подробного плана обсуждения предстоящей сделки, полагая, что все детали можно обговорить в ходе беседы. Однако при кажущейся доброжелательности и гибкости в стремлении идти на компромисс в зависимости от позиции собеседника, англичане, предпочитая основательность во всем, отличаются прекрасным знанием предмета переговоров, тщательно готовят справочный материал об условиях хозяйственно-правовой деятельности предполагаемого партнера, который впоследствии используют в качестве аргумента при общении с ним. При подготовке к проведению переговоров с англичанами необходимо учитывать тот факт, что если американцы и немцы предпочитают сразу приступить к основной теме деловой встречи, то при общении с англичанами следует начать разговор с житейских проблем, затронув такие темы, как погода, путешествия, спорт и т.п. При этом следует помнить, что представителям Туманного Альбиона свойственна сдержанность в поведении, отсутствие категоричных суждений.

Манера общения жителей Франции с деловыми партнерами во многом определяется влиянием национального характера, а также системы образования и воспитания. Французы очень гордятся своей историей и небезосновательно полагают, что именно их стране принадлежит первенство в формировании первых демократических традиций, создании государственных и законодательных систем, разработке военной стратегии, возникновении философии, науки и даже кулинарного искусства и виноградарства. Неслучайно большинство исследователей отмечают у жителей этой страны жесткую, безальтернативную манеру общения, конфронтационный подход при ведении переговоров. Французы зачастую предпочитают общаться на родном языке, даже если и владеют другими иностранными языками, уделяя большое внимание риторике, умению правильно излагать свою мысль, аргументированно убеждать и отстаивать свою позицию, контролируя невербальные средства коммуникации. Во время ведения переговоров демонстрируют тщательную предварительную подготовку, знание деталей предстоящей сделки, при этом используют разнообразные тактические приемы для того, чтобы убедить собеседника в правильности своего решения. Что касается манеры общения, следует отметить, что французы довольно подозрительно относятся к раннему установлению дружеских отношений с бизнес-партнерами, при обсуждении детали предстоящей сделки не станут обсуждать личную жизнь, не будут обращаться к собеседнику по имени, а вот о достопримечательностях своей страны могут увлеченно говорить часами.

Японский стиль ведения переговоров также является следствием национального характера, культуры и системы воспитания в этой стране. Однако японцы отличаются от французов тем, что уделяют особое внимание развитию личных отношений с деловыми партнерами, тщательно изучая не только детали сделки, но и предстоящего собеседника. Японские бизнесмены, известные своей вежливостью, дисциплинированностью и самообладанием, умеют внимательно слушать партнера, демонстрируя понимание и поощряя собеседника высказываться. Слово «нет» практически отсутствует в лексиконе представителей японской культуры, тем не менее, это не означает, что они согласны со всеми предлагаемыми условиями. Просто японцы с их развитым эстетическим чувством стремятся избегать агрессивной манеры поведения во время переговоров. Они скорее предпочтут долгое обсуждение деталей предстоящей сделки, не делая практически никаких уступок собеседнику. А вот подвижки со стороны делового партнера рассматривают как знак уважения к себе.

Китайский национальный стиль ведения переговоров во многом схож с японским. Как и большинство представителей Восточной Азии, китайцы приветствуют знаки симпатии и уважения к своей стране, предпочитают устанавливать деловые контакты с партнерами высокого социального статуса, уделяя большое внимание их внешнему виду, вежливой манере общения. Тактика ведения переговоров отличается

тем, что китайцы редко меняют свою первоначальную позицию, иногда только под угрозой срыва переговорного процесса могут пойти на уступки собеседнику. При этом следует отметить, что принятые договоренности китайская сторона старается всегда соблюдать.

При подготовке к переговорам с бизнес-партнерами из стран Арабского мира необходимо учитывать особенности национального характера представителей арабской культуры. Ключевым моментом при установлении партнерских отношений должно быть четкое понимание того, что арабы охотно общаются с теми, к кому испытывают симпатию, и не терпят открытой критики в свой адрес. Предпочитая торг за столом переговоров, умеют и любят долго и основательно обсуждать детали и условия предстоящей сделки. При этом, в отличие от представителей стран Восточной Азии, арабы уделяют большое значение установлению дружеских отношений с деловыми партнерами, умеют слушать собеседника, принимая во внимание человеческий фактор. Тем не менее, восточную вежливость представителей Арабского мира не следует путать с согласием по всем пунктам делового контракта.

Очевидно, что знание особенностей национального стиля ведения переговоров потенциальных бизнес-партнеров не стоит абсолютизировать, но необходимо учитывать для эффективного взаимодействия и продолжительного взаимовыгодного сотрудничества с представителями разных культур.

Список литературы

1. Бондарева Н.А. *Востребованность специалистов со знанием иностранного языка на современном рынке труда // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования.* – 2016. – № 2. – С. 8-16.
2. Бороздина Г.В. *Психология делового общения.* – М.: Инфра-М, 2005. – 295 с.
3. Гарвардский проект по переговорам [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pon.harvard.edu>.
4. Дерменжи М.И. *Коммуникативные барьеры в деловом общении и методы их преодоления // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки.* – 2016. – № 4. – С. 16-19.
5. Исаев В.А., Филоник А.О. *К вопросу об экономических связях России и Арабского Востока // Восток. Афро-Азиатские общества: история и современность.* – 2016. – № 1. – С. 128-142.
6. Кадочников Д.В. *Теоретико-экономический взгляд на языковую политику // Вопросы экономики.* – 2016. – № 2. – С. 128-140.
7. Коэн Г. *Искусство вести и заключать сделки / Г. Коэн, пер. с англ. А. Найденовой.* – М.: АСТ: Транзиткнига, 2005. – 381 с.
8. Мосейко А.Н., Харитонова Е.В. *Деловые культуры в российско-африканских отношениях (ценностно-смысловые аспекты) // Азия и Африка сегодня.* – 2017. – № 11 (724). – С. 44-49.
9. Павлов К.В. *Этноменеджмент и этноэкономика: этнотерриториальные и национальные модели управления и хозяйствования // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент.* – 2016. – № 1 (18). – С. 18-27.
10. Романова Т.А. *Институциональные уровни анализа и эволюция отношений России и Евросоюза: некоторые вопросы теории и практики // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика.* – 2016. – Т. 11. – № 4. – С. 224-248.
11. Сизоненко А.И. *Переговорная практика в международных отношениях // Латинская Америка.* – 2017. – № 3. – С. 102-104.
12. Соловьев Э.Я. *Современный этикет и деловой протокол.* – М.: Ось-89, 2009. – 208 с.
13. Цыган Е.В. *Значение делового английского языка в сфере международного сотрудничества // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки.* – 2017. – № 6. – С. 55-58.
14. Шеретов С.Г. *Ведение международных переговоров.* – Алматы: Данекер, 2004. – 154 с.
15. Aslani S., Ramirez-Marin J., Brett J., Yao J. J., Semnani-Azad Z., Zhang Z. X., Tinsley C., Weingart L., Adair W. *Dignity, face, and honor cultures: A study of negotiation strategy and outcomes in three cultures // Journal of Organizational Behavior.* – 2016. – Т. 37, № 8. – С. 1178-1201.
16. Elo M., Benjowsky C., Nummela N. *Intercultural competences and interaction schemes - Four forces regulating dyadic encounters in international business // Industrial Marketing Management.* – 2015. – Т. 48. – С. 38-49.
17. Kopelman S., Hardin A. E., Myers C. G., Tost L. P. *Cooperation in Multicultural Negotiations: How the Cultures of People With Low and High Power Interact // Journal of Applied Psychology.* – 2016. – Т. 101, № 5. – С. 721-730.
18. Luomala H. T., Kumar R., Singh J. D., Jaakkola M. *When an Intercultural Business Negotiation Fails: Comparing the Emotions and Behavioural Tendencies of Individualistic and Collectivistic Negotiators // Group Decision and Negotiation.* – 2015. – Т. 24, № 3. – С. 537-561.
19. Mitra R., Buzzanell P. M. *Communicative tensions of meaningful work: The case of sustainability practitioners // Human Relations.* – 2017. – Т. 70, № 5. – С. 594-616.

УДК 316.334.23:665.61.7

Соколова Н.Н., Захаркина Н.В., Мосина Е.И.

**ВНУТРЕННЯЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ**

Sokolova N.N., Zakharkina N.V., Mosina E.I.

**INTERNAL SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR EFFICIENCY OF MANAGEMENT
OF THE COMPANY OF OIL AND GAS INDUSTRY**

Соколова Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: natsokolova2411@yandex.ru

Sokolova Natalya Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: natsokolova2411@yandex.ru

Захаркина Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: natashazakharkina@mail.ru

Zakharkina Natalya Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: natashazakharkina@mail.ru

Мосина Екатерина Игоревна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: caterinamosina@yandex.ru

Mosina Ekaterina Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: caterinamosina@yandex.ru

Аннотация: В современных условиях на фоне усиления конкуренции, глобализации рынков, обострения социальных и экологических проблем наблюдается снижение чувства социальной защищенности человека, что, в свою очередь, заставляет переосмысливать роль бизнеса в жизни общества, изменять представления о нем. Выделяют две направленности корпоративной социальной ответственности бизнеса: внешнюю и внутреннюю. Данная статья посвящена анализу внутренней составляющей корпоративной социальной ответственности вертикально-интегрированной нефтяной компании ПАО «Газпром нефть», входящей в четверку лидеров по добыче и переработке нефти. На сегодняшний день немногие организации реализуют программы КСО внутренней направленности, содержательно выходящие за рамки трудового кодекса. В то же время успех деятельности всей компании, достижение ее целей и увеличение прибыли зависят от того, насколько сотрудник будет мотивирован, заинтересован, а его ценностные установки будут соответствовать целям, миссии организации, в которой он трудится

Abstract: Under modern conditions against the background of increasing competition, markets globalization, aggravation of social and environmental problems, there is decrease in the human social security which, in turn, makes it reconsider the role of business in the society and change the idea of it. There are two directions of corporate social responsibility of business external and internal.

The article is devoted to the analysis of internal component of corporate social responsibility of vertically integrated oil company, PAO Gazprom Neft, one of the four leaders in oil production and refining. For today, not so many organizations implement internal CSR programs that are meaningfully beyond the scope of the Labour Code. At the same time, the success of the entire company, achievement of its goals and increase of profit depend on how motivated and interested an employee is, and how his values will correspond to the goals and mission of the organization where he works

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, внутренняя корпоративная социальная ответственность, рейтинговая оценка

Keywords: corporate social responsibility, internal corporate social responsibility, rating assessment

В современном мире компании, планирующие долгосрочную деятельность, постоянно ищут различные способы конкуренции на рынке, придумывают идеи и выстраивают стратегии. На фоне продолжающегося кризиса и действия международных санкций все более актуальной проблемой становится формирование и развитие корпоративной социальной ответственности бизнеса. Сегодня компании нацелены не только на получение прибыли, но и на поддержание экологической стабильности, развитие общества, решение социальных проблем. Вложение средств в социальные программы в перспективе обеспечивает компании устойчивое экономическое положение [1].

Все больше руководителей действующих предприятий своей центральной задачей считают поиск и создание механизмов, позволяющих обеспечивать их конкурентоспособность и социально-экономическую стабильность на долгосрочную перспективу.

Одним из таких механизмов является корпоративная социальная ответственность (КСО), являющаяся, прежде всего, показателем выполнения компаниями социальных обязательств, предписываемых законом, и отражающая их готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы.

Тема корпоративной социальной ответственности является с каждым годом все более и более актуальной. В течение нескольких последних десятилетий бизнесом проделан огромный путь по осознанию своей ответственности за сохранение окружающей среды, решение социально-экономических проблем, повышение качества жизни местных сообществ, соблюдение прав человека, противодействие коррупции и за ряд других вопросов, важность которых признается обществом. В результате корпоративная социальная ответственность постепенно становится новой философией бизнеса, в соответствии с которой компании ориентируются в своей деятельности не только на получение прибыли, но также на достижение общественного блага и поддержание экологической стабильности.

В научной литературе даются различные определения понятию «корпоративная социальная ответственность».

Так, в соответствии с Международным стандартом ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности», под КСО понимается ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое, во-первых, содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества, во-вторых, учитывает ожидания заинтересованных сторон, в-третьих, соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения, в-четвертых, интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях [4].

Внешэкономбанк под данным термином понимает добровольный вклад организации в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью организации и осуществляемый преимущественно дополнительно по отношению к требованиям законодательства [2].

Э.А. Коротков считает, что корпоративная социальная ответственность – это реализация интересов компании (корпорации) посредством обеспечения развития её коллектива и участия компании в развитии общества [3].

Сравнив определения корпоративной социальной ответственности, можно дать следующее толкование КСО. Мы согласны с теми авторами, которые под корпоративной социальной ответственностью понимают интеграцию принципов КСО в практическую деятельность (бизнес-процессы) с учетом ожиданий внутренних и внешних стейкхолдеров с целью повышения положительного влияния на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения отрицательного воздействия, нефинансовых рисков и, в конечном итоге, для увеличения прибыли для акционеров.

Особенно важным для современного предприятия является долговременное обеспечение человеческими ресурсами. С этой целью руководство российских компаний считает приоритетными для финансирования внутренние социальные программы, направленные на развитие персонала, охрану здоровья и обеспечение безопасных условий труда. Все эти программы, в конечном итоге, работают на повышение уровня и качества жизни населения и способствуют созданию благоприятных условий для расширенного воспроизводства рабочей силы. Помимо ответственной политики на микроуровне (обучение и переподготовка сотрудников, их социальное обеспечение и медицинское страхование, справедливая заработная плата, др.), существует политика, направленная во внешнюю среду, - политика долгосрочного устойчивого развития.

Таким образом, повышение роли бизнеса в решении социальных проблем развития предприятий, изменение факторов и условий его функционирования, а также недостаточная разработанность теоретических и практических вопросов влияния социальной ответственности бизнеса на развитие человеческих ресурсов предприятия - все это определяет актуальность исследуемой проблемы.

За последние десять лет компании-флагманы российской экономики много внимания уделяют социальной сфере. Социальная и экологическая ответственность становится одним из важнейших факторов инвестиционной привлекательности, и компании старательно выстраивают отношения с обществом, активно участвуя в благотворительных программах, выделяют существенные средства на спорт, медицину, поддерживают культурные и религиозные проекты [6].

Данная статья носит исследовательский характер. В качестве объекта исследования выбрана российская транснациональная корпорация, занимающаяся геологоразведкой, добычей, транспортировкой, хранением, переработкой и реализацией газа, газового конденсата и нефти, ПАО «Газпром нефть», входящая в Группу компаний «Газпром».

Система взаимодействия «Газпром нефти» с заинтересованными сторонами направлена на достижение целей устойчивого развития и баланса интересов заинтересованных сторон. Взаимодействие с заинтересованными сторонами основано на принципах уважения их интересов, конструктивного сотрудничества, информационной прозрачности деятельности компании, регулярности взаимодействия, соблюдения обязательств.

Ключевыми группами заинтересованных сторон ПАО «Газпром нефть» являются: общественные организации, местные сообщества, органы власти, акционеры и инвесторы, потребители, поставщики, сотрудники.

В рамках настоящей статьи целесообразно остановиться более подробно на механизме взаимодействия Компании с ее сотрудниками. ПАО «Газпром нефть» рассматривает персонал в качестве главного актива и ценностного ресурса компании. Повышение конкурентоспособности компании как работодателя, привлечение и закрепление персонала необходимой квалификации, его непрерывное развитие и социальная поддержка являются главными задачами в данном направлении.

На рисунке 1 представлены механизмы взаимодействия нефтегазовой компании со своими сотрудниками, а также ключевые вопросы и направления их решения.

Механизмы взаимодействия	✓ система внутрикорпоративных коммуникаций; ✓ коммуникационные сессии руководителей и сотрудников; ✓ встречи трудовых коллективов и руководства «Газпром нефти», посвященные актуальным вопросам, а также вопросам взаимодействия; ✓ исследования социально-психологического климата; ✓ корпоративные мероприятия: форумы, конференции
Ключевые вопросы взаимодействия	✓ вознаграждение и социальная поддержка сотрудников; ✓ трудовые отношения; ✓ безопасные условия труда; ✓ обучение и развитие сотрудников; ✓ участие Компании в развитии местных сообществ
Направления взаимодействия	✓ взаимодействие Компании с сотрудниками регулируется локальными нормативными актами, коллективными договорами, Корпоративным кодексом; ✓ «Газпром нефть» постоянно совершенствует систему внутрикорпоративных коммуникаций, особое внимание уделяя инструментам обратной связи, исследованию социально-психологического климата, развивая новые перспективные инструменты диалога; ✓ для привлечения потенциальных сотрудников – квалифицированных и мотивированных специалистов – «Газпром нефть» развивает ценностное предложение работодателя и сотрудничество с высшими и средними учебными заведениями

Рисунок 1 – Механизмы взаимодействия ПАО «Газпром нефть» с сотрудниками [5]

Компания развивает взаимодействие со своими сотрудниками по широкому кругу актуальных вопросов, таких как система внутрикорпоративных коммуникаций; коммуникационные сессии руководителей и сотрудников; встречи трудовых коллективов и руководства «Газпром нефти», посвященные актуальным вопросам, а также вопросам взаимодействия; исследования социально-психологического климата, а также корпоративные мероприятия: форумы, конференции.

Взаимодействие ПАО «Газпром нефть» с сотрудниками регулируется локальными нормативными актами, коллективными договорами, Корпоративным кодексом. Компания на принципах социального партнерства активно взаимодействует с профсоюзными организациями, представляющими интересы работников. Компания постоянно совершенствует систему внутрикорпоративных коммуникаций, особое внимание уделяя инструментам обратной связи, исследованию социально-психологического климата, развивая новые перспективные инструменты диалога.

Для привлечения потенциальных сотрудников – квалифицированных и мотивированных специалистов – нефтегазовая компания развивает ценностное предложение работодателя и сотрудничество с высшими и средними учебными заведениями.

В своей деятельности «Газпром нефть» основывается на неукоснительном соблюдении прав человека. Компания разделяет общие принципы:

– Глобального договора ООН в области прав человека, трудовых отношений, противодействия коррупции и охраны окружающей среды;

- Всеобщей декларации прав человека;
- Декларации Международной организации труда об основополагающих принципах и правах в сфере труда;
- Социальной хартии российского бизнеса РСПП.

Компания официально признает права своих работников на безопасные условия труда, свободу от дискриминации и свободу объединений, учитывает особенности культуры и обычаи местных сообществ в регионах присутствия.

Практическая реализация соблюдения «Газпром нефтью» прав человека происходит через:

- принятие Компанией обязательств по соблюдению прав человека и включение их в нормативные документы;
- оценку рисков в области соблюдения прав человека и разработку превентивных мероприятий по их возникновению;
- взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросам, связанным с соблюдением прав человека;
- развитие каналов обратной связи, позволяющих заинтересованным сторонам выразить свое мнение или жалобу в данной области;
- контроль соблюдения прав человека персоналом Компании и ее подрядчиками.

Проанализировать показатели в области работы с персоналом ПАО «Газпром нефть» можно на основании данных таблицы 1.

На протяжении последних трех лет происходит рост среднесписочной численности персонала ПАО «Газпром нефть» на 3,3% относительно базисного года и на 1,4% относительно 2016 г. В свою очередь, рост численности был обусловлен повышением потребности в персонале в связи с изменением производственных программ добывающих активов, ростом объемов производства, расширением зон обслуживания сервисных ДО. Следует отметить, что количество присоединившихся к «Газпром нефти» превышает количество выбывших (в отчетном году присоединилось 17 184, а выбыло 16 093 работника). Положительным моментом в работе с персоналом компании является сокращение коэффициента текучести.

Таблица 1 – Анализ показателей в области работы с персоналом ПАО «Газпром нефть» за 2015-2017 гг. [5]

Персонал	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение, (+,-) 2017 год от	
				2015 г	2016 г.
1	2	3	4	5	6
Всего, человек	61 862	62 998	63 897	2 035	899
Всего принято работников, человек	17 694	14 841	17 184	-510	2 343
Всего выбыло работников, человек	16 684	14 335	16 093	-591	1 758
В том числе по собственному желанию	10 047	9 600	9 674	-373	74
Коэффициент текучести (выбывших по собственному желанию), %	16,2	15,2	15,1	-1	-

Сотрудники являются ключевым активом «Газпром нефти», ее стратегическими партнерами в достижении целей устойчивого развития. В команде «Газпром нефти» работают профессионалы с высоким уровнем вовлеченности, разделяющие ценности Компании. Забота об их благополучии, обеспечение максимума возможностей для их развития, привлечение и удержание лучших сотрудников являются приоритетными задачами для «Газпром нефти».

В Компании принята Стратегия управления персоналом до 2020 г. Она поддерживает общую стратегию «Газпром нефти» и направлена на достижение ключевых целей Компании путем ее обеспечения в настоящем и будущем необходимым количеством квалифицированных и вовлеченных сотрудников. Чтобы обеспечить потребности Компании в квалифицированных специалистах в регионах своей деятельности, «Газпром нефть» развивает программы мотивации и социальной поддержки персонала, обучения и развития сотрудников, формирования кадрового резерва.

В таблице 2 представлены данные о структуре расходов на персонал в течение последних трех лет. На протяжении последних трех лет наблюдается рост расходов на персонал нефтегазовой компании. Фонд заработной платы увеличился за три года на 16,4%, а социальные выплаты на 30,6%. На фоне этого в течение 2015-2017 гг. наблюдается рост среднемесячной заработной платы сотрудников ПАО «Газпром нефть» на 12,7%. Компания стремится обеспечить конкурентоспособность всех элементов системы вознаграждения. Пересмотр заработных плат проводится на регулярной основе в соответствии с динамикой рынка труда нефтегазового сектора.

Таблица 2 – Анализ расходов на персонал в ПАО «Газпром нефть» за 2015-2017 гг. [5]

Показатели	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение, (+,-) 2017 год от	
				2015 г	2016 г
1	2	3	4	5	6
Среднемесячная заработная плата, руб.	100222	104919	112942	12 720	8 023
Расходы на персонал, млн руб.	76 832	82 576	89 777	12 945	7 201
в том числе					
Фонд заработной платы, млн руб.	74 400	79 316	86 600	12 200	7 284
удельный вес, %	96,83	96,05	96,46	-0,37	0,41
Социальные выплаты, млн руб.	2 432	3 260	3 177	745	-83
удельный вес, %	3,17	3,95	3,54	0,37	-0,41
в том числе					
Расходы на социальный пакет и льготы, тыс. руб.	1 875 504	2 134 997	2 515 025	639 521	380 028
в том числе					
Бесплатное и дотационное питание	711 380	764 480	793 176	81 796	28 696
удельный вес, %	37,93	35,81	31,54	-6,39	-4,27
Добровольное медицинское страхование	698 542	847 477	1 100 348	401 806	252 871
удельный вес, %	6,45	8,61	9,51	3,06	0,90
Оплата путевок	121 041	183 817	239 280	118 239	55 463
удельный вес, %	6,45	8,61	9,51	3,06	0,90
Жилищная программа	215 405	142 069	133 119	-82 286	-8 950
удельный вес, %	11,49	6,65	5,29	-6,19	-1,36
Спортивные и культурные мероприятия для сотрудников	129 136	197 154	249 102	119 966	51 948
удельный вес, %	6,89	9,23	9,90	3,02	0,67

Система социальных льгот «Газпром нефти» состоит из базовых и дополнительных льгот. В первую группу входят: добровольное медицинское страхование (включая консультации врачей и при необходимости лечение в ведущих российских клиниках); страхование от несчастных случаев; доплата сверх максимального пособия по нетрудоспособности, установленного законодательством российской федерации, в том числе по больничным листам по беременности и родам; компенсационные выплаты сотрудникам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком; компенсация расходов на проезд к месту отдыха для сотрудников, работающих в регионах Крайнего Севера; предоставление социальных отпусков в связи с семейными обстоятельствами и др. Ко второй группе относятся: оплата санаторно-курортного лечения работников, абонементы в группы здоровья, корпоративные скидки на приобретение абонементов в спортивные клубы; различные виды материальной помощи в связи с семейными событиями; жилищные программы; негосударственное пенсионное обеспечение и др.

Из таблицы 2 видно, что расходы на социальный пакет и льготы в отчетном году увеличились на 639,5 млн руб. по отношению к 2015 г. и на 380,0 млн руб. по отношению к 2016 году.

Для повышения эффективности системы переменного вознаграждения запущен ряд масштабных проектов:

- частично обновлена модель годового премирования в рамках системы управления по целям;
- запущены инициативы по унификации квартального и ежемесячного премирования сотрудников «Газпром нефти»;
- в Блоке разведки и добычи внедрена программа мотивации, направленная на формирование культуры эффективности и бережливого производства;

– в Блоке логистики, переработки и сбыта определена единая структура базового вознаграждения, разработана единая тарифная сетка, учитывающая сложность работ и уровень индивидуальной квалификации рабочих. Унифицированная система премирования производственного персонала увязала переменные выплаты с достижением целей подразделений. Новая модель мотивации сократила количество компенсационных схем и повысила их прозрачность для сотрудников.

С 2016 г. в «Газпром нефти» реализуется инициатива «Ротация производственного персонала и улучшение процессов», в рамках которой сотрудники получают возможность развития в новых направлениях Компании. «Газпром нефть» ведет работу с высшими и средними специальными учебными заведениями по созданию учебных программ, специализированных кафедр в соответствии с потребностями Компании, в том числе по подготовке специалистов редких специальностей (по программам «Разработка морских нефтяных и газовых месторождений», «Геологические основы моделирования месторождений с трудноизвлекаемыми запасами углеводородов, оценка геологических запасов», «Химические реагенты и технологии гидроразрыва пласта» и др.).

К ключевым направлениям стратегии по работе с персоналом относятся:

- системный подбор и ротация персонала;
- управление талантами, развитие компетенций и обучение;
- развитие систем мотивации и формирование культуры вовлеченности;
- рост производительности труда и организационной эффективности;
- повышение эффективности функции по работе с персоналом.

Согласно данным, представленным в Отчете об устойчивом развитии ПАО «Газпром нефть» по итогам 2017 года, компанию можно признать одним из наилучших работодателей в стране. Данный вывод подтверждается результатами рейтинга работодателей России от HeadHunter (табл.3).

Таблица 3 – Десять лучших работодателей 2017 года по версии HeadHunter [7]

Место в рейтинге 2017	Компания	Специализация	Итоговый балл	Место в рейтинге 2016
1	2	3	4	5
1	Сибур	Энергетика, добыча и переработка сырья	141,0	1
2	Госкорпорация «Росатом»	Энергетика, добыча и переработка сырья	138,6	3
3	Nvidia	ИТ и интернет	115,0	11
4	«Норникель»	Энергетика, добыча и переработка сырья	114,7	5
5	ПАО «Газпром нефть»	Энергетика, добыча и переработка сырья	114,3	2
6	2ГИС	ИТ и интернет	113,5	9
7	Coca-Cola HBC Россия	FMCG	112,6	не участвовали
8	ГК Ланит	ИТ и интернет	111,8	37
9	AB Inbev	FMCG	111,099	12
10	М.Видео	Розничные, ресторанные и развлекательные сети, гостиницы	111,091	22

На наш взгляд, сам факт подачи заявки на конкурс повышает статус компании. Она может считаться одной из лучших работодателей в стране по нескольким причинам:

- участие в «Рейтинге» говорит о том, что компания открыта и готова сообщать информацию о себе;
- рейтинг оценивает компанию по нескольким критериям: учитывается мнение сотрудников компании, уровень работы HR-подразделения и, конечно, мнение общественности.

Согласно представленным данным, можно утверждать, что лучшим работодателем второй год подряд становится «Сибур». «Газпром нефть», занимавшая в 2016-м второе место, спустилась в этом году на пятую строчку после «Росатома», Nvidia и «Норникеля».

Подводя итог вышеизложенному, можно заключить, что социальная политика ПАО «Газпром нефть» является конкурентным преимуществом компании, повышает ее привлекательность на рынке труда и направлена на привлечение и долгосрочное удержание хороших работников. Базовым принципом социальной политики нефтегазовой компании является социальное партнерство, которое осуществляется через предоставление работникам различных видов выплат социального характера, личного страхования, медицинского, жилищного и дополнительного пенсионного обеспечения. Рассмотренные в статье аспекты

характеризуют ПАО «Газпром нефть» как социально ответственную компанию.

Список литературы

1. Демкина К.А. Роль профсоюзов в повышении корпоративной социальной ответственности // *Бизнес-образование в экономике знаний*. – 2018. – №2 (10). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-profsoyuzov-v-povyshenii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 19.11.2018).
2. Дмитриев В.А. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. – М.: Внешэкономбанк, 2011. – 56 с.
3. Корпоративная социальная ответственность / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 445 с.
4. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>.
5. Отчет об устойчивом развитии ПАО «Газпром нефть» за 2017 год [Электронный ресурс]. – URL: <http://media.rspp.ru/document/1/1/3/132d52822f0be84ca4b966af12e9ecc5.pdf>.
6. Рейтинг «Социальной эффективности крупнейших российских компаний» [Электронный ресурс] / Рейтинговое агентство АК&М. – 2018. – URL: <http://www.akmrating.ru/ru/ranking/index/32>.
7. Рейтинг работодателей России 2017 [Электронный ресурс]. – URL: <https://hh.ru/article/306508>.
8. Строков М.А. Социальная ответственность отечественных предпринимательских структур в системе их конкурентоспособности // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 2 (40). – С. 27-32.
9. Хмелевская К.Ю. Корпоративное управление как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // *Экономическая среда*. – 2017. – № 1 (19). – С. 160-163.
10. Шедько Ю.Н. Комплексный подход к стратегии устойчивого развития предприятия // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2016. – № 6 (18). – С. 56-58.
11. Adams R., Jeanrenaud S., Bessant J., Denyer D., Overy P. Sustainability-oriented Innovation: A Systematic Review // *International Journal of Management Reviews*. – 2016. – Т. 18, № 2. – С. 180-205.
12. Flammer C. Does Corporate Social Responsibility Lead to Superior Financial Performance? A Regression Discontinuity Approach // *Management Science*. – 2015. – Т. 61, № 11. – С. 2549-2568.
13. Ioannou I., Serafeim G. The impact of corporate social responsibility on investment recommendations: Analysts' perceptions and shifting institutional logics // *Strategic Management Journal*. – 2015. – Т. 36, № 7. – С. 1053-1081.
14. Saeidi S. P., Sofian S., Saeidi P., Saeidi S. A. How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction // *Journal of Business Research*. – 2015. – Т. 68, № 2. – С. 341-350.
15. Touboulis A., Walker H. Theories in sustainable supply chain management: a structured literature review // *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. – 2015. – Т. 45, № 1-2. – С. 16-42.

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.1:338.001.36

Арманшина Г.Р., Ильминская С.А.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ДИСПРОПОРЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Armanshina G.R., Ilminskaya S.A.

INTERREGIONAL DISPROPORTIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA: REASONS AND CONSEQUENCES

Арманишина Гульнара Рамильевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

Armanshina Gulnara Ramiljevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gulnararm@mail.ru

Ильминская Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Ilminskaya Svetlana Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Аннотация: В статье исследованы причины возникновения межрегиональных диспропорций социально-экономического развития регионов. Рассмотрены основные тенденции этого процесса в современной России на примере Центрального федерального округа. Проанализирована методика выявления социально-экономических диспропорций регионального развития и алгоритм выявления этих диспропорций. Обозначены основные направления региональной политики, призванные обеспечить диагностику, учет и устранение негативных последствий от региональных диспропорций

Abstract: The grounds of interregional disproportions of regions social and economic development are investigated in the article. The basic tendencies of this process in modern Russia on the example of Central Federal District are considered. The technique of revealing of social and economic disproportions of regional development and the algorithm of revealing of these disproportions are analyzed. The basic directions of the regional policy for diagnostics, accounting and elimination of negative consequences of regional disproportions are enumerated.

Ключевые слова: экономика региона, валовой региональный продукт, структурные диспропорции, региональная политика

Keywords: region economy, gross regional product, disproportions of social and economic development, structural disproportions, regional policy

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (Научный проект 18-010-01011 А)

Неравенство уровней социально-экономического развития регионов наблюдается во всех странах. Однако у нас оно значительно даже в рамках одного федерального округа и огромно в масштабах страны. Необходимо понимать, что сокращение диспропорций социально-экономического развития субъектов Российской Федерации – процесс долгий, как отметил руководитель Центра региональной социологии Института социологии РАН, д.с.н. В.В. Маркин: «Проблема локальной (региональной) социально-пространственной идентификации особенно актуальна для России, имеющей самую большую в мире межконтинентальную национально-государственную территорию, на которой с середины 90-х годов прошлого века развернулась глубочайшая общественная трансформация со сверхдальнесрочной перспективой ее окончания или еще более долгим пребыванием в этом «транзите» [6].

Ключевые направления преодоления неравенства социально-экономического развития регионов страны определены Президентом России ещё в 2008 году на заседании Государственного Совета Российской Федерации, где рассматривалась стратегия развития России до 2020 г. Сбалансированное социально-экономическое развитие регионов Российской Федерации было обозначено как основная задача федеральной и региональной политики государства.

Однако на сегодняшний день совместные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления не позволили достичь поставленной цели.

Тенденции пространственного развития, сложившиеся в последние 15 лет, оказались устойчивыми к внешним факторам, поэтому ни финансовый кризис и следующее за ним восстановление экономики, ни нынешние экономические вызовы не привели к значительному изменению территориальных пропорций производства и потребления. Одновременно сохраняется высокий уровень межрегиональных различий по таким показателям, как ВРП на душу населения, доходы населения, инвестиции в основной капитал, бюджетная обеспеченность.

Межрегиональная диспропорциональность в современной России проявляется в различиях между бедными и достаточно богатыми субъектами по валовому региональному продукту. Она в свою очередь подтверждает формирование диспропорций в социально-экономическом развитии регионов государства.

Наиболее ярко эти тенденции прослеживаются на примере Центрального федерального округа (ЦФО), который находится в авангарде национальной экономики по многим показателям социально-экономического развития. На его территории находится около 25% основных фондов страны и производится около 30% общероссийского валового регионального продукта (табл. 1, рисунок 1).

Таблица 1 – Структура валового регионального продукта ЦФО по регионам, %

Субъект РФ	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Белгородская область	3,16	3,13	2,97	2,97	3,06	3,03
Брянская область	1,08	1,19	1,15	1,16	1,20	1,18
Владимирская область	1,63	1,64	1,60	1,57	1,63	1,62
Воронежская область	2,96	3,24	3,19	3,44	3,56	3,49
Ивановская область	0,80	0,78	0,83	0,73	0,80	0,74
Калужская область	1,46	1,64	1,53	1,56	1,50	1,55
Костромская область	0,73	0,75	0,73	0,70	0,71	0,67
Курская область	1,42	1,42	1,42	1,43	1,49	1,51
Липецкая область	1,79	1,68	1,65	1,91	1,98	1,95
Московская область	13,55	13,52	13,29	13,15	14,04	14,77
Орловская область	0,82	0,84	0,86	0,86	0,92	0,89
Рязанская область	1,33	1,46	1,46	1,42	1,43	1,40
Смоленская область	1,13	1,16	1,18	1,12	1,13	1,09
Тамбовская область	1,08	1,17	1,23	1,37	1,40	1,29
Тверская область	1,59	1,54	1,56	1,52	1,45	1,49
Тульская область	1,74	1,79	1,82	1,97	2,11	2,15
Ярославская область	1,79	1,88	1,89	1,88	1,95	1,95
г. Москва	61,94	61,19	61,66	61,24	59,66	59,25
Центральный федеральный округ, в % к РФ в целом	26,64	25,57	26,20	26,35	27,18	28,02

Кроме того, на рисунке 1 четко прослеживаются диспропорции межрегионального социально-экономического развития внутри Центрального федерального округа.

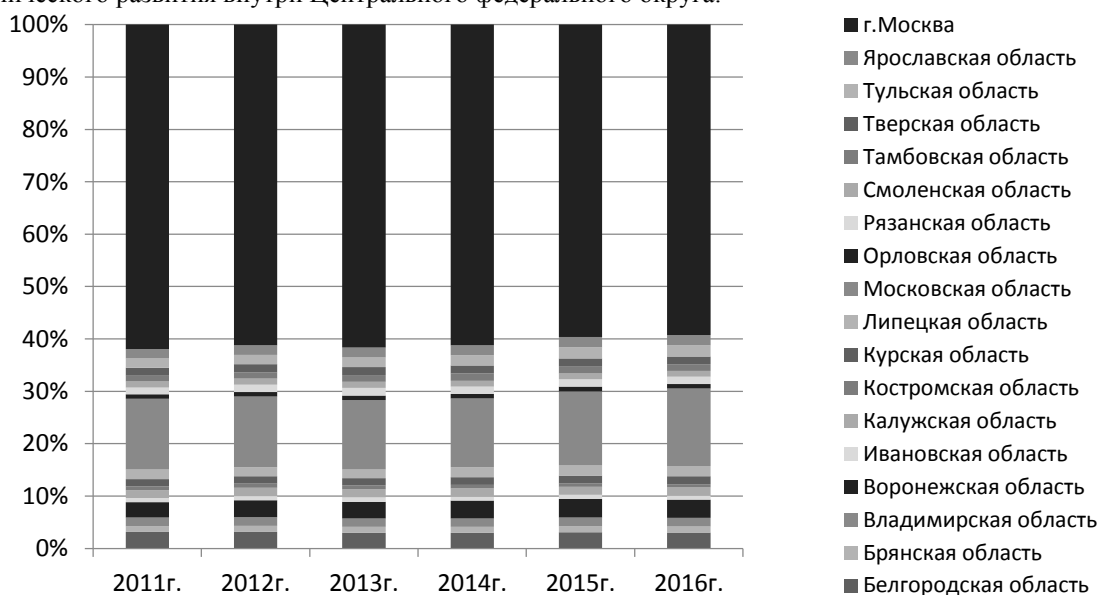


Рисунок 1 – Структура валового регионального продукта по регионам ЦФО за 2011-2016 гг., %

Более половины валового регионального продукта приходится на г. Москву, там же сосредоточена большая часть численности населения, объема промышленного производства и объема инвестиций в основной капитал (рис. 2).

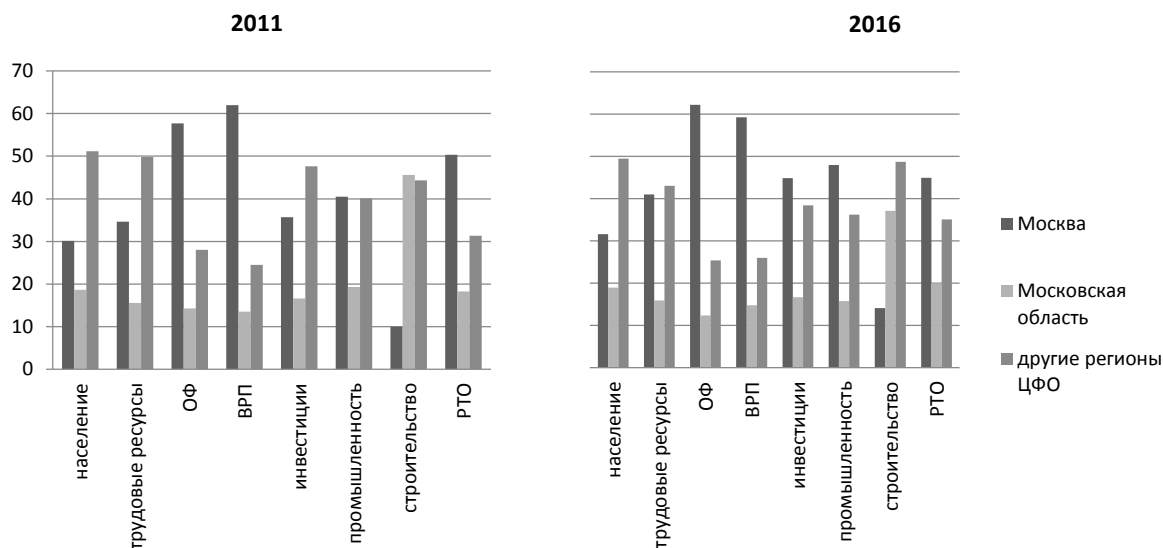


Рисунок 2 – Удельный вес основных показателей ЦФО в показателях Российской Федерации в 2011 и 2016 гг. (в %)

Кроме того, следует отметить, что г. Москва и Московская область наращивают свои позиции по ключевым показателям социально-экономического развития, то есть разрыв между бедными и богатыми регионами растет. На их долю в 2016 г. приходится 50,51% населения ЦФО против 48,81% в 2011 г., при этом здесь производится 74,02% суммарного ВРП ЦФО против 75,49% в 2011 г., вкладывается 61,59% инвестиций в 2016 г. против 52,37% в 2011 г., реализуется 64,88% розничного товарооборота против 68,67% в 2011 г. Оставшиеся 26% ВРП ЦФО делят между собой 16 регионов с долей 1-3%, и менее одного процента ВРП приходится на 3 региона: Орловскую, Костромскую и Ивановскую области.

Таким образом, мы видим, что экономический потенциал 16 нестоличных регионов несопоставим с г. Москвой, а их доля в формировании большинства сводных показателей ЦФО меньше, чем столичных. Тенденции и факторы экономического роста субъектов ЦФО без Московского региона показывают, что их развитие соответствует общероссийским трендам.

Причиной такой ситуации является развитие и усиление межрегиональной диспропорциональности. Межрегиональная диспропорциональность социально-экономического развития - это отклонение показателей уровня жизни, несоответствие условий хозяйственной деятельности и ее эффективности в регионе или в группе регионов от принятых среднероссийских показателей. Эти процессы порождают диспропорции и в социальной структуре общества, стратификационные процессы, которые становятся исключительно болезненными [7].

Различие регионов по их производственному потенциалу и по участию в использовании и формировании средств федерального бюджета влечет за собой формирование регионов, где сосредоточена большая часть финансовых и властных возможностей, и регионов, не располагающих такими возможностями. Поэтому формируются так называемые региональные «ядро» и «периферия» [2].

Используя различные политические инструменты, отдельные регионы стремятся попасть в региональное «ядро», получая определенные льготы и права. Вследствие чего в рамках единого социально-экономического пространства формируется дискриминация «ядром» «периферии». Примером является г. Москва и другие регионы ЦФО. Так как в г. Москве сосредоточено до 80% всех финансовых ресурсов страны и зарегистрировано большинство крупных промышленных и сырьевых предприятий, чьи производственные подразделения находятся в других регионах страны, то столичный регион присваивает тем самым часть доходов региональной «периферии». Такая ситуация приводит к усилению межрегиональных диспропорций и стратификационных процессов.

Создание в регионах благоприятных экономических условий для бизнеса, развития экономики по инновационному вектору с привлечением частных инвестиций, поддержка перспективных видов экономической деятельности с учетом региональной специализации, повышение условий жизни населения и доступность бюджетных услуг являются необходимыми условиями преодоления диспропорций социально-экономического развития [5].

Одной из причин межрегиональных диспропорций являются структурные диспропорции развития экономики государства в целом.

Неравномерное распределение ресурсного потенциала, производительных сил, исторически сложившаяся и десятилетиями не меняющаяся производственная структура, а также низкая мобильность населения приводят к усилению неравномерности территориального развития, о чем свидетельствует валовой региональный продукт на душу населения (рис. 3).

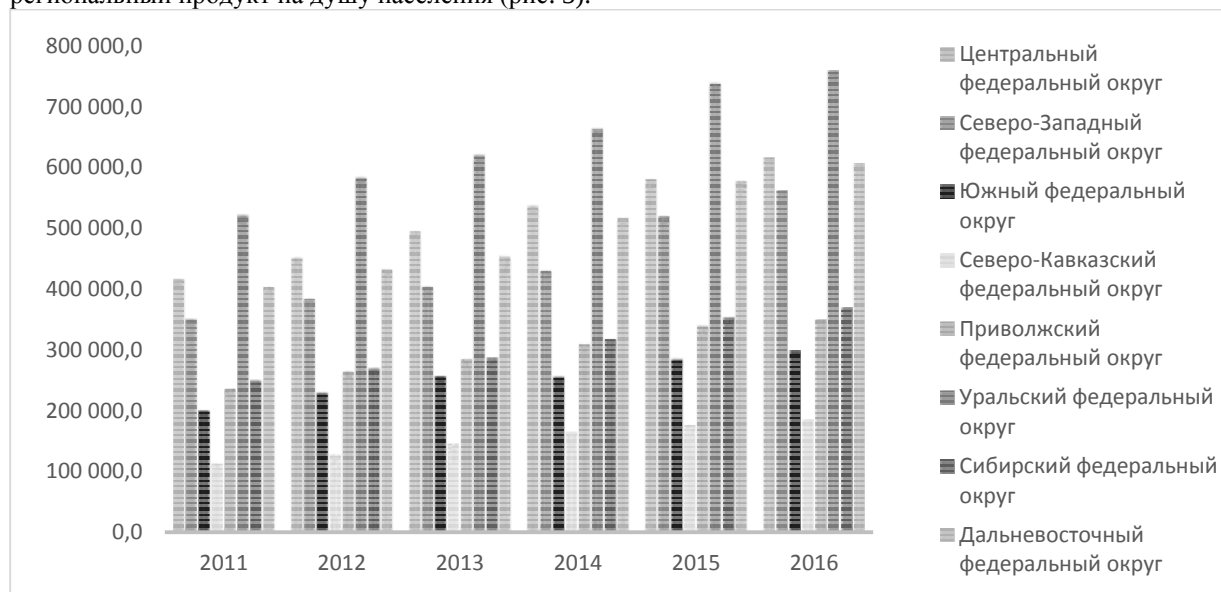


Рисунок 3 – Валовой региональный продукт на душу населения по федеральным округам Российской Федерации, рублей

Так, на протяжении последних лет отмечено опережающее развитие Уральского, Центрального, Дальневосточного и Северо-Западного федеральных округов, где сосредоточена основная часть производственных мощностей, научно-исследовательских комплексов, высококвалифицированных работников, а также развита транспортно-логистическая и инвестиционно-инновационная инфраструктура. Регионы, входящие в состав остальных федеральных округов, имеют низкий ВРП на душу населения, высокий уровень безработицы и объем дотаций из федерального бюджета (рис. 4). Таким образом, в России складывается ситуация, когда «богатые» регионы богатеют, а «бедные» беднеют.

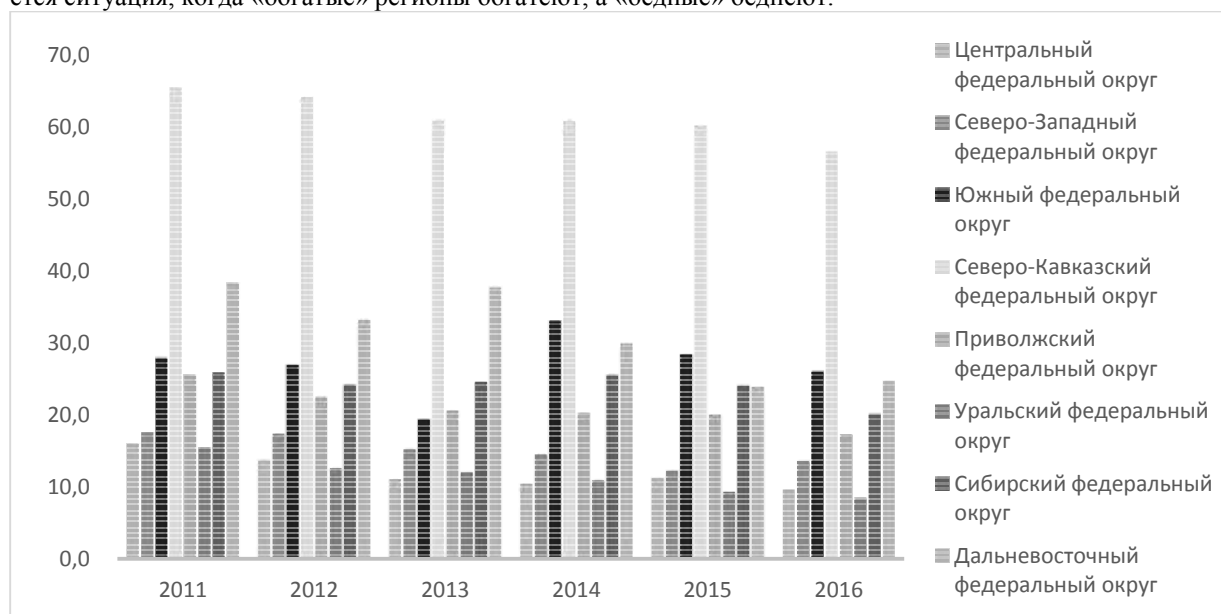


Рисунок 4 – Доля трансфертов в доходах местных бюджетов Российской Федерации, %

Для преодоления этой проблемы необходимо сосредоточиться на вопросах разработки методики выявления социально-экономических диспропорций регионального развития.

В работе В.Е. Реутова, Д.А. Хомицкой детально изучена и проанализирована методика выявления социально-экономических диспропорций регионального развития и предложен алгоритм выявления этих диспропорций (рис. 3) [4].

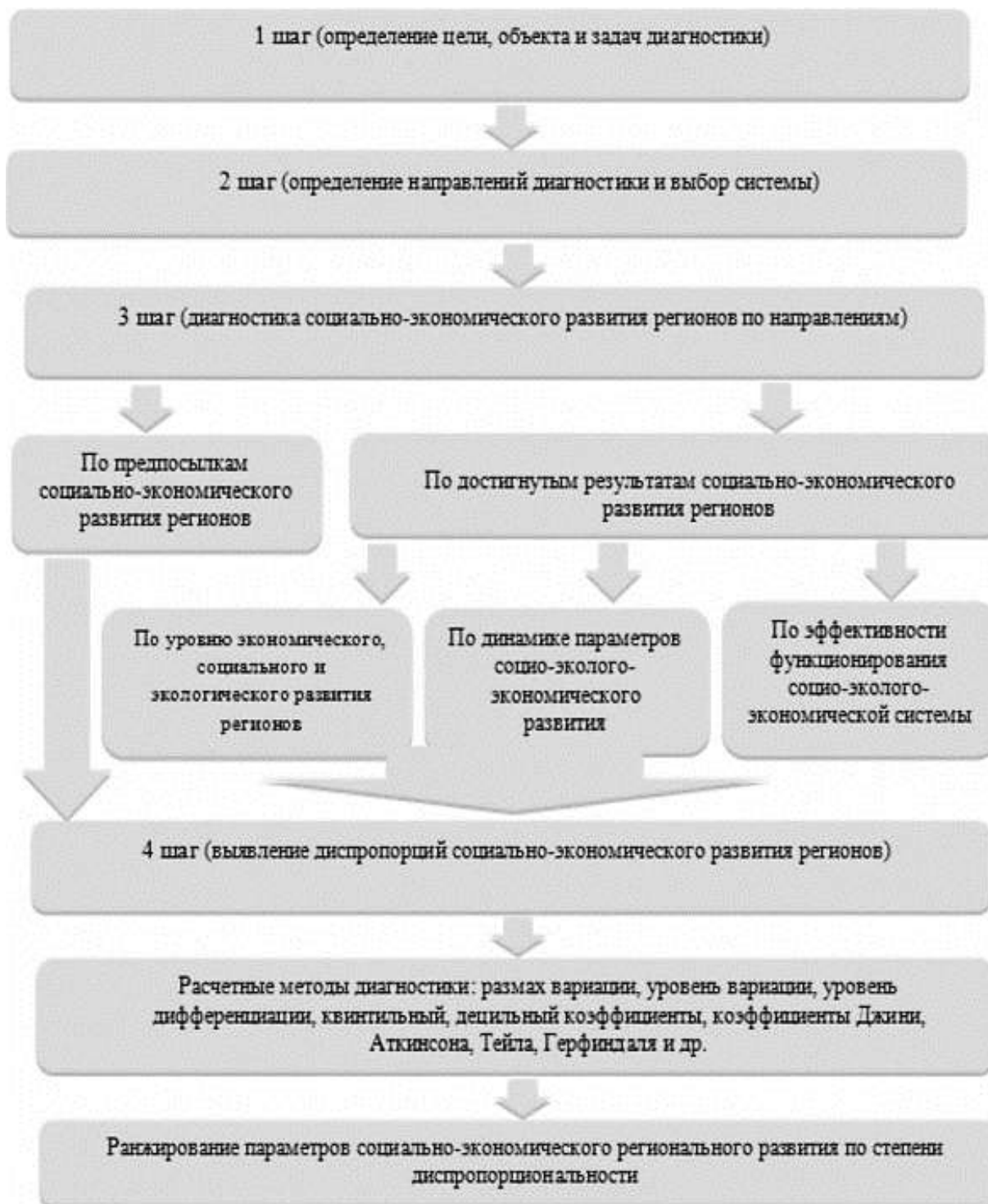


Рисунок 3 – Алгоритм выявления диспропорций социально-экономического регионального развития

Предложенный алгоритм основывается на показателях, сгруппированных по трем блокам: экономическому, социальному и экологическому. Анализ указанных показателей позволит провести комплексную диагностику территориальных диспропорций по предпосылкам и результатам работы региональных социо-эколого-экономических систем.

Методика предполагает выявление социально-экономических диспропорций по двум направлениям: по предпосылкам регионального развития и по достигнутым результатам регионального развития [1].

Выявление социально-экономических диспропорций по предпосылкам регионального развития обусловлено необходимостью оценки стартовых предпосылок для обеспечения регионального роста. Выявление социально-экономических диспропорций по достигнутым результатам предусматривает диагностику достигнутых уровней регионального роста по параметрам устойчивости от приемлемого до чрезмерного уровня неравенства. Оценка социально-экономических диспропорций регионального развития с позиции использования регионами своих возможностей проводится путем сопоставления указанных направлений.

Таким образом, для решения болезненной проблемы неравенства в социально-экономическом развитии регионов, которая на сегодняшний день остается актуальной, необходимо проведение активной государственной политики [8]. Первоочередной задачей такой политики является сохранение положительных показателей в развитии регионов страны, систематическое определение и решение этих проблем. Целью регионального управления в этой области является диагностика и учет различных территориальных диспропорций, поскольку они становятся причиной изменчивости и неопределенности социальной и экономической сред. Органы государственной власти должны стремиться к уменьшению и устранению негативных последствий от региональных диспропорций и искать механизмы, способные снизить различия между субъектами страны [3].

Наделение регионов Российской Федерации рядом полномочий в области политического, социально-экономического, правового и демографического управления формирует платформу для повышения комфортности жизни населения и социально-экономического развития государства в целом.

Список литературы

1. Вахович И.М., Лакатош И.М. Диагностика асимметрии регионального развития // *Экономические науки. Серия «Региональная экономика» : сборник научных трудов ЛГТУ. – Вып. 5 (17). – Ч. 2. – Луцк, 2008. – С. 232-238.*
2. Капустина Л.М. Эволюция отношений регионов и центра России // *Региональная экономика: теория и практика. – 2001. – № 3 – С. 26.*
3. Нестерова Л.И. Стратегия регионального развития: выравнивание или поляризация // *Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 2 – С. 12.*
4. Реутов В.Е., Хомицкая Д.А. Методика выявления социально-экономических диспропорций регионального развития // *Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – Т. 7. – № 2А. – С. 145-158.*
5. Савинков В.И. Диспропорции социально-экономического развития регионов России: пути и механизмы преодоления // *Власть. – 2010. – №5. – С. 15-19.*
6. Сборник материалов социологических исследований / отв. ред. В.В. Маркин; Институт социологии РАН. – М.: Экслибрис-Пресс, 2007. – С. 9.
7. Уржа О.А. Теоретико-методологические основы управления процессами функционирования социальной структуры современного российского общества (социологический аспект): дис. ... докт. соц. наук. – М., 2000.
8. Фролова Е.В. Инфраструктура муниципальных образований: социологический анализ. – М.: Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2011. – 174 с.

УДК 330.3:658.1(470.319)

Кононова Е.Е., Магомедалиева О.В., Мусатова И.В., Яковлева Т.В.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНА:
ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

Kononova E.E., Magomedalieva O.V., Musatova I.V., Jakovleva T.V.

ESTIMATION OF INFLUENCE OF INDUSTRIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF THE
OREL REGION ON THE ECOLOGICAL CONDITION OF AREA: PROBLEMS AND FEATURES
OF MANAGEMENT

Кононова Елена Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: len.kononowa@yandex.ru

Kononova Elena Evgenjevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: len.kononowa@yandex.ru

Магомедалиева Ольга Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: olga-magomedalieva@yandex.ru

Magomedalieva Olga Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: olga-magomedalieva@yandex.ru

Мусатова Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: irina-musatova@yandex.ru

Musatova Irina Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: irina-musatova@yandex.ru

Яковлева Татьяна Владимировна, магистрант направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: vladimirowna.tatka@yandex.ru

Jakovleva Tatyana Vladimirovna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: vladimirowna.tatka@yandex.ru

Аннотация: В статье отражены проблемы загрязнения окружающей среды и утилизации отходов в регионе; представлены принципы и особенности внедрения безотходных производств. Анализируется актуальность проблемы экологической безопасности на предприятии в условиях современной экономики

Abstract: The problems of environmental pollution and recycling of wastes in the region are highlighted in the article. The principles and features of introduction of wasteless production are presented. The urgency of the problem of ecological safety at the enterprise under conditions of modern economy is analyzed

Ключевые слова: экологическая обстановка, безотходные производства, экологическая безопасность, управление отходами, эколого-экономический аспект

Keywords: ecological conditions, wasteless production, ecological safety, wastes management, ecologic-economic aspect

Воздействие на окружающую среду – важная мировая проблема. Требования по ослаблению этого воздействия выдвигаются многими, в том числе государственными организациями, торговыми ассоциациями, компаниями, формирующими цепочки поставок, и другими социально и финансово заинтересованными сторонами.

Проводимый мониторинг использования различного сырья и образование новых видов отходов приводят к выводу о том, что в дальнейшем развитие различных производств будет основываться на новых подходах с учетом экологических ограничений. Вторичное сырьё станет основным для промышленного производства [2].

Очень важной и насущной проблемой современного общества является загрязнение окружающей среды. Всё неиспользованное в процессе переработки сырьё (около 90%) поступает в окружающую среду в виде различных отходов. В настоящее время огромное внимание уделяется, выбросам тяжёлых металлов,

поскольку по выделению уровня токсичности по отношению к живым организмам различные металлы «крайне устойчиво стоят» на первом месте, опережая различного рода пестициды и радиоактивные вещества [8]. Выбросы металлов вызывают несчётное количество заболеваний: различного рода наследственные болезни, паралич, рак, сердечно-сосудистые заболевания или же умственную неполноценность.

С развитием новых технологий окружающая среда стала заметно ухудшаться: качество воды в реках ухудшается, выбрасывается мусор, загрязняется воздух, исчезают некоторые виды живых организмов и т.д. В связи с этим появилось такое понятие, как экологические проблемы. Перемена природной среды вследствие антропогенного воздействия или стихийных бедствий приводит к изменению структуры и функционирования природы. Однако все перечисленные выше экологические проблемы наносят вред не только растительному и животному миру, но и непосредственно губят здоровье людей. Из-за загрязнения воздуха, воды и земли появляются многочисленные болезни, отравление химическими, биологическими и токсическими веществами. Хотя эта тема с экологией поднималась неоднократно, к сожалению, не все воспринимают ее в серьез, люди продолжают дальше мусорить, засорять, загрязнять и всячески портить окружающую среду. Огромное количество локальных экологических проблем может привести к глобальным последствиям.

Положение комплексного бережливого применения сырья в Российской Федерации возведено в категорию общегосударственной задачи и конкретно сформулировано в ряде распоряжений государства [4].

Анализируя предложенную Организацией объединенных наций программу по проблемам окружающей среды, невозможно не заметить, что охрана всей окружающей среды и рациональное использование ресурсов природы – актуальнейшие проблемы современного человечества, и решение этих проблем обуславливает бескризисное будущее всего человечества и его устойчивое развитие.

Под устойчивым развитием предполагается определенное экономическое развитие, которое удовлетворяет потребности человека и протекает без нанесения вреда их среде обитания (климат, состояние атмосферы и гидросферы, состояние почвы и других ресурсов природы, состояние растительного и животного мира) и для будущих поколений.

Современная промышленная экология — научное направление, предметом изучения которого является изучение антропогенного воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду. Перед промышленной экологией как наукой стоит определенный ряд задач: осуществление контроля загрязнений окружающей среды; проведение точного анализа экологической ситуации.



Рисунок 1 – Основные черты экологического производства

Основываясь на данных детального анализа, можно провести оценку степени воздействия производственной деятельности предприятий на биосферу, спрогнозировать возможные изменения в состоянии окружающей среды, спланировать мероприятия по уменьшению влияния хозяйственной деятельности предприятия на природную среду.

При создании безотходных экологических производств приходится решать ряд организационных, технических, технологических, экономических задач. Для разработки и внедрения безотходных производств можно выделить ряд принципов.

1. Принцип системности. Подобным образом положение системности, находящиеся в основании формирования безотходных производств, обязано принимать во внимание имеющуюся и обостряющуюся взаимосвязь и взаимозависимость производственных, общественных и природных течений.

2. Комплексность использования ресурсов. Положение комплексного бережливого применения сырья в Российской Федерации возведено в категорию общегосударственной задачи и конкретно сформулировано в ряде распоряжений государства.

3. Цикличность материальных потоков.

4. Требование ограничения воздействия производства на окружающую природную и социальную среду с учетом планомерного и целенаправленного роста его объемов и экологического совершенства.

5. Рациональность организации производства [6].

Ряд экономических, социальных, экологических и политических кризисов показал, что сложившаяся традиционная модель развития общества имеет ряд важных недостатков. Поэтому следует предпринять соответствующие усилия для поиска новых, более продуктивных, достоверных и безопасных путей устойчивого развития региональной системы.

Можно выстроить организацию элементов системы, которая обеспечит:

- постоянное равновесие развития системы «человек-экономика-природная среда»;
- повышенную управляемость организации;
- усовершенствование показателей затрат;
- увеличение эффекта системы.

Сегодняшняя концепция устойчивого развития региональной системы основана на принципах «зеленой экономики», которая может обеспечить как системную устойчивость, так и ее эффективное развитие.

В настоящее время Российская Федерация предпринимает определенные шаги в направлении «зеленой» экономики. Целью зеленого развития экономики России является показание жизнеспособности новейшей экологической и энергетической модели, опирающейся на передовые технологии и источники энергии при сохранении темпов роста ВВП.

Орловская область - одна из экономических зон, которая подходит для осуществления зеленой экономики, но для того чтобы область оставалась развивающейся в этой сфере, местным властям стоит ужесточить меры по охране окружающей среды.

В любом регионе есть свои недостатки, связанные с охраной окружающей среды, которые впоследствии могут перерасти в серьезные трудности для страны или даже всего мира. Именно поэтому необходимо сразу же искоренять зарождающиеся проблемы местной экологии.

Сегодня город Орел является крупным промышленным центром с большим количеством заводов и фабрик. Наиболее развито пищевое производство, производство электрооборудования и машин, изделий из металла. Среди основных промышленных предприятий города - Орловский сталепрокатный завод, завод «Научприбор», «Стекломаш Орёл», завод имени М.Г. Медведева «Машиностроение», «Орёл-мебель», «Орёлтекмаш», «Дормаш», «Санофи-Авентис Восток».

В отрасли пищевой промышленности заняты такие предприятия, как хлебо- и мясокомбинат, Орловская кондитерская фабрика, маслособойный завод, завод ликеро-водочной продукции, молочный комбинат.

На сегодняшний день можно сделать вывод о том, что развитая региональная промышленность глубоко влияет на экологическое состояние в регионе. Наибольшему отрицательному воздействию подвержены районы города, расположенные рядом с железной дорогой и крупными заводами и энергетическими предприятиями. Это Орловский сталепрокатный завод, ТЭЦ, или «Орелгортеплоэнерго», АО «Орловский завод дорожных машин», ветеринарно-санитарный утилизационный завод по производству мясо-костной муки, который занимается переработкой и утилизацией трупов животных и отходов мясной промышленности, маслозавод, АБЗ «Орелкоммунстрой», АО «Химтекстильмаш», ООО «ИнтерБетон». Эти предприятия ежегодно увеличивают уровень загрязнения атмосферы и гидросферы.

Так, например, в ОАО «Орелрастмасло» из 29 источников выбросов вредных веществ только 7 оборудовано очистными конструкциями. С мясо-костным утилизационным заводом связаны непрекращающиеся жалобы со стороны простого населения на неприятный запах, который не выветривается на улицах с самого утра и до позднего вечера.

АБЗ «Орелкоммунстрой», АО «Химтекстильмаш» выбрасывают большие объемы золы, ацетона, толуола, окиси азота, серной кислоты, бутилацетата. На предприятии «ИнтерБетон» в ходе работ происходит выброс пыли с содержанием оксида кремния, при разгрузке материалов (щебня, песка) – оксида железа, марганца.

Рассматривая влияние на экологию производственных предприятий в регионе, можно сказать, что начиная с 2014 года по 2017 год уровень отходов обрабатывающих производств на территории Орловской области снижается в среднем на 283,9 тыс. тонн. Наибольшую долю в общем объеме образования отходов занимает пищевая промышленность, производимая продукция которой является основным продуктом жизнеобеспечения населения области. Полученные данные свидетельствуют о положительной динамике снижения данного значения, что свидетельствует о принимаемых мерах по борьбе с промышленным загрязнением окружающей среды (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика образования в Орловской области отходов производства и потребления по видам обрабатывающих производств за 2011- 2017 гг. (тыс. т)

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Обрабатывающие производства, в том числе:	555,0	1 124,5	727,9	1 511,5	1 186,1	984,1	659,9
пищевое производство, включая напитки	470,1	988,6	614,3	1 328,7	989,5	788,2	593,6
текстильная и химическая продукция	0,4	0,3	0,5	0,8	0,108	0,92	0,45
прочие неметаллические минеральные продукты	34,0	39,9	42,9	39,1	27,9	35,66	6,2
металлургия и производство готовых металлических изделий	31,5	49,5	47,9	40,2	37,4	31,42	27,8
прочие виды производства	4,7	2,0	5,8	8	7,7	8,2	31,8

Уже сегодня многие организации Орловской области успешно занимаются разработкой масштабных экологических проектов, например, ООО «ЭкоПолис» реализует в Орловской области комплексный экологический проект по созданию нового полигона и высокотехнологичного мусороперерабатывающего ЭкоТехноПарка в Орловском районе. А также ООО «Росресурс» реализует проект по строительству комплекса по обработке и размещению отходов на территории Мценского района мощностью 35 000 тонн. В настоящее время строительство мусоросортировочного цеха завершено. На территории города Орла завершено строительство сортировочного комплекса, принадлежащего ООО «ЭкоСити», мощностью 200 000 тонн в год.

Ввод в эксплуатацию данных объектов позволит обрабатывать 100% образующихся в регионе твердых коммунальных отходов, что решит вопрос с запретом на захоронение отходов, в состав которых входят полезные компоненты, подлежащие утилизации.

Орловская область не входит в перечень регионов с неблагоприятной экологической обстановкой, однако наблюдаемая аккумуляция загрязняющих веществ в окружающей среде, наличие хоть и локальных, но множественных зон повышенных загрязнений, имеющаяся антропогенная нагрузка на значительной территории сформировали тенденцию деградации экосистем, экотипов, уменьшения биоразнообразия. Наибольшую нагрузку несут водные объекты, почвы, леса, животный мир.

На рисунке 2 представим рейтинг предприятий Орловской области, которые являются основными источниками образования отходов в 2017 году.

Основными источниками образования отходов являются: ООО «Знаменский СГЦ»; АО «Агрофирма «Ливенское мясо»; ЗАО «Сахарный комбинат Колпнянский»; Молочный комбинат «Орловский».

Указанные выше предприятия огромное влияние оказывают в первую очередь на водный баланс. Большое количество сточных вод, которые не очищаются на локальном уровне, отправляются на городские очистные сооружения. Без предварительной очистки такие стоки не могут быть направлены на очистные сооружения или в природные водоемы.

Поступление аналогичных стоков на очистные сооружения города приводит к нарушению кислородного режима, так как его содержание уменьшается. Это в свою очередь приводит к негативному влиянию на процессы биологической очистки и на микрофлору в целом.

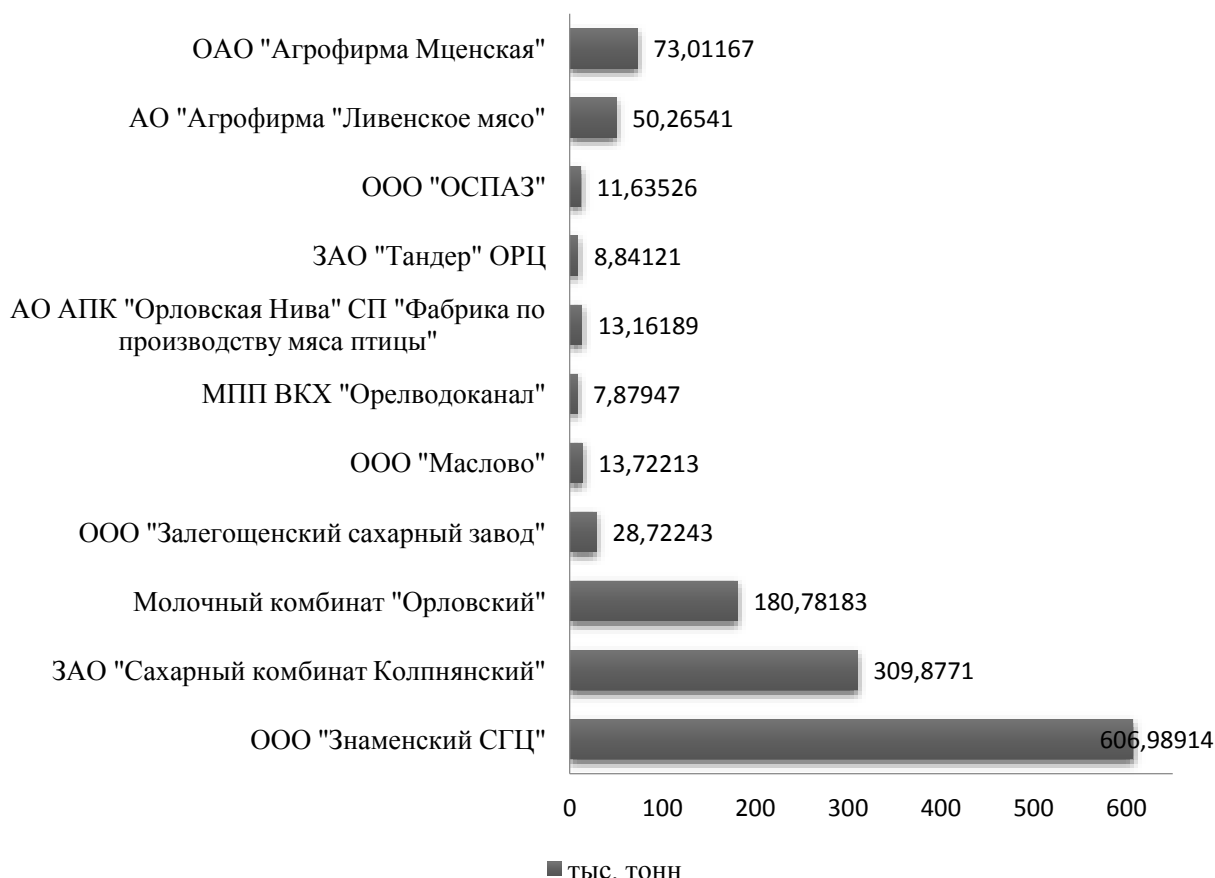


Рисунок 2 – Рейтинг предприятий Орловской области – основных источников образования отходов за 2017 год (тыс. тонн)

Существуют случаи, когда сточные воды молокозаводов, заводов по производству сахара и многих других предприятий сбрасываются в коммунальные системы водоотведения. Но для этого необходимо, чтобы сбрасываемые сточные воды соответствовали нормам сброса в городскую канализацию, поэтому сточные воды должны пройти следующие стадии очистки:

1. Механическая очистка.

Состав сооружений механической очистки представлен решётками различного вида, фильтрами и отстойниками. Такую обработку применяют, чтобы выделить нерастворимые органические и минеральные примеси. Это стадия предварительной очистки. Благодаря механической очистке содержание взвешенных веществ снижается до 20%.

2. Химическая очистка.

Чтобы нейтрализовать минеральные кислоты и щёлочи применяют химическую очистку. Она производится путем добавления реагентов, фильтрованием кислых вод через специальные нейтрализующие материалы и некоторыми другими.

3. Биологическая очистка.

Существует два вида такой очистки:

1. Аэробный вид.
2. Анаэробный вид.

В первом случае используются аэробные микроорганизмы, которые зависят от содержания в воде свободного кислорода. Во втором случае, разрушение примесей происходит при помощи анаэробных организмов, жизнь которых не зависит от доступа кислорода. Второй метод используется намного реже.

4. Обеззараживание сточных вод.

При этом способе используют ультрафиолетовые лучи, потому что дезинфекция ультрафиолетом не приводит к токсическому влиянию на водные организмы и не способствует образованию вредных химических соединений [4].

Вопросы, связанные с окружающей средой, находятся на постоянном контроле городского управления. Рассмотрим проблемы водных объектов и мероприятия по устранению негативных причин экологической безопасности в городе.

На сегодняшний день состояние водных объектов г. Орла (2 реки, 3 пруда, 2 русловых водохранилища и озеро) неудовлетворительное, они не отвечают некоторым санитарным нормам, имеют нездоровый цвет, так как за многие годы они подвергались выбросам со стороны предприятий. Например, ЛПДС «Стальной Конь» выбрасывало в р. Оку нефтепродукты некоторое время. Поверхностный сток с территории без очистки сбрасывается в реки Оку и Орлик по 40 выпускам ливневой канализации. Не на всех предприятиях есть локальные очистки сточных вод, следовательно, отсюда и происходит загрязнение. Также увеличение свалок около водных объектов, ухудшение состояния канализации, стоянок автотранспорта еще негативнее сказываются на общем положении рек и озер в Орле. После зимы можно наблюдать значительное количество мусора на реках. Все это скопление вредных веществ, безусловно, отрицательно сказывается на экологии города.

Исходя из рассмотренных проблем и мероприятий, связанных с состоянием окружающей среды в городе, можно сделать вывод о том, что недостатки в экологии, конечно, имеются, хотя местное управление все же разрабатывает пути преодоления данных трудностей. Создаются и экологические отряды, и осуществляются генеральные уборки на свежем воздухе, и проводятся исследования о качестве потребляемой воды, и происходит чистка труб и канализации, установка близ рек и озер различных щитов о запрете загрязнения и многое другое.

Любое вмешательство в естественную систему влечет за собой неблагоприятные последствия. Так, благодаря круговороту в природе обеспечивается планомерная утилизация всех органических отходов и вовлечение продуктов распада в новые жизненные процессы. Но с последствиями человеческой деятельности природа не справляется. Это касается и биологических отходов, которые не только несут опасность для окружающей среды, но и представляют собой риск распространения инфекций, опасных для человека. По этой причине необходимо правильно утилизировать биоотходы.

Основным поставщиком биологических отходов является сельское хозяйство, пищевая промышленность и торговля. Трупы животных, их органы и ткани, испорченное мясо, рыба, птица и продукция из них составляют основную массу биологического мусора. Не стоит забывать и об органических отходах, которыми являются продукты жизнедеятельности животных: навоз и помет.

К большому сожалению, в Орловской области данный вопрос наиболее актуален. Вблизи птицефабрик, предприятий по выращиванию свиней и крупнорогатого скота стоит запах сочетания животного помета и крови, а за рынками и центрами торговли нередко размещаются открытые мусорные баки общего назначения, в которые выбрасывают испорченное мясо, кости и прочее [9].

В настоящее время на территории Ливенского района Орловской области остро возникла проблема с внеплановым падежом скота в связи с выявлением клинических признаков АЧС.

Данные проблемы, которые реально могут возникнуть в регионе, связанные с плановой и внеплановой утилизацией скота, усугубляются следующими факторами:

1. Незнание и несоблюдение людьми законодательства, регламентирующего процедуру обращения с биологическими отходами, а именно «Ветеринарно-санитарных правил сбора, утилизации и уничтожения биологических отходов», которые были утверждены в декабре 1995 года. Частные лица и владельцы ферм продолжают осуществлять самостоятельное захоронение туш, что запрещено. А зачастую трупы просто выбрасываются, привлекая внимание диких животных, питающихся падалью и разносящих инфекции.

2. Вторая проблема – большое количество скотомогильников, являющихся ведущим способом утилизации биологических отходов, существовавшим в СССР. Они не только занимают большие территории,

но и приходят на сегодняшний момент в негодность. Так, только в Оренбургской области из почти 1000 скотомогильников больше половины не соответствуют нормам. Но этот тип утилизации отходов по-прежнему не теряет свой популярности.

3. Крематоры, существующие в больших животноводческих комплексах, рассчитаны на нужды лишь самого предприятия.

4. Многие советские заводы по переработке пищевых отходов на корм скоту вышли из строя и устарели.

5. Предприятий по переработке биомусора немного [5].

Несмотря на все вышеперечисленные проблемы, самой главной в городе остается проблема с мусором. В 2017 году в редакцию газеты «Орловская среда» поступало очень много жалоб по поводу несанкционированных свалок около домов, переполненных контейнерных площадок. Однако, к сожалению, это еще не самые страшные проблемы с мусором, с которыми сталкиваются жители города. На сегодняшний день положение на грани экологической катастрофы. Мусорный полигон Орла работает с 1973 года. Каждый год туда свозят около 140 000 тонн мусора. По скромным подсчетам, за 45 лет это более 6 млн тонн отходов. Постепенно весь мусор будут рекультивировать. Каждый квартал специалисты проводят мониторинг воздуха. Несмотря на жалобы орловчан, чиновники утверждают, что концентрация вредных веществ в норме. Люди, которые живут недалеко от данного места, даже сняли видеоролик, где объяснили все недостатки и проблемы такого соседства. Жители утверждают, что у людей стали чаще диагностировать онкологические заболевания. Данный вопрос был рассмотрен на заседании в городской администрации. Мусорный полигон, который уничтожает жизнь орловчан, собираются вывести из эксплуатации. 12 января 2018 г. начал работу мусороперерабатывающий завод, построенной фирмой «ЭкоСити». Все было бы хорошо, отходы стали бы перерабатывать, а не оставлять все на открытом участке. Однако и здесь есть свои проблемы. Несмотря на современный комплекс, перевозчики мусора продолжают свозить их на полигон ТБО. Сам завод работает всего на треть от общей мощности. Также завод может делать почвогрунтовую смесь для рекультивации того полигона, который должен быть закрыт. Комплекс переработки ТБО способен выпускать только вторичного сырья до 100 тонн в сутки. Но сейчас эта цифра ограничена 10 тоннами. Всё просто – заводу не хватает мусора. Перевозчики везут его на соседний полигон. Работа данного завода в треть от всей ее мощности с трудом покрывает все расходы.

Решить ситуацию помог бы региональный оператор по обращению с ТБО, который свозил бы весь орловский мусор на перерабатывающий завод. Но его приход в регион вновь отложен – теперь до 2019 года. В итоге, даже после строительства мусороперерабатывающего завода некоторые перевозчики все же не сдают ТБО туда, а везут их на полигон. У администрации города много вопросов к данному предприятию, которые решаются до сих пор, но проблема никуда не исчезла, а жителям Орла только остается ждать и надеяться, что в скором времени она решится [9].

Рассмотрим мероприятия по экологическому оздоровлению территории города. Учитывая постоянное негативное воздействие на окружающую среду, администрация Орла предложила следующие мероприятия по устранению данных проблем.

1. Проведение работы по очистке от мусора береговых зон и отдельных участков акваторий.
2. Проведение регулярных работ по уборке лесных массивов от пожароопасного мусора, осуществление деятельности по профилактике лесных пожаров.
3. Санитарно-экологические двухмесячники и месячники, общегородские субботники, разовые экологические акции с привлечением общественности.
4. Ликвидация несанкционированных свалок, очистка от коммунальных отходов территорий, не закрепленных по уборке за предприятиями, организациями и хозяйствующими субъектами.

Это основные мероприятия по оздоровлению города, которые осуществила администрация города Орла.

Безусловно, проведение данных событий не будет являться полным комплексом для восстановления природы нашего города. Необходимо в первую очередь начать с самих себя. Потребляя, люди превысили возможность биосферы восстанавливать утраченное. Экологическое образование детей должно быть направлено на развитие интереса ребенка к изучению и охране окружающей среды, формирование у подрастающего поколения экологического сознания. Структуру последнего составляют экологические кружки, лагеря, оздоровительные поездки в пансионаты, а также выставки, секции, игры и акции. Для решения проблем, связанных с охраной внешней среды, нужны целенаправленные и долгосрочные планы по созданию экологической безопасности и сохранению природных ресурсов.

Основные задачи программы:

1. Сокращение отрицательного воздействия хозяйственной деятельности на положение города и

природных зон;

2. Оценка степени загрязнения природы;
3. Улучшение санитарного состояния Орла;
4. Помощь общественным учреждениям в формировании экологической безопасности у подрастающего поколения.

Людям, которые живут в больших городах, следует быть бдительными к своему здоровью. В дождь нужно перемещаться под зонтом и в головном уборе, так как вместе с осадками выпадают соли тяжелых металлов, вредные примеси. Также если на реке или озере размещен завод или фабрика, то жители окрестных населенных пунктов вполне имеют право иногда требовать проведения экологической экспертизы. Так они поймут, насколько защищенным является вылов рыбы в этом водоеме и не вызовет ли контакт с водой различные заболевания. Высоковольтные линии электропередач могут стать причиной появления злокачественных опухолей у детей и пожилых людей. Не стоит забывать и о сердечно-сосудистых заболеваниях, вызванных отравленным воздухом в крупных городах. При всем этом естественные фильтры экологии – леса – постепенно исчезают. Окружающая среда – это часть нашей жизни и только от нас зависит ее состояние. Данная тема всегда будет актуальной, ибо состояние природы нашего города занимает очень важное место.

Список литературы

1. Биологические отходы [Электронный ресурс]. – URL: <http://greenologia.ru/othody/biologicheskie>.
2. Анализ и управление экологическими рисками как ключевые факторы экологической безопасности / И.В. Мусатова, И.А. Тренина, Е.Е. Кононова, О.В. Магомедалиева, М.О. Карпикова // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2018. – № 1 (60). – С. 468 - 470.
3. Чернова О.К., Саинова В.Н. Поиск эффективной технологии очистки сточных вод молочной промышленности [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. Приложение «Технические науки». – 2010. – URL: <http://online.rae.ru/670>.
4. Стратегия развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/y8PMkQGZLfbY7jhn6QMruaKoferAowzJ.pdf>.
5. Промышленные предприятия и их воздействие на окружающую среду [Электронный ресурс]. – URL: <http://greenologia.ru/eko-problemy/goroda/orel.html>.
6. Ознобихина А.Р., Сайфидинов Б.С. Эффективность безотходного производства // NovaInfo.Ru. – 2017. – №65. – С. 311-316.
7. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "Об отходах производства и потребления" // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/.
8. Шушкневич Л.М. Использование отходов – ценный источник сырьевых ресурсов // Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. – 2015. – № 4. – С. 63-69.
9. Экологическая ситуация в Орловской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.protown.ru/russia/obl/articles/2749.html>.

УДК 334.7:338.242.42

Мигунова Г.С., Бутенко И.В.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Migunova G.S., Butenko I.V.

STATE-PRIVATE PARTNERSHIP AS THE FACTOR OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF RUSSIA

Мигунова Галина Степановна, кандидат экономических наук, доцент, Орловский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 302001, г. Орел, ул. Гостиная, д. 2; e-mail: GSMigunova@fa.ru

Migunova Galina Stepanovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation; 2 Gostinaya Street, Orel 302001, Russian Federation; e-mail: GSMigunova@fa.ru

Бутенко Инна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: inbu@yandex.ru

Butenko Inna Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: inbu@yandex.ru

Аннотация: В России механизм государственно-частного партнерства (ГЧП) становится одним из основных инструментов для развития региональной и муниципальной инфраструктуры, привлечения инвестиций и повышения качества государственных услуг. На фоне общего сокращения государственных инвестиций в инфраструктуру и снижения доступа к ресурсам из-за введения санкций против крупнейших российских финансовых институтов ГЧП является одним из инструментов для решения текущих социальных проблем государства

Abstract: The mechanism of state-private partnership (SPP) is one of the basic tools for the development of regional and municipal infrastructure, attraction of investments and quality improvement of the state services in Russia. Against the general decrease of the state investments into infrastructure and reducing decrease to resources because of sanctions against the largest Russian financial institutions, SPP is one of the tools to solve current social problems of the state.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство (ГЧП), муниципальное частное партнерство (МЧП), концессия, проекты, инфраструктура

Keywords: state-private partnership (SPP), municipal private partnership (MPP), concession, projects, infrastructure

Будучи развивающейся страной, Россия должна поощрять устойчивый экономический рост. Партнерство между государственным и частным секторами (ГЧП) может быть как прямым, так и косвенным драйвером этого процесса. ГЧП в России считается решением для многих экономических проблем, наиболее критической из которых является плохое состояние инфраструктуры [4, 9, 15].

Процесс развития ГЧП в России является результатом тех же факторов, что и во многих других странах. К таким факторам относится наличие стабильной государственной политики в области ГЧП [16], сильной политической воли [11], четкой и гибкой правовой среды [3], учреждений поддержки ГЧП, соответствующих компетенции лиц, принимающих решения [1], и наличия хорошо функционирующего рынка ГЧП [6, 10].

Истоки ГЧП в России относятся к 2004 году, когда Правительственный совет по конкурентоспособности был создан для оказания помощи во взаимодействии между государственными органами и деловыми кругами. Это состояло из представителей федеральных органов государственной власти, руководителей Банка России, ведущих предпринимателей и представителей академического сообщества. Позднее концепция ГЧП стала упоминаться в правовых и политических документах, но без точного определения и

мер по ее реализации. Российский закон о Концессии, принятый в 2005 году, частично разрешил эту проблему [13]. Этот закон не предлагал формального определения ГЧП, регулировал только одну форму ГЧП-концессии и содержал множество ограничений и обязательных требований. Другими словами, российский закон о концессиях не мог дать адекватный ответ на вызовы того времени. Его содержание не давало импульса реализации концессионных проектов в России (первый проект концессии начался всего через четыре года после принятия закон). В то же время Российский инвестиционный фонд был основан в 2005 году. Его основная цель - предоставить государственную финансовую поддержку для инвестиционных проектов, имеющих национальное значение и осуществляемых в рамках механизма ГЧП. Создание Инвестиционного фонда наряду со сложными процедурами и различными ограничениями российского законодательства о Концессии вызвало быстрое развитие регионального законодательства по ГЧП.

Одним из первых регионов, который в 2006 году утвердил свой собственный закон о ГЧП, был Санкт-Петербург. Прозрачные процедуры и гибкие условия для частных партнеров, закрепленные в Санкт-Петербургском законе о ГЧП, позволили команде правительства Санкт-Петербурга при поддержке ведущих консультантов по подготовке реализовать проект ГЧП аэропорта Пулково за короткое время.

В 2008 году деятельность ГЧП в России находилась на начальном этапе развития и характеризовалась низким уровнем активности. В 2013 году уровень развития ГЧП в России уже считался «возникшим» между «зарождающимся» и «развитым». С тех пор динамика развития ГЧП имела положительные тенденции (табл. 1).

Таблица 1 – Последовательные этапы развития ГЧП в России

Годы	Этапы развития
2004	Внедрение концепции ГЧП в России
2005	Принятие российского Закона о концессиях. Создание Инвестиционного фонда Российской Федерации
2006	Принятие первого регионального закона о ГЧП в Санкт-Петербурге
2007	Включение ГЧП в государственные программы долгосрочных и средних предприятий
2008	Первый российский проект ГЧП «Аэропорт Пулково» (тендер и соглашение)
2009	Создание первых центров (единиц) ГЧП
2010	Первый российский проект ГЧП «Аэропорт Пулково» достиг своего финансового завершения. Формирование рынка ГЧП. Начало первых программ обучения ГЧП
2011	Увеличение количества региональных законов о ГЧП
2012	Расширение рынка проектов ГЧП. Увеличение числа центров ГЧП и экспертных консультативных органов
2013	Разработка секторальных стратегий и планов ГЧП. Подготовка и публикация руководящих принципов развития ГЧП. Рейтинг ГЧП регионов России
2014	Включение показателя «Уровень развития ГЧП региона» в официальную методологию оценки губернаторов субъектов РФ. Рост регионального рынка ГЧП
2015	Принятие российского Закона о ГЧП. Увеличение количества доступных моделей ГЧП
2016	Взрывной рост рынка ГЧП (особенно жилищно-коммунального и социального сектора)
2017	Реализация инфраструктурных проектов в форме концессионного соглашения

Политические усилия, а также создание институциональной и правовой среды для ГЧП не было целью, но была цель создать благоприятные условия для успешной реализации проектов ГЧП. Рынок ГЧП в России развивается динамично.

В 2008 году в России был подготовлен один проект ГЧП, в 2009 году было пять проектов. К 2014 году был активен – 131 проект ГЧП, к 2015 году их число увеличилось до 586 проектов ГЧП.

По состоянию на начало 2018 года в Российской Федерации был завершен этап принятия решений относительно внедрения 2446 инфраструктурных проектов с участием частных инвестиций на принципах государственно-частного партнерства, в то же время более 480 проектов были разработаны властями и

около тысячи, по оценкам экспертов, структурированы частными партнерами для запуска с использованием механизма «частной инициативы» [5].

Таким образом, 2183 проекта ГЧП прошли этап закрытия торговли, в соответствии с которым общий объем пассивных инвестиций государственных и частных частей составляет 2 040 трлн рублей, из которых обязательства частных партнеров – 1,336 трлн рублей (65,4%). Распределение количества проектов и инвестиционных обязательств частных партнеров по административным уровням представлено на рисунке 1.

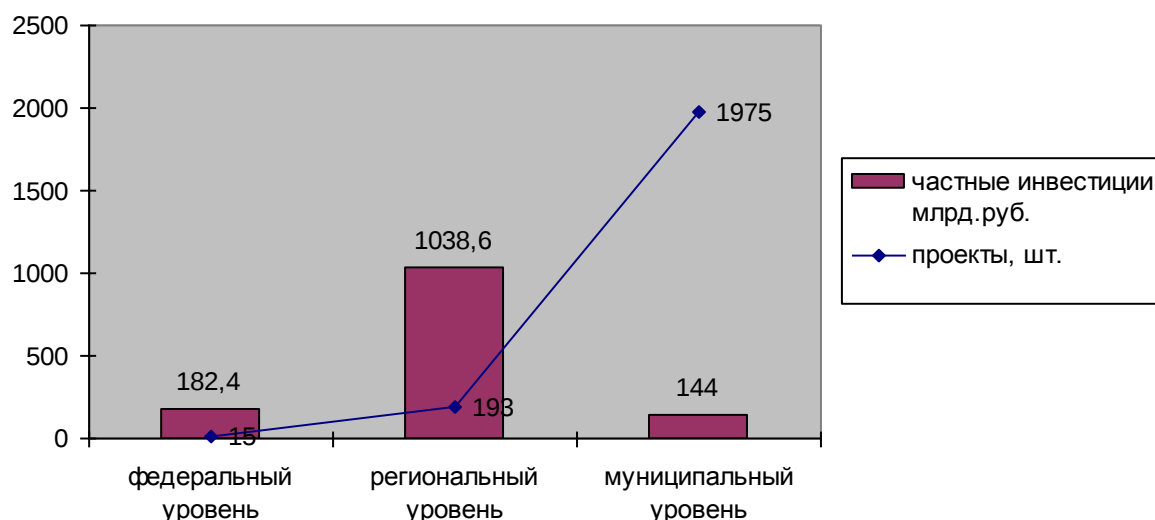


Рисунок 1 – Динамика количества реализуемых проектов ГЧП и объема частных инвестиций по уровням управления в 2017 году

Есть как положительные, так и отрицательные (или дискуссионные) тенденции на рынке ГЧП. Во-первых, наиболее распространенной и часто используемой ГЧП моделью является концессия. В 2015 году было 427 концессий, 103 проекта ГЧП в рамках других моделей и 53 проекта квази-ГЧП. Причина в том, что только концессия регулируется федеральным законодательством. Другие модели ГЧП регулируются только в региональном законодательстве, которые с юридической точки зрения имеют высокие юридические риски. Во-вторых, проекты ГЧП неравнозначно распределяются между секторами. Российский опыт реализации проектов ГЧП показывает, что эти общие цели не были полностью достигнуты [12].

В России концессия является основной формой реализации проектов ГЧП. В 2018 году уже внедряются и будут реализованы 2200 инфраструктурных проектов в форме концессионного соглашения. Соглашения ГЧП (МЧП) в большей степени используются для структурных проектов в социальном секторе, и в настоящее время в рамках регионального законодательства завершено 70 проектов.

Важно отметить, что власти объявили 150 проектов в форме соглашений ГЧП (МЧП). Однако существенный анализ этих проектов показал, что большинство проектов не может быть квалифицировано как соглашение ГЧП (МЧП) и не соответствует различным формам государственной поддержки инвесторов.

На региональном (муниципальном) уровне осуществляется ряд проектов (в общей сложности 176), которые имеют характеристики, аналогичные характеристикам ГЧП, но в то же время заключаются в рамках других организационно-правовых форм.

Основными особенностями финансирования ГЧП в России являются:

1. Обширная государственная финансовая поддержка проектов ГЧП, которая:
 - частично объясняет относительно низкий коэффициент долга к собственному капиталу в финансировании проекта;
 - создает возможность полагаться на различные формы государственного финансирования из Инвестиционного фонда Российской Федерации (для проектов ГЧП высокой социально-экономической значимости) [8];
 - может негативно повлиять на стимулы частного партнера и сделать проект более прибыльным и экономичным.
2. Ограниченное использование различных механизмов долгового финансирования (долгосрочные кредиты, концессионные облигации).

3. Государственные учреждения обеспечивают относительно высокую долю собственного капитала в финансировании.

На рисунке 2 отображена структура проектов ГЧП по отраслям в 2017 году.

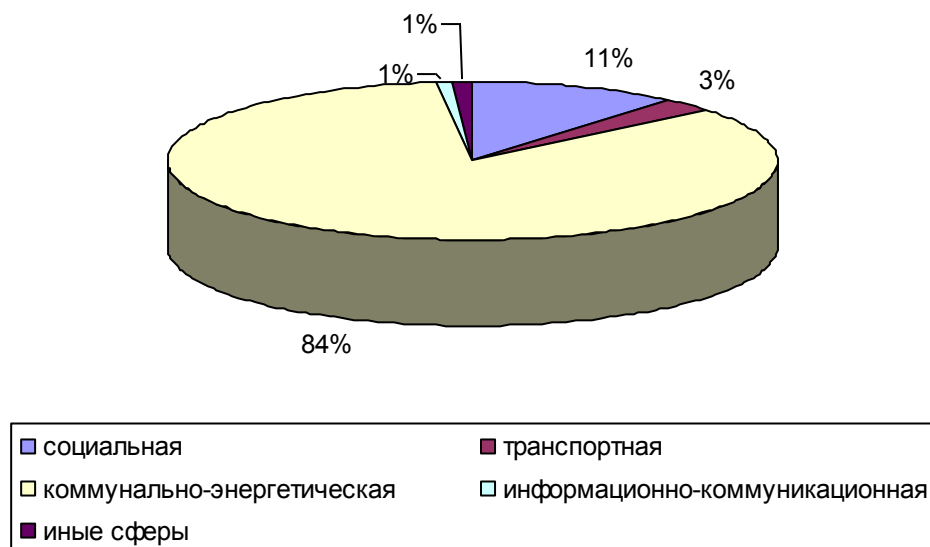


Рисунок 2 – Структура проектов ГЧП в разрезе сфер инфраструктуры

В 2017 году наблюдался позитивный рост рынка проектов ГЧП в денежном выражении.

Можно было преодолеть негативную тенденцию 2016 года к негативной динамике привлечения частных инвестиций в инфраструктурные проекты. На рынок проектов ГЧП в 2015 году негативное влияние оказали факторы посткризисного периода. В 2017 году по сравнению с 2016 годом в рамках проектов ГЧП инвестиционные обязательства частных партнеров увеличились в 1,5 раза и почти в 2 раза по сравнению с 2015 годом (рис. 3).

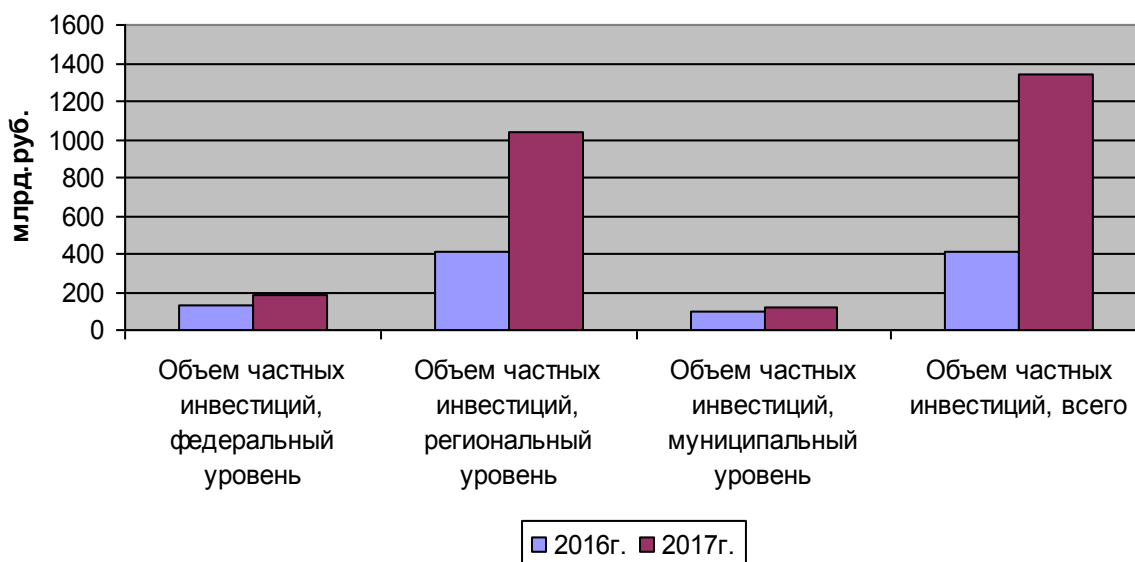


Рисунок 3 – Динамика частных инвестиций в проекты ГЧП за 2016-2017 годы

В России значительные проблемы и препятствия сопровождались различными этапами развития ГЧП. К 2018 году некоторые из них были преодолены:

- ГЧП были признаны эффективным средством достижения инфраструктурных и социальных целей развития на самом высоком политическом уровне;

- законодательство ГЧП [14];

- институциональная основа и нормативная среда;

- профессиональная подготовка, были разработаны и внедрены программы в области ГЧП.

Хотя эти проблемы уже не являются критическими, возникли другие, а именно: нежелание или неспособность государственных должностных лиц справляться со сложными вопросами ГЧП, отсутствие реального партнерства между государственными органами и деловым сообществом, дисбаланс между интересами и мотивацией государственных и частных партнеров, бюджетные ограничения и другие ограничения государственного сектора, чрезмерные ожидания в отношении ГЧП [8].

В настоящее время решающими задачами развития ГЧП являются следующие:

1. Предвзятое понимание концепции ГЧП.

Предвзятость не в терминологии, а скорее, в понимании природы ГЧП. К сожалению, в России ГЧП нельзя рассматривать как партнерство, понимаемое международным сообществом, например, добровольные и совместные отношения между различными сторонами, которые соглашаются работать вместе для достижения общей цели и преодоления неблагоприятных факторов, разделяют общую ответственность, консолидируют ресурсы и знания для достижения совместных результатов.

2. Неэффективная государственная поддержка ГЧП.

Государственная поддержка - один из основных факторов, обеспечивающих устойчивость ГЧП. К сожалению, в России государственная поддержка, включая беспроцентные займы или низкооплачиваемые кредиты, процентные займы ГЧП, отсутствует, а исключительные права имеют ограниченное использование. Кроме того, предоставление государственной поддержки и контроль обычно неэффективен [2].

3. Отсутствие механизмов привлечения долгосрочных финансовых ресурсов.

Качество и количество долгосрочных частных финансовых ресурсов по-прежнему ограничено в России. Эта проблема распространена во многих развивающихся странах. Низкая ликвидность финансовых инструментов и недоразвитость финансовых учреждений - сложная процедура привлечения финансирования для проектов ГЧП. Финансовые потоки могут быть нестабильными и нерегулярными, что сопряжено с риском для заимствования.

4. Отсутствие деталей в документации по проекту ГЧП.

Государственным органам власти, особенно в кризисные периоды, недостаточно ресурсов и специалистов для подготовки документов по проектам. Чтобы преодолеть это препятствие, государственные органы должны заменить свои неопределенные желания и проектные идеи с четкими целями инфраструктурного и социального развития регионов и страны. Эти цели должны быть изложены в юридических документах и доступны как частному сектору, так и широкой общественности.

5. Высокие политические риски.

Эти риски связаны с изменением политической ситуации или структуры управления, пересмотром государственной политики и стратегии.

6. Низкая конкуренция и непрозрачные тендерные процедуры.

Серьезные барьеры входа в виде высоких затрат на подготовку проекта и тендерной документации (включая расходы на консультирование и консультационные услуги), а также строгие требования предварительной квалификации и тендерные этапы привели к тому, что участники крупных российских проектов ГЧП составляют очень небольшую группу из 4-5 крупных финансовых компаний, контролируемых прямо или косвенно правительством. В результате один из основных принципов ГЧП, а именно конкуренция, не работает должным образом [7].

В России развитие ГЧП набирает обороты, что подтверждается за счет взрывного роста числа региональных проектов ГЧП почти в каждом секторе экономики. Тем не менее, российский рынок ГЧП незрелый, поскольку большинство проектов ГЧП либо на стадии подготовки, либо строительства.

Финансовые рынки и правовые механизмы недостаточно развиты и создают препятствия для эффективного развития ГЧП.

ГЧП могут стимулировать технологические и управленческие нововведения, приводят к улучшению качества услуг, в состоянии достичь точки безубыточности и, в конечном итоге, принести прибыль партнерам частного сектора.

Несмотря на многочисленные проблемы, ГЧП в России по-прежнему является жизнеспособным механизмом сотрудничества между государственным и частным секторами, который может способствовать росту ВВП, дальнейшему развитию общественной инфраструктуры и повышению общего уровня жизни. Необходим опыт, чтобы сделать ГЧП действительно эффективным механизмом в России.

Таким образом, для успешного социально-экономического развития регионов России необходимо решение проблемы использования форм и инструментов ГЧП.

Список литературы

1. Аксенова-Сорохтей Ю.Н., Барановская Е.А., Риеккинен М. Развитие государственно-частного партнерства как способ минимизации инвестиционных рисков в Калининградской области // *Балтийский регион*. – 2017. – Т. 9. – № 3. – С. 23-42.
2. Алимова Г.С. Формирование организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью регионов (на примере субъектов Центрального федерального округа). – М.: ВЗФЭИ, 2012. – 330 с.
3. Баранова С.В. Экономический потенциал регионов: статистический обзор, отраслевая направленность бизнеса, государственно-частное партнерство // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2017. – № 5. – С. 102-109.
4. Ильин И.В. Преимущества и недостатки раздельного механизма реализации инфраструктурных инвестиционных проектов // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2017. – № 6. – С. 92-95.
5. Исследование «Государственно-частное партнерство в России 2016–2017: текущее состояние и тренды, рейтинг регионов» / Ассоциация «Центр развития ГЧП». – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 32 с.
6. Кондрашова Р.А., Ашихина М.П. Развитие инновационного предпринимательства на примере Центрального федерального округа России // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 1 (19). – С. 44-46.
7. Мигунова Г.С. Государственно-частное партнерство как инструмент региональной политики // *Актуальные проблемы экономической теории и региональной экономики*. – 2013. – № 1 (9). – С. 64-68.
8. Мигунова Г.С. Развитие государственно-частного партнерства в регионах Центрального федерального округа // *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*. – 2012. – № 2-1. – С. 74-81.
9. Озина А.М., Сулягина Н.И., Сулягина О.В. Выбор оптимальной модели государственно-частного партнерства в сфере жилищно-коммунальных услуг Нижегородской области // *Вестник НГИЭИ*. – 2016. – № 10 (65). – С. 155-163.
10. Остовская А.А. Активизация ГЧП на основе оценки инвестиционной привлекательности морских портов // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2018. – № 1 (43). – С. 42-47.
11. Савруков А.Н., Савруков Н.Т., Козловская Э.А. Оценка состояния и уровня развития проектов государственно-частного партнерства в субъектах РФ // *Вопросы экономики*. – 2018. – № 7. – С. 131-141.
12. Устойчивое развитие регионов России: вызовы, риски, стратегии / Финансовый университет; под общ. ред. Матвеева В.В. – М.: Русайнс, 2017. – С.61-65.
13. Федеральный закон от 21.07.2005 N 115-ФЗ (ред. от 03.08.2018) «О концессионных соглашениях» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54572/ (дата обращения: 16.11.2018).
14. Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 16.11.2018).
15. Хаустова Т.В., Соклаков А.А. Анализ финансовых и организационных условий использования механизмов государственно-частного партнерства в системе социального обеспечения Курской области // *Известия Юго-Западного государственного университета*. – 2018. – № 2 (77). – С. 119-127.
16. Шманев С.В., Суханов А.В., Морковкин Д.Е. Перспективы развития промышленности Республики Крым на основе механизма государственно-частного партнерства // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2018. – № 2 (44). – С. 96-104.

УДК 338:332.14(470.43)

Морковкин Д.Е., Умнов В.А., Шманев С.В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТРАЕКТОРИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Morkovkin D.E., Umnov V.A., Shmanev S.V.

MODERN PROBLEMS AND TRAJECTORIES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGION (ON THE EXAMPLE OF SAMARA REGION)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента экономической теории, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49;

доцент кафедры «Таможенное право и организация таможенного дела», ФГБОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)», РФ, 127994, г. Москва, ул. Образцова, д. 9, стр. 9; e-mail: MorkovkinDE@mail.ru

Morkovkin Dmitry Evgenjevich, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; Russian University of Transport (RUT - MIIT); 9/9 Obrazcova Street, Moscow 127994, Russian Federation; e-mail: MorkovkinDE@mail.ru

Умнов Виталий Анатольевич, доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», РФ, 125993, г. Москва, Миусская пл., д. 6; e-mail: umnov.v@rggu.ru

Umnov Vitaly Anatoljevich, Doctor of Economic Sciences, Professor; Russian State University for the Humanities; 6 Miusskaya Square, Moscow 125993, Russian Federation; e-mail: umnov.v@rggu.ru

Шманев Сергей Владимирович, доктор экономических наук, профессор; профессор Департамента экономической теории ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: shmanev_s_v@mail.ru

Shmanev Sergey Vladimirovich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: shmanev_s_v@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены актуальные вопросы и тенденции социально-экономического развития регионов России на основе анализ текущего социально-экономического положения Самарской области, включая оценку демографической ситуации, экономико-географического положения региона, существующей отраслевой структуры экономики, анализ регионального рынка труда, а также природно-ресурсного потенциала. В результате проведенного исследования выявлены существующие проблемы и тенденции инновационно-индустриального и общественного развития и определены векторы улучшения социально-экономического положения региона

Abstract: The article deals with the topical issues and trends of social and economic development of the regions of Russia on the basis of the analysis of current social and economic state of Samara region are considered, including estimation of demographic situation, economic-geographical position of the region, existing sectoral economy structure, analysis of regional labour market and natural resource potential. As a result of the research the existing problems and tendencies of innovative-industrial and social development are revealed and vectors of improvement of social and economic position of the region are defined

Ключевые слова: экономика, региональная экономика, промышленность, рынок труда, агротуризм, государственное регулирование национальной экономики

Keywords: economy, regional economy, industry, social and economic development, Samara region, labour market, agro-tourism, state regulation of national economy

Введение.

В сложившихся в глобальном масштабе сложных экономико-политических условиях перед Российской Федерацией стоит важная задача по ускоренному социально-экономическому развитию регионов страны [20, 21], в том числе с целью повышения уровня импортозамещения и преодоления зависимости от экономических санкций и международно-экономических процессов [12]. Следует отметить, что из-за значительных масштабов Российской Федерации наблюдается неравномерное развитие регионов, поэтому выявление наиболее перспективных территорий для инвестирования является актуальным фактором дальнейшего развития.

Экономико-географическое и социально-экономическое положение Самарской области.

В качестве объекта исследования выбрана Самарская область, поскольку она имеет выгодное географическое положение, способствующее экономическому развитию. Согласно рейтингу, подготовленному рейтинговым агентством «РА ЭКСПЕРТ» [11], данный субъект занимает шестое место среди всех регионов России по уровню развития трудового потенциала и обладает стабильным кредитным рейтингом «BB», по мнению рейтингового агентства Standard & Poor's [4], что делает данный регион привлекательным для инвестиционного развития.

История Самарской области исчисляется с 1586 года: после падения Казани, когда царь Федор Иоаннович приказал основать крепость «Самара», которая изначально была опорным пунктом для защиты от набегов кочевников. Удобное географическое положение, хорошие климатические условия, а также близость к торговым путям способствовали росту населения, что позволило в 1850 году выделить Самарскую область в самостоятельную административную единицу. В 1935 году город Самара был переименован в Куйбышев, новое название получила и область. Историческое название было возвращено в 1990 году.

Самарская область является пятым по площади регионом Поволжья. Длина территории с севера на юг составляет 335 км, с запада на восток - 315 км. Общая площадь области составляет 53,6 тыс. кв. км. На начало 2017 года численность населения составила 3213,7 тыс. человек (2,2% населения Российской Федерации) [4].

Благодаря выгодному географическому положению в Самарской области хорошо развита транспортная инфраструктура. Так, регион находится на пересечении важнейших транспортных магистралей: Транссибирской магистрали (железнодорожной), водной (река Волга), что позволяет выходить на Каспий, территорию Подмоскovie и к Черному и Балтийскому морям, а также к федеральной трассе М-5 «Урал». Более 98% всех дорог как федерального, так и регионального значения на территории области имеет твердое покрытие. В Самарской области функционирует международный аэропорт Курумоч, аэропорты Безымянка, Кряж, Смышляевка, Рождествено, а также три речных порта. По Самарской области проходит нефтепровод «Дружба», а общая протяженность трубопроводов составляет приблизительно 2 тысячи км. На территории области располагается 300-километровый участок магистрального аммиакопровода Тольятти – Одесса. Приведенные данные свидетельствуют о высоко-развитой транспортной инфраструктуре.

Самарская область имеет достаточно развитую минерально-сырьевую базу, богата полезными ископаемыми. Удельный вес области в добыче нефти по России составляет 2,6%. На территории области открыто более 380 месторождений нефти. Нефть в промышленных целях добывается с 1936 года. Наибольшие месторождения находятся в Самарской Луке (Зольненское), в Кинель-Черкасском районе (Мухановское и Дмитриевское), в Нефтегорском районе (Кулешовское), в Сергиевском районе (Радаевское и Якушкинское). Кроме того, попутно добывается нефтяной газ, а также горно-химическое сырье: горючие сланцы (Кашпирское и Дергуновское месторождения), фосфориты, самородная сера (Алексеевское, Сырейское, Водинское месторождения), каменная соль (Дергуновское месторождение), асфальтиты и битумы. Самарская область богата минерально-строительным сырьем. Так, в области добываются строительные и силикатные пески, строительный камень, песчано-гравийные материалы, кирпично-черепичное сырье, карбонатные породы для получения извести, гипс и ангидрит, мел, керамзитовое сырье, аглопоритовые глины, стекольное сырье, тугоплавкие глины и цементное сырье. Запасы основных полезных ископаемых показаны в таблице 1.

Климатические условия благоприятны: область находится в районе с умеренно-континентальным климатом. Согласно статистическим данным, средние температуры января -13°C, а июля +21°C, среднегодовое количество осадков около 400 мм.

Самарская область обладает богатыми водными ресурсами: река Волга с притоками Сок, Самара, Безенчук, Чапаевка, Чагра, Уса, Сызранка, Большой Кинель, Большой Иргиз. На территории области зарегистрировано 226 рек, более 350 водохранилищ и прудов. Здесь также находятся два крупных

водохранилища: Куйбышевское (5900 км²) и Саратовское (1831 км²).

Таблица 1 – Запасы основных полезных ископаемых Самарской области

Полезные ископаемые	Объем
Нефть	0,9 млрд т.
Известняк	177,4 млн т.
Глина	127,9 млн м ³
Песок	306,6 млн т.

Источник: составлено по данным экологического паспорта региона [6]

Самарская область расположена в лесостепной и степной природных зонах, в данном районе преимущественно черноземные почвы (примерно 50% всей площади), остальная часть почв представлена серыми лесными почвами.

Площадь лесных угодий составляет 759,7 тыс. га. Причем структура лесного фонда разнообразна: на долю ценных лесных массивов приходятся 20%; доля лесов, выполняющих поле-почво-защитные функции, – 47%; доля лесов, выполняющих оздоровительные, санитарно-гигиенические функции, – 19%; а доля запретных полос лесов вдоль рек, дорог – 14%. В области расположен национальный парк «Самарская Лука» (создан в 1984, общая пл. 134 тыс. га) и Жигулёвский федеральный природный заповедник (создан в 1959, пл. 23,2 тыс. га). Животный мир области также богат, т.к. в данном регионе встречается волк, лисица, лось, косуля, белка, выхухоль, зайцы; из птиц – тетерев, серая куропатка, рябчик, глухарь и др.

Демографическая ситуация региона

Численность населения на начало 2017 года составила 3 213,7 тыс. человек (10,8% всего населения Приволжского федерального округа), а в 2014 году было 3211,2 тыс. чел. С этого года наблюдается положительная тенденция – рост населения региона (рис. 1).

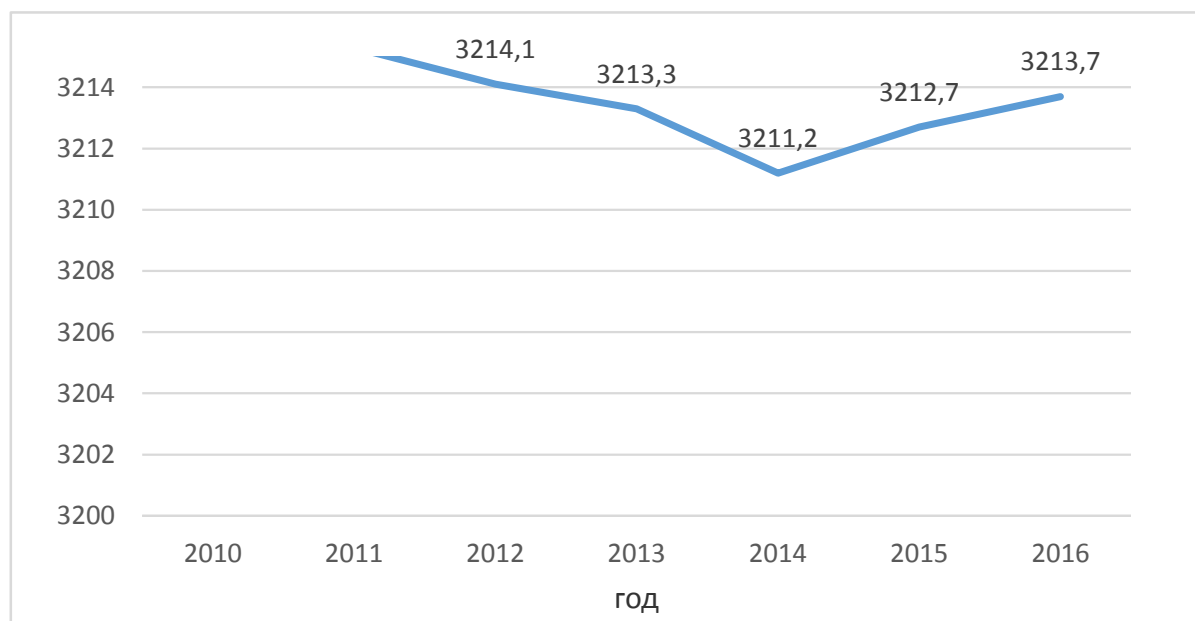


Рисунок 1 – Динамика численности населения Самарской области, тыс. чел.

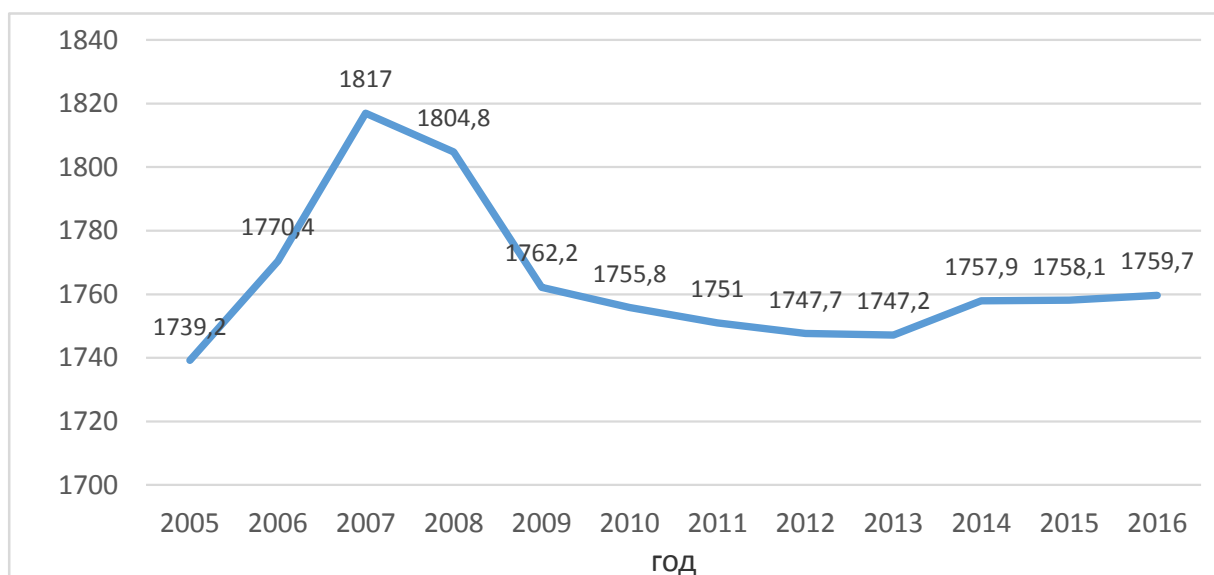
В течение последних лет продолжается рост рождаемости: около 41 тыс. детей, что на 1,6% больше, чем в 2015 году. При этом имеет место незначительное снижение смертности граждан на 0,5% по сравнению с предыдущим годом. Стоит также отметить, что распределение населения по территории региона неравномерно, большая часть приходится на областной центр – городской округ – Самара, где сосредоточено 37% населения (1169,8 тысяч человек), а также на другие города области [4].

Это дает основание считать Самарскую область высокоурбанизированным регионом (доля городского населения составляет 80,2%). Средняя плотность населения Самарской области составляет 59,5 чел./км², в то время как средний показатель по России составляет 8,7 чел./км². Наиболее плотнозаселенными районами являются: Волжский, Нефтегорский, Безенчукский, Красноярский, Кинель-Черкасский районы. На территории области находятся четыре города (суммарно более 100 тысяч человек): Самара (шестой по величине город страны), Тольятти, Сызрань и Новокуйбышевск.

Национальный состав Самарской области неоднороден: на территории региона проживают представители 157 различных национальностей и 14 этнических групп, но все же большая часть населения (85,6%) – русские, примерно 4% – татары, 3% – чуваша, 2% – мордва и порядка 5% составляют украинцы, армяне, азербайджанцы и казахи [2].

Состояние рынка труда и социальных показателей Самарской области

Рассмотрим рынок труда и экономически активное население региона. Стоит отметить, что более 60% населения находится в трудоспособном возрасте, средний же возраст составляет 40,3 года. Большую часть населения составляют женщины – 54,3%. Однако численность рабочей силы была наибольшей в 2007 году и снижалась в 2008 и 2009 годах, с тех пор уровень численности был стабильным и до настоящего времени (рис. 2).



Источник: составлено по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области

Рисунок 2 – Динамика численности рабочей силы, тыс. чел.

Основные показатели рынка труда представлены в таблице 2, откуда виден высокий уровень занятости и низкий – безработицы.

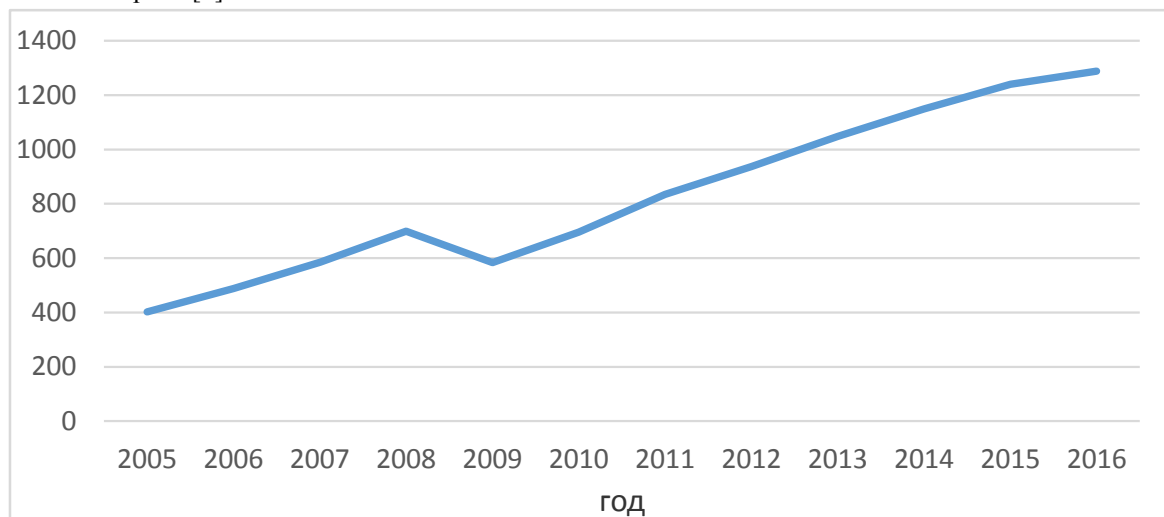
По занятости населения в сферах экономики преобладает обрабатывающая промышленность – 24%. В оптовой и розничной торговле занято 12,7%, в строительстве – 5 %, в образовании – 9,3%, на транспорте и в сфере связи – 8,4%, в сельском хозяйстве – 2%, в здравоохранении и предоставлении социальных услуг – 8,9 %.

Таблица 2 – Основные показатели рынка труда, %

Показатель	Самарская область	Российская Федерация	Приволжский федеральный округ
Уровень экономической активности населения	69,5	69,4	68,5
Уровень занятости населения	66,9	65,6	65,2
Уровень безработицы по МОТ	3,7	5,4	4,9

Источник: составлено по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области

Уровень жизни населения можно охарактеризовать показателем валового регионального продукта (ВРП) на душу населения, который для Самарской области составляет 108,8 тысяч рублей. По данному показателю регион находится на 16 месте. Однако доля населения, доходы которого ниже прожиточного минимума, значительна и составляет 20,2%. При этом по уровню среднедушевых доходов населения регион находится на 18 месте по России. данный показатель составляет 7 177 рублей в месяц, а число личных легковых автомобилей на 1 тысячу человек составляет 194,2. По данному показателю Самарская область находится на 10 месте. Динамика ВРП показана на рис. 3, которая демонстрирует стабильный рост [2].



Источник: составлено по данным [2]

Рисунок 3 – Динамика валового регионального продукта, (в текущих основных ценах), млрд рублей.

Обеспеченность врачами (49 на 10 тыс. жителей) находится на среднероссийском уровне, однако обеспеченность средним медицинским персоналом составляет 99,2 на 10 тыс. жителей и больничными койками -87,3 на 10 тыс. жителей – является низкой. Однако наряду с этим следует подчеркнуть, что Самарская область является одним из лидеров по качеству медицинских услуг, что неслучайно, поскольку регион обладает развитой материально-технической базой.

В Самарской области функционируют высшие учебные заведения, выпускающие высококвалифицированных специалистов: Федеральный Самарский государственный университет, Самарский государственный технический университет, Самарский государственный медицинский университет, Самарский государственный педагогический университет, Самарский государственный университет путей сообщения, Поволжская государственная академия телекоммуникаций и информатики и др. В регионе также функционируют 880 школ и 71 среднее специальное учебное заведение. В 2016 году был создан специальный центр одаренных детей. Самарская область располагает значительным научно-техническим потенциалом. Исследования в области фундаментальных наук координирует Самарский научный центр РАН, объединяющий 8 научно-исследовательских учреждений.

Производственный потенциал Самарской области

Самарская область является одним из крупнейших индустриально-аграрных регионов страны. В регионе действуют приблизительно 900 крупных и средних промышленных предприятий и 6 тысяч малых. Промышленный комплекс области разнообразен и включает в себя добывающие, обрабатывающие отрасли, а также энергетику. Основными направлениями являются высокотехнологические обрабатывающие производства, в которых уровень добавленной стоимости достаточно высокий. К ним можно отнести: производство транспортных средств и оборудования, доля которого составляет 25%, химическое производство с удельным весом 11%. В области развита подшипниковая промышленность, станкостроение, нефтяное машиностроение, тяжелое машиностроение, электротехническая промышленность, цементное машиностроение, а также функционируют заводы машиностроительного профиля.

Самарская область составляет существенную долю продукции в общем производстве по России. Так, в этом регионе производится около 30% всех выпускаемых в стране легковых автомобилей и т.д. Основные данные представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Доля продукции Самарской области в общем объеме производства

Продукция	Доля в российском производстве
Безводный аммиак	23%
Синтетический каучук	11%
Топочный мазут	10%
Автомобильный бензин, минеральные азотные удобрения, пластмассы в первичной форме	8%
Дизельное топливо, нефть первичной переработки, подшипники, полимерные пленки	7%
Кондитерские изделия	4%
Добыча нефти	3%
Санитарно-техническая керамика	16%
Пиво	7%

Источник: составлено по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области

Самарская область принимает активное участие во многих государственных программах. Так, реализуется программа по развитию промышленного комплекса, направленная на импортозамещение. К тому же исполнительные органы власти региона реализуют 17 новых инвестиционных проектов. В 2016 году учреждена территория опережающего социально-экономического развития города «Тольятти», основной целью которой является создание благоприятных условий для развития экономически важных отраслей.

В регионе развита авиакосмическая промышленность, которая представлена крупнейшими заводами «ЦСКБ – Прогресс», «Моторостроитель» и «Авиакор – авиационный завод». Функционирует центр по нефтепереработке, состоящий из Новокуйбышевского, Куйбышевского, Сызранского НПЗ и Новокуйбышевского завода по производству масел и присадок.

Электроэнергетика области представлена следующими энергетическими предприятиями: Безымянская ТЭЦ, Самарская ГРЭС, Новокуйбышевские ТЭЦ-1 и ТЭЦ-2, Тольяттинская ТЭЦ-1, Самарская ТЭЦ-1, Сызранская ТЭЦ. Указанные предприятия входят в единый комплекс ПАО «Т-Плюс».

В регионе хорошо развита розничная торговля, о чем свидетельствуют статистические данные (рис. 4) [2].

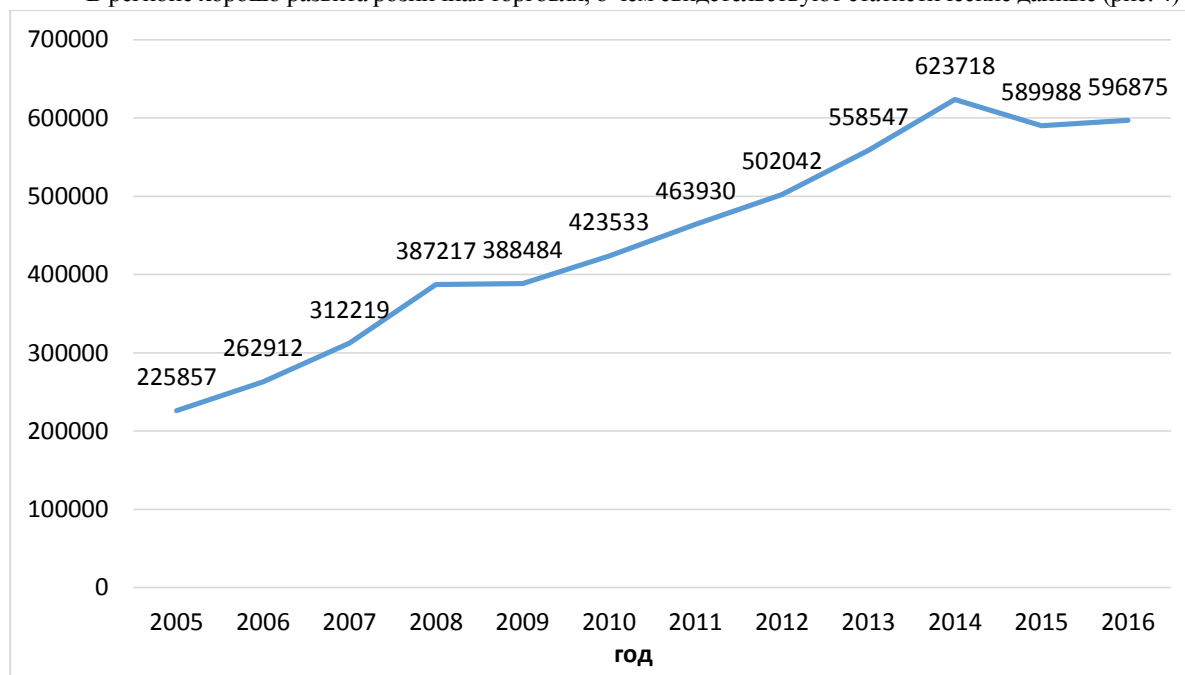


Рисунок 4 – Динамика оборота розничной торговли, млн руб.

Так, оборот розничной торговли в 2016 году вырос по сравнению с уровнем 2005 года в 2,6 раза (с учетом инфляции и роста цен).

Состояние и развитие туризма и сервиса

Необходимо отметить, что уровень платных услуг, предоставляемых населению, находится на среднероссийском уровне. Динамика их оборота представлена на рис. 5 [2]. В 2016 году по сравнению с 2005 годом в области объем платных услуг увеличился в 3 раза (с учетом инфляции и роста цен).

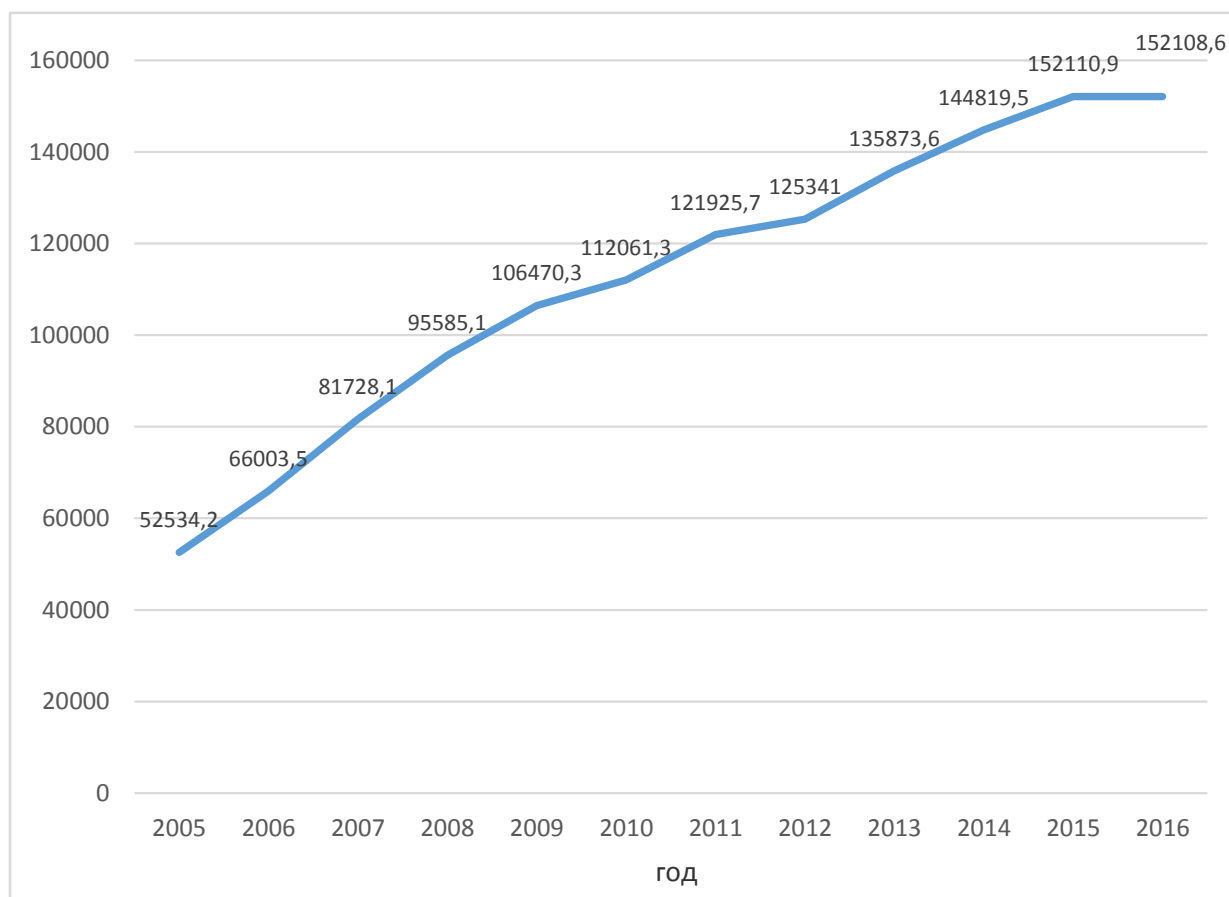


Рисунок 5 – Динамика объема платных услуг населению области, млн руб.

В Самарской области хорошо развиты туристические услуги. Так, на территории региона функционирует более 30 санаториев, 125 баз отдыха и более 300 гостиниц. На её территории находятся следующие национальные парки: Самарская Лука и Бузулукский бор, а также Жигулевский государственный природный заповедник им. И.И. Спрыгина. В целом в регионе насчитывается более 200 памятников природы, что делает привлекательным регион для развития туризма. Более того, у Соколиных Гор функционирует горнолыжный комплекс «Красная Глинка», который пользуется высокой популярностью не только у местных жителей.

На территории Самарской области находится около 40 музеев, разнообразных по своей специфике. Здесь есть мемориальные музеи Алексея Толстого, Ильи Репина, музей «Бункер Сталина», а также разнообразные историко-краеведческие музеи и музеи по археологии и нумизматике.

Дальнейшее развитие Самарской области видится в развитии сферы услуг, что является достаточно прибыльным. Одним из направлений развития туризма является экотуризм (агротуризм, сельский туризм). Однако в этом направлении имеются проблемы, оставшиеся от прежнего уклада жизни области: это неосведомлённость потребителей услуг и недостаточно хорошие дороги, особенно в сельской местности, а также недостаточно развитые направления сферы услуг. Например, в указанных парках в основном предусмотрены пешие прогулки и экскурсии. Начал развиваться новый вид услуг - катание на лошадях. Однако нет комфортабельного проживания, питания, мест сбора мусора, биотуалетов, лавочек, баков для мусора и т.д. Это позволило бы повысить эффективность использования парков и поступлений в бюджет области [3].

Заключение

В ходе проведенного исследования необходимо выделить следующие основные результаты. В регионе отмечается достаточно высокий уровень развития промышленности, сельского хозяйства, имеются все предпосылки для дальнейшего социально-экономического развития Самарской области.

Одним из направлений перспективного развития можно назвать решение проблемы импортозамещения, которое является необходимым и достигаемым этапом совершенствования региональной и российской экономики в целом.

Другим важнейшим направлением развития в международных масштабах и всей страны является создание и функционирование в области мультимодального транспортно-логистического центра, охватывающего водный, железнодорожный, автомобильный, авиационный и, возможно, трубопроводный транспорт. Для этого в области имеются все предпосылки и основные технические средства. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры позволит не только улучшить транспортное обеспечение предприятий области, но и увеличить транзит российских грузов в зарубежные страны Прикаспийского региона, а также в Азию. Это будет способствовать не только развитию экономики области, но всей России. Для дальнейшего подъема экономики страны необходимо развивать транспорт и транспортно-логистическую инфраструктуру, без чего невозможно ни освоение новых месторождений, ни территорий. Поэтому создание единого транспортно-логистического пространства крайне необходимо в настоящее время, а вместе с тем благоприятное положение Самарской области может сыграть большую роль, усовершенствовав не только внутренние транспортные пути, но и создав основу для обеспечения международной торговли.

Следующим вектором развития региона может стать создание крупного медицинского центра и единого медицинского сервиса области. Прежде всего, это направлено на улучшение обеспечения населения медицинскими услугами, для чего имеются все предпосылки и технические возможности. В области имеются высшие медицинские учреждения, выпускающие высококвалифицированных специалистов в этой сфере, однако им приходится уезжать в другие регионы и федеральные округа в поисках работы. Создание крупного медицинского центра могло бы решить эту проблему. Центр мог бы быть не только областным, но и всероссийским, а также мог бы принимать иностранных пациентов, в частности из соседнего Казахстана. Всё это увеличило бы поступления в доходную часть бюджета Самарской области.

Не менее перспективным направлением является развитие экотуризма и сельского туризма [19, 26], который поспособствует увеличению притока большого числа российских и зарубежных туристов в данный регион. А это в свою очередь обеспечит новые потоки финансов в регион в рублях и иностранной валюте, создаст дополнительные рабочие места, снизит или совсем исключит безработицу и в целом повысит жизненный уровень населения.

Список литературы

1. *Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ: итоги 2016 года, РИА – рейтинг* [Электронный ресурс]. – URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/rating_regions_2017.pdf (дата обращения: 20.04.2018)
2. *Самарский статистический ежегодник. 2016: Стат.сб. / Самарстат.* – Самара, 2016. – 352с.
3. *Domestic tourism as an element in the growth of economic potential of Russia, Shvandar D., Gudkova V. // Integration processes in the social, legal and economic spheres of civil society.* – Canada, Ontario, 2015. – P. 105-113.
4. *Официальный сайт министерства экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области* [Электронный ресурс]. – URL: http://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/ (дата обращения: 20.04.2018).
5. *Официальный сайт министерства управления финансами Самарской области* [Электронный ресурс]. URL: <http://minfin-samara.ru/credit-rating/> (дата обращения: 20.04.2018).
6. *Экологический паспорт региона* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecopassport.samregion.ru/> (дата обращения: 20.04.2018).
7. *Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области* [Электронный ресурс]. URL: http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/population/ (дата обращения: 20.04.2018).
8. *Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru/region/IndicatorTable?region= SAM&indicator=Table1.2&year=2017> (дата обращения: 20.04.2018).
9. *Официальный сайт Правительства Самарской области* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.samregion.ru/> (дата обращения: 20.04.2018).

10. Бюджет для граждан Самарской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://budget.minfin-samara.ru/razdely/parametri-budzheta/osnovnie-harakteristiki-budzheta/> (дата обращения: 20.04.2018).
11. Официальный сайт рейтингового агентства «РА Эксперт» [Электронный ресурс]. – URL: <https://raexpert.ru/database/regions/samara/> (дата обращения: 20.04.2018).
12. Шумаев В., Морковкин Д. Импортозамещение как стратегическое направление инновационно-индустриального развития экономики России // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2014. – № 4. – С. 123-126.
13. Абдикеев Н.М., Малова Д.В. Динамическое моделирование и сценарный анализ развития инновационных кластеров в регионах // Финансовая аналитика: проблемы, решения. – 2012. – № 31 (121). – С. 12-23.
14. Архипова Н.И., Поморцева И.М., Шкодинский С.В. Промышленная политика России: глобальные вызовы, риски и национальные приоритеты // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2015. – № 2. – С. 28-34.
15. Архипова Н.И., Родионов И.И. Изменение содержания и роли факторов производства как источника конкурентоспособности в современном мире // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». – 2015. – № 1. – С. 9-16.
16. Вертакова Ю.В., Клевцова М.Г., Положенцева Ю.С. Формирование точек кластерного роста экономического развития территорий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 2 (32). – С. 56-61.
17. Гончаренко Л.И., Архипцева Л.М., Баширова Н.Н., Борисов О.И. и др. Актуальные проблемы развития налоговой системы России в первом десятилетии XXI века: монография. – М.: Изд-во Финансового ун-та, 2011. – 315 с.
18. Королев В.И., Кузнецова А.И., Алексеев А.Н., Ковальчук В.М., Никитова С.Г., Романова Ю.А., Филипченко А.М., Рязанов А.А., Кокуш А.В., Морковкин Д.Е., Бурыкин Е.С., Ведров Е.С., Никонорова А.В., Овсянникова Т.С., Алексашина Т.В., Дуброва В.И., Рибокене Е.В., Жмыря Е., Алексеев И., Шумаев В.А. и др. Управление социально-экономическими процессами и системами в России: современное состояние и перспективы развития. – М., 2014.
19. Макроэкономическое регулирование: задачи и перспективы развития: монография / под ред. Д.Е. Сорокина, С.В. Шманева, И.Л. Юрзиновой. – М.: КНОРУС, 2018. – 336 с.
20. Морковкин Д.Е. Современные инструменты пространственного регулирования ускоренного социально-экономического развития России // Муниципальная академия. – 2017. – № 2. – С. 25-36.
21. Морковкин Д.Е. Факторы интенсивного развития экономического пространства региона // Colloquium-journal. – 2017. – Т.1. – № 7 (7). – С. 93-95.
22. Сорокин Д.Е. Экономическая теория, экономическая реальность и экономическая политика // Журнал экономической теории. – 2014. – № 4. – С. 25-39.
23. Фаттахов Р.В., Строев П.В. Пространственный аспект модернизации экономики России // Экономика. Налоги. Право. – 2015. – № 6. – С. 6-14.
24. Шаркова А.В., Мерзлова М.П. Факторы формирования и развития человеческого капитала в инновационной экономике // Право и современные государства. – 2013. – № 4. – С. 9-13.
25. Шманев С.В., Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Предложения по развитию научного и экспертно-аналитического обеспечения процессов стратегического управления, социально-экономического планирования и проектирования // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (35). – С. 90-95.
26. Shumaev V.A., Morkovkin D.E., Nikonorova A.V., Nezamaikin V.N., Yurzinova I.L. Innovative aspects of agritourism project management // Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry : Proceedings of the 5th International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism & Hospitality. – 2018. – С. 241-248.

УДК 330.342

Симонова Е.В.

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ МОДЕЛИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Simonova E.V.

EVOLUTIONARY MODELS OF COMPETITIVENESS MAINTENANCE OF MODERN ECONOMY

Симонова Евгения Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: jezzi@mail.ru

Simonova Evgeniya Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: jezzi@mail.ru

Аннотация: Трансформация мировой экономики обеспечивает выдвижение новых категорий и индикаторов, способствующих появлению иных условий развития окружающего мира. Все это приводит к тому, что конкурентоспособность экономик различных стран начинает зависеть не от рыночных механизмов, а от совершенно новых категорий рыночного хозяйства. В связи с этим актуальность приобретает вопрос обеспечения конкурентоспособности современной экономики. В статье анализируются эволюционные модели обеспечения конкурентоспособности современной экономики. Обсуждаются ее элементы и процесс формирования моделей для анализа основных процессов, происходящих на каждом этапе эволюционирования данной модели.

Рассматривается вопрос обеспеченности конкурентоспособности современной экономики, который строится на основе двух предпосылок: рассмотрение вопроса конкурентоспособности экономики с позиции хозяйствующих субъектов; обобщение результатов исследований в области обеспечения конкурентоспособности экономики в соответствии с изменениями макроэкономических показателей. Представлена модель обеспечения конкурентоспособности «экономики будущего десятилетия». Однако отсутствие в модели предпосылок к прогнозированию не позволяет сформировать целостное представление об экономике будущего. Существующие в ней недостатки также требуют корректировки. В целом отмечается тенденция, формирующая новую модель обеспечения конкурентоспособности экономики будущего

Abstract: Economic transformation promotes advancement of new categories and indicators facilitating formation of other development conditions of the world around. All these result in the situation, when competitiveness of the economy of different countries starts depending not on the market mechanisms, but on absolutely new categories of market economy. In this connection the question of modern economy competitiveness becomes urgent. In the article evolutionary models of modern economy competitiveness are analyzed. Elements and the process of models formation of economy competitiveness are discussed for the analysis of the basic processes occurring at each evolution stage of the model.

The question of provision of modern economy competitiveness which is based two preconditions is considered: consideration of the question of economy competitiveness from the position of managing subjects and generalization of the results of the researches in the field of economy competitiveness according to the changes of macroeconomic indicators. The model of the "economy of the next decade" competitiveness is presented. However, absence of preconditions to forecasting in the model does not allow to generate complete idea about the future economy. The existing lacks will also demand updating. As a whole the tendency of new model formation of the economy of the future competitiveness is noted.

Ключевые слова: экономика будущего, конкурентоспособность, конкуренция, инновации, экономический рост, индикаторы

Keywords: future economy, competitiveness, competition, innovations, economic growth, indicators

Уже на протяжении десяти лет мир живет в условиях структурного кризиса. Этот кризис не описывается колебаниями в выпуске, макроэкономическими дисбалансами или политической нестабильностью. Его суть – в глубокой трансформации, охватывающей различные стороны жизни ведущих стран как развитых, так и развивающихся. Можно сказать, что это кризис социально-экономической и политической идентичности, ведущий к формированию новых реалий (тенденций), которые, вероятно, будут доминировать в мире в течение нескольких десятилетий. На протяжении кризисного периода наблюдались эпизоды подъема и спада, ускорения и торможения. Однако ключевыми особенностями этого времени выступают

общая неустойчивость всех трендов (прежде всего, экономического роста) и резко усилившаяся неопределенность последствий как технологических инноваций, так и экономической политики [1].

Трансформация мировой экономики приводит к тому, что на первое место выдвигаются новые категории и индикаторы, создающие иные условия развития окружающего мира. Данные изменения приводят к тому, что конкурентоспособность экономик различных стран начинает зависеть не от рыночных механизмов, а от совершенно новых категорий рыночного хозяйства. В соответствии с этим актуальным выступает вопрос обеспечения конкурентоспособности современной экономики. Мировая экономика 90-х годов породила возникновение технологий, товаров и услуг, которые стали приоритетными для завоевания новых рынков и потребителей. Данный процесс стал первым шагом в конкурентной борьбе между национальными экономиками.

В современной экономике эволюционные модели конкурентной борьбы подверглись серьезным изменениям со стороны пространственно-временных приоритетов в области обеспечения данного процесса. Под влиянием законов рынка, которые подвергаются трансформации, отношения конкурентоспособности национальных экономик стали адаптироваться к условиям цивилизационной борьбы за ограниченность ресурсов. Во-первых, в современной экономической системе сформировался ряд конкурентных барьеров, которые изменили процесс производства и потребления. Во-вторых, рынок перестал быть саморегулируемым. В-третьих, зависимость покупки товара от платежеспособности населения уходит на второй план, заменяясь на желание удовлетворения потребностей покупателя. В-четвертых, конкурентная борьба за потребителя перешла из плоскости «качество товара» в «уникальность товара». В соответствии с данными тезисами можно отметить, что процесс обеспечения конкурентоспособности современной экономики в нынешних условиях развития складывается совершенно из иных факторов и элементов, влияние которых в прошлом было очевидно.

Обеспеченность конкурентоспособности современной экономики является актуальной и значимой темой исследования. Данный факт обусловлен тем, что в условиях изменения рыночных законов и индикаторов развития субъектов экономики важное значение приобрела научно-техническая конкурентоспособность. Научно-техническая конкурентоспособность связана с разработкой технологических товаров и smart-процессов, которые в краткосрочной перспективе развития территориальных структур станут главенствующими при обеспечении высоких конкурентных позиций на мировых рынках. Кроме того, глобализация всех мировых экономических процессов определяет важность информационных технологий как нового фундамента развития конкуренции. В соответствии с этим необходимо рассмотреть, обобщить элементы, а также изучить процесс формирования моделей обеспечения конкурентоспособности экономики для анализа основных процессов, происходящих на каждом этапе эволюционирования данной модели.

На сегодняшний день исследование вопроса обеспеченности конкурентоспособности современной экономики строится на основе двух предпосылок:

1. Рассмотрение вопроса конкурентоспособности экономики с позиции хозяйствующих субъектов.
2. Обобщение результатов исследований в области обеспечения конкурентоспособности экономики в соответствии с изменениями макроэкономических показателей.

Первая предпосылка находит свое отражение преимущественно в трудах российских ученых, таких как В.Л. Абрамов [2], А.И. Белов [3], К.А. Карташов [4], Е.В. Кремнева [5], Т.З.О. Мусаев [6], Е.Н. Четчикина [7]. Иных экономических воззрений придерживаются как российские и иностранные исследователи, а именно: S.V. Forrester, G.H. Ustinova, I.V. Kosyakova, N.V. Ronzhina, M.O. Suraeva [8], Ja.H. Johnson [9], K. Kasemsap [10], L. Maier [11], M.B. Miller [12], T. Mills, I. Dukeov, C.F. Fey [13], которые рассматривают процесс обеспечения конкурентоспособности экономики с позиции изменения макроэкономических индикаторов в условиях глобальной экономики.

Обоснованность, достоверность и аргументация рекомендаций в научной статье обеспечиваются применением следующего инструментария: сопоставления данных, формирования теоретического базиса исследования, оценки позиционных элементов, сравнения и аргументации полученных данных.

Исследование эволюции моделей обеспечения конкурентоспособности экономики будет проводиться на основе обобщения основных элементов конкурентной среды, играющих первостепенную роль в развитии экономики различных периодов конца XX – начала XXI века.

Трансформация системы рыночного хозяйства конца XX века была сопряжена с разрушением плановой экономики социалистических стран. В соответствии с этим начинали зарождаться новые отношения, ставшие зачатками экономики глобального потребления начала 2000-х годов. Отметим, что в начале 90-х годов XX века конкурентоспособность обеспечивалась деятельностью глобальных транснациональных компаний, которые начинали внедряться в экономику стран с несформированной рыночной инфраструктурой. На первое место в аспекте обеспеченности конкурентоспособности стало выдвигаться требование по вливанию капитала в те отрасли экономики, которые приносили высокий доход и позволяли получить в собственность компании ограниченные ископаемые ресурсы.

В дальнейшем обеспеченность конкурентоспособности стран претерпела некоторые изменения.

Главным фактором конкурентоспособности любого государства стало наличие современных рынков капитала. В целом сформировались три основные модели, которые обеспечили функционирование экономик с позиции стратегического развития маркетинговых преимуществ:

1. Модель устойчивой рыночной конкуренции.
2. Модель конкурентоспособной стратегии развития.
3. Модель конкурентоспособности на основе низких издержек.

Модель устойчивой рыночной конкуренции рассматривает обеспечение конкурентоспособности экономики через призму взаимодействия субъектов конкурентной среды с основными типами микроэкономических рынков.

Целью обеспечения конкурентоспособности экономики страны выступают максимизация бюджетных средств и высокий уровень благосостояния граждан [14]. При этом доминирующими факторами, формирующими конкурентоспособность, становятся рынки ресурсов, капитала и товаров, позволяющие усиливать влияние на состояние ресурсной базы в каждом из представленных выше рынков. Отметим, что данные рынки в большей степени влияют на конкурентоспособность национальной экономики и только вторично – на колебания мировых рынков. Тем самым политический фактор обеспеченности конкурентоспособности является косвенным по отношению к национальной экономике.

Формирование модели устойчивой рыночной конкуренции происходило под усилением влияния рынка товаров над рынками капитала и ресурсов. Данное обстоятельство связано с конъюнктурой развития мировой экономики в середине 90-х годов. Процесс масштабирования производства сводился к роли конкурентоспособности как фактора, способного при помощи новых товаров сформировать уникальные преимущества для развития всей экономики. Данного постулата придерживались и ученые, сгруппировавшие модель конкурентоспособной стратегии развития [15], которая базируется на принципе использования стратегии как главного фактора, обеспечивающего конкурентные преимущества, которые в рамках рыночной экономики создают основу развития хозяйствующих субъектов (фирм). Стратегия конкурентного государства как итог модели включает в себя большое количество социально-экономических индикаторов. Однако основными из них выступают «преимущества высокого ранга» и «преимущества низкого ранга». Преимущества высокого ранга – это конкурентные преимущества, формирующиеся в долгосрочном периоде и позволяющие получить более высокую «маржу». В их число входят: репутация, современные технологии, долговременные отношения с покупателями, развитая маркетинговая политика.

Преимущества низшего ранга базируются на конкурентных преимуществах, достигаемых за счет доступности ресурсов и снижения затрат. К числу преимуществ низшего ранга можно отнести способность производства товара, продажи товара, обеспечить выпуск товаров, необходимых потребителю. Говоря современным языком, данная модель, помимо теории стратегического планирования, включает в себя стратегию снижения издержек.

Модель конкурентоспособности на основе низких издержек направлена на получение конкурентных преимуществ за счет снижения себестоимости товара по сравнению с ценой товара конкурентов [16]. В данной модели обеспечение конкурентоспособности проецируется на процесс получения прибыли за счет снижения затрат на разработку, производство и продажу товаров и услуг.

Существуют два варианта реализации данной модели:

Вариант 1. Продавать продукцию по наиболее низким ценам. Цель – привлечение новых покупателей.

Вариант 2. Продавать продукцию по текущим рыночным ценам. Цель – направление финансовых средств на развитие маркетинговой и сбытовой политики.

Постулаты данной модели позволяют сделать вывод, что модель конкурентоспособности на основе низких издержек требует обеспечения жесткого контроля. В соответствии с этим конкурентоспособность формируется при условиях высокоэластичного спроса на продукцию, стандартизации продукции, доступа к источникам снижения себестоимости. Однако в связи с постоянным сокращением производственных и сырьевых ресурсов использование данной модели к началу 2000-х годов привело к несистемному снижению конкуренции во многих отраслях экономики.

Данное обстоятельство было связано с ухудшением качества производимой продукции и наличием в обороте большого количества товаров, не пользующихся спросом. Отказ от данной модели обеспечения конкурентоспособности экономики в начале 2000-х годов привел к кризису перепроизводства в 2008 году. При этом в начале 2000-х годов многие экономисты пытались внедрить новую модель обеспечения конкурентоспособности экономики [17, 18].

Модель обеспечения конкурентоспособности «экономики нового тысячелетия» (2000-2008 годы) основывается на теории качественно-количественного развития. В соответствии с данной теорией ключевыми в обеспечении конкурентоспособности страны являются как количественные, так и качественные факторы развития. В их число входит экономический рост, синергия, альтернативные подходы развития экономики, ситуационный мониторинг. При этом данная модель не рассматривает влияние на обеспечение конкурентоспособности экономических реформ, эволюционных индикаторов развития, элементов государственного контроля и персонализации товаров для выхода на новые рынки.

Вместе с тем уровень конкуренции не должен быть изменен за счет экономических реформ, которые не дают добиться нужного варианта экономического разнообразия. В соответствии с данной моделью экономические реформы приводят лишь к сокращению числа конкурентов, формируя монополистический рынок. Для эффективного функционирования конкурентной среды необходимо создать оптимальные экономические условия для всех субъектов рынка, включающие некоторое количество альтернативных вариантов, прогнозируемых на основе новых алгоритмов целевого управления.

Данная эволюционная система совмещает в себе два подхода к обеспечению конкурентоспособности: самоорганизацию конкурентной среды и саморегулирование конкурентной борьбы. В процессе самоорганизации конкурентной среды обеспечивается оптимальное макрорегулирование национальной экономики. Саморегулирование конкурентной борьбы позволяет отстраниться от макрорегулирования при выявлении наиболее существенных факторов, влияющих на целостность всей экономической системы. В соответствии с этим наблюдается противопоставление одного подхода другому.

На основе данных предпосылок была сформирована модель обеспечения конкурентоспособности, эволюционирующая в 2009-2017 годах, которая основывается на теории постоянного роста [19, 20, 21, 22]. Во главу угла ставится проблема поиска новых источников экономического роста. Система конкурентной среды динамично развивается. В статике рассмотреть особенности обеспечения конкурентоспособности экономики невозможно. Данное обстоятельство связано с постоянной динамикой таких индикаторов, как максимальная прибыль хозяйствующих субъектов, темпы роста экономики страны, соответствие мировой конкурентной иерархии, неустойчивость экономических процессов.

В соответствии с данной моделью обеспеченность конкурентоспособности экономики зависит от приращения капитала. При этом отсутствие равновесия не дает сформировать единую систему конкурентной среды, что отражается как на деятельности государства, так и на финансовом состоянии хозяйствующих субъектов. Тем самым государство стремится к приросту дополнительного капитала, чтобы создать резервные фонды для последующей реализации социально-экономических программ. Хозяйствующие субъекты продолжают максимизировать прибыль. В совокупности удовлетворения интересов данных субъектов должна быть разработана стратегия модернизации экономики в рамках обеспеченности конкурентного развития всех ее субъектов. То есть должно быть сформировано множество подходов к вопросу конкурентоспособности экономики без выбора единого варианта развития.

Отметим, что данная модель не включает в себя некоторые существенные индикаторы, такие, например, как:

1. Линейно-причинные связи между показателями конкурентоспособности экономики. В соответствии с данной предпосылкой не может быть проанализирована конкурентная среда и выявлены закономерности негативного / положительного развития в разрезе экономической стратегии.

2. Социально-экономические ожидания будущего. Данная модель не направлена на формирование прогнозной составляющей экономического развития.

3. Экономическое равновесие на рынках. В качестве основного постулата модели выступает тезис, что в настоящее время экономические процессы не позволяют сформировать равновесие на макроэкономических рынках.

4. Сложность конкурентных процессов. В связи с отсутствием прогностической функции невозможно смоделировать и прогнозировать развитие конкурентных процессов.

Несмотря на тот факт, что модель обеспечения конкурентоспособности 2009-2017 годов не основывается на применении метода форсайт, позволяющего смоделировать и оценить возможные последствия формирования новой конкурентной среды, в реалиях современного развития разработана модель обеспечения конкурентоспособности «экономики будущего десятилетия» (рис. 1) [23, 24, 25].

Данная модель обеспечения конкурентоспособности проецируется в виде части инвестиционного проекта – системы со входом и выходом. Отметим, что в данной системе элементы выстроены в противоположную сторону. Сначала необходимо осуществить «выход из коридора прошлого», а затем, сформировав определенный сценарий развития, осуществить «вход в коридор будущего».

В процессе выстраивания сценария, определяющего обеспечение конкурентоспособности будущей экономики, следует определить конечную цель, которую необходимо достигнуть; провести оценку модели глобальных процессов, которая должна соответствовать модели национальных интересов; разработать сценарии развития, которые в большей степени представляют собой алгоритмы реализации конкурентных преимуществ; сформировать защитную систему по управлению рисками и адаптировать ее под текущие экономические процессы. В конечном результате будет реализована стратегия будущего развития экономики с внедренными в нее методами диагностики и прогнозирования конкурентной среды по различным вопросам экономики.

Экономика будущего десятилетия формируется в устойчивой системе конкурентоспособности. Данное условие означает наличие фундаментальных элементов, которые должны трансформироваться с учетом изменений и адаптироваться к новой конкурентной среде. В качестве данных элементов выступают: капитал, инновационный продукт и технологии, внешние вызовы и внутренняя детрансформация

среды. Безусловно, в условиях глобализации статичность внешних вызовов и внутренняя детрансформация не представляются возможными. В связи с этим существуют предпосылки к формированию новой модели обеспечения конкурентоспособности экономики будущего.



Рисунок 1 – Модель обеспечения конкурентоспособности «экономики будущего десятилетия»

Таким образом, проведенное выше исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Модели обеспечения конкурентоспособности экономики прошли долгий путь эволюционирования, что было сопряжено с изменениями развития экономических парадигм в масштабе национальной и мировой экономики. В соответствии с поэтапной оценкой эволюции данных моделей можно раскрыть основные тенденции экономического развития, характерные в данный период. Так, например, модель устойчивой рыночной конкуренции сопряжена с формированием новой рыночной идеологии распределения ресурсов, капитала и технологий; модель конкурентоспособной стратегии развития включает в себя компоненты планового хозяйства, тем самым определяя место для государственного регулирования экономики; модель конкурентоспособности на основе низких издержек базируется на маркетинговой политике низкого качества товара и цены, что впоследствии ведет к кризису перепроизводства.

2. Интересной представляется модель обеспечения конкурентоспособности «экономики нового тысячелетия», в соответствии с которой отвергается значимость экономических реформ. Для эффективного функционирования конкурентной среды необходимо сформировать оптимальную экономическую среду для всех субъектов рынка. Данная среда должна включать некоторое количество альтернативных вариантов конкурентного развития, прогнозируемых на основе новых алгоритмов целевого управления.

3. Модель обеспечения конкурентоспособности 2009-2017 годов основывается на поиске новых источников экономического роста. Во главу угла ставится вопрос увеличения темпов роста во всех отраслях экономики вместо повышения благосостояния населения. По нашему мнению, эта модель вскоре прекратит свое существование. Данное обстоятельство можно обосновать тем фактом, что отсутствие в модели предпосылок к прогнозированию не позволяет сформировать целостное представление об экономике будущего. Несмотря на то, что прототипом подобной модели является модель обеспечения конкурентоспособности «экономики будущего десятилетия», существующие в ней недостатки также потребуют корректировки.

Список литературы

1. Мау В.А. На исходе глобального кризиса: экономические задачи 2017-2019 гг. // Вопросы экономики. – 2018. – № 3. – С. 5-29.
2. Абрамов В.Л. Конкурентоспособность российской экономики: концептуальное оформление // Государственная служба. – 2011. – № 5. – С. 39-43.
3. Белов А.И. Показатели и факторы конкурентоспособности национальной экономики // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 204-211.

4. Карташов К.А. Проблемы конкурентоспособности национальных экономик в XXI веке // *Современные проблемы науки и образования*. – 2014. – № 6. – С. 361.
5. Кремнева Е.В. Институциональный паттерн конкурентоспособности и развития российской экономики // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. – 2011. – № 4. – С. 29-32.
6. Мусаев Т.З.О. Потенциальные преимущества национальных экономик в условиях усиления конкурентоспособности // *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. – 2011. – № 2. – С. 23-27.
7. Чечеткина Е.Н. Необходимость и возможность повышения конкурентоспособности российской экономики // *Наука и общество*. – 2011. – № 3. – С. 76-80.
8. Forrester S.V., Ustinova G.H., Kosyakova I.V., Ronzhina N.V., Suraeva M.O. Human capital in the innovative conditions // *IEJME: Mathematics Education*. – 2016. – Vol. 11. – No. 8. – pp. 3048-3065.
9. Johnson Ja.H. A conceptual model for enhancing community competitiveness in the new economy // *Urban Affairs Review*. – 2002. – V. 37. – № 6. – pp. 763-779.
10. Kasemsap K. Advocating entrepreneurship education and knowledge management in global business // *Handbook of Research on Entrepreneurship in the Contemporary Knowledge-Based Global Economy*. – 2015. – pp. 313-339.
11. Maier L. Innovation incubators – entities of support of small and medium-sized enterprises' competitiveness in the modern economy // *Economie si Sociologie: Revista Teoretico-Stiintifica*. – 2013. – No. 2. – pp. 67-86.
12. Miller M.B. The business trip: maritime networks in the twentieth century // *Business History Review*. – 2003. – Vol. 77. – No. 1. – p. 1.
13. Mills T., Dukeov I., Fey C.F. Russian competitiveness in the global economy // *Journal of East - West Business*. – 2007. – T. 13. – № 4. С. 97-138.
14. Лютых О.Ю. Конкурентоспособность российской экономики: история, текущие состояние, перспективы // *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева*. – 2011. – Т. 2. – № 3. – С. 148-152.
15. Одесс В.И. Конкуренция – двигатель экономики рыночного типа // *РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция*. – 2010. – № 2. – С. 67-69.
16. Шкиотов С.В. Конкурентоспособность национальной экономики: взаимосвязь политэкономического и институционального подхода // *Научные труды Вольного экономического общества России*. – 2010. – Т. 136. – С. 586-592.
17. Bazhenov Yu., Nikulkhenkov K. Competitiveness of the economies of border regions // *Baltic Region*. – 2009. – Vol. 1. – No. 2. – pp. 34-38.
18. Fey C.F. Russian coetitiveness in the global economy // *Journal of East - West Business*. – 2007. – V. 13. – № 4. – pp. 97-138.
19. Kirshin I.A., Kuzminov S.V. Evaluation method development for regional economies competitiveness // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 5. No. 18 SPEC. ISSUE. pp. 159-164;
20. Maier L. Innovation incubators – entities of support of small and medium-sized enterprises' competitiveness in the modern economy // *Economie si Sociologie: Revista Teoretico-Stiintifica*. 2013. No. 2. pp. 67-86;
21. Киришин И.А., Габдуллин Н.М. Формирование карт конкурентоспособности региональных экономик // *Федерализм*. – 2011. – № 2 (62). – С. 49-58;
22. Шкиотов С.В. Теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности российской экономики // *Экономика. Управление. Право*. – 2010. – № 5. – С. 27-34.
23. Forrester S.V., Ustinova G.H., Kosyakova I.V., Ronzhina N.V., Suraeva M.O. Human capital in the innovative conditions // *IEJME: Mathematics Education*. 2016. Vol. 11. No. 8. pp. 3048-3065;
24. Ilyasova J., Shkurina A. The competitiveness of the economies of the BRICS countries: common problems and benefits // *Economy modernization: new challenges and innovative practice 4th International Conference, Conference Proceedings. Scope academic house; Science editor R. Berton*. 2016. pp. 58-62;
25. Mills T., Dukeov I., Fey C.F. Russian competitiveness in the global economy // *Journal of East - West Business*. 2007. V. 13. № 4. P. 97-138.

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

УДК 330.131.7:338.486.4

Пашкевич Л.А., Батурина Н.А., Покровский Н.В.

РИСКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ

Pashkevich L.A., Baturina N.A., Pokrovsky N.V.

RISKS IN TOURISM: CONCEPT AND NATURE

Пашкевич Людмила Аркадьевна, кандидат технических наук, доцент; кафедра товароведения, экспертизы товаров и туризма ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyudmila.pashckevitch@yandex.ru

Pashkevich Ludmila Arkadjevna, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyudmila.pashckevitch@yandex.ru

Батурина Наталья Анатольевна, кандидат технических наук, доцент; кафедра товароведения, экспертизы товаров и туризма ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru

Baturina Nataliya Anatoljevna, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru

Покровский Николай Викторович, кандидат технических наук, доцент; кафедра товароведения, экспертизы товаров и туризма ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tir3426@yandex.ru

Pokrovsky Nikolay Viktorovich, Candidate of Engineering Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tir3426@yandex.ru

Аннотация: Любой предпринимательской деятельности присуще постоянное наличие рисков, на возникновение которых влияет совокупность внешних и внутренних факторов (социально-экономические условия функционирования экономики, уровень конкуренции, международная обстановка, природно-климатические условия, финансовое положение предприятия и др.). Особый интерес изучения рисков именно в сфере туризма обусловлен тем, что в современной российской экономике четко прослеживается возрастающая роль туриндустрии. В статье рассмотрены концептуальные положения классической теории риска; подходы к проблеме понятия «риск»; сформулировано понятие риска в туристской деятельности

Abstract: Constant risks which occur under the influence of external and internal factors (social and economic conditions of economy functioning, competition level, international situation, natural and climatic conditions, financial state of the enterprise, and etc.) are inherent in any enterprise activity. The study of risks in tourism sphere is especially interesting because of the fact that the role of tour industry in modern Russian economy is growing. The conceptual positions of the classical theory of risk and approaches to the concept "risk" are considered in the article. The concept of risk in tourist activity is formulated

Ключевые слова: предпринимательство, туристская деятельность, государственное регулирование

Keywords: business, tourist activity, state regulation

На современном этапе развития общества не подлежит сомнению тот факт, что туризм является одной из ведущих и быстроразвивающихся сфер экономики. Сегодня в России туризм формирует 3,4-4,4% валового внутреннего продукта, способствуя устойчивому социально-экономическому развитию и социальной стабильности, развитию малых форм бизнеса, созданию рабочих мест, развитию смежных отраслей экономики [4, 20].

В рамках государственного регулирования в сфере туризма в РФ принят ряд документов, направленных на всестороннюю поддержку и развитие туризма, в частности: целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08. 2011 г. № 644); целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 05.05.2018 г. № 872-р); «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11 2008 г. № 1662-р); «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.05. 2014 г. № 941-р); государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013 - 2020 годы» (утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04. 2014 г. № 317) [5, 8, 16, 20, 21].

При условии выполнения положений указанных выше документов туризм в России может стать эффективным инструментом социально-экономического развития.

Несмотря на поддержку со стороны государства, туристская отрасль в значительной степени подвержена воздействию различного рода рисков, которые могут негативно повлиять как на развитие сферы туризма, так и на экономику страны в целом. В программе «Развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» к таким рискам отнесены: макроэкономические (ухудшение внутренней и внешней конъюнктуры, снижение темпов роста экономики, высокая инфляция, кризис банковской системы); финансовые (недостаточное финансирование, дефицит бюджета); техногенные и экологические (природная, технологическая или экологическая катастрофа); геополитические и международные [21].

Анализ мирового опыта показывает: наступление того или иного риска приводит к возникновению негативных последствий: снижение емкости рынка, замедление темпов роста, снижение рентабельности турбизнеса, уменьшение инвестиций, снижение количества игроков и др. [23, 26, 27, 30, 31, 32].

Именно отрицательные последствия рисков и кризисов в России за последние 20 лет, в результате которых обанкротились крупные туристические компании, стали импульсом для формирования теории управления туристскими рисками, разработки методологических основ оценки рисков и внедрения мер по их снижению.

Например, в период кризиса 2008 года рынок покинули 10% турагентств и 5% туроператоров. Более 700 турфирм были исключены из реестра Ростуризма [9]. В 2011 году обанкротился крупнейший оператор - «Капитал Тур», 2012 году - «Ланту-тур вояж», «CTS Travel». В 2014 году туристический рынок потерял более 20 компаний («Идеал-Тур», «Роза Ветров», «Фирма Нева», «Ветер странствий», др.) [3]. В течение летних месяцев 2018 года из-за невозможности выполнения своих обязательств закрылись или находились на грани закрытия «Натали Турс», «DSBW Турс», «Матрешка Тур», «Премиум Тревэл Групп», «Аврора БГ», «Полар Тур», «Радуга Трэвел» [17].

История развития человечества показывает, что уже с древних времен люди были подвержены риску и сталкивались с неопределенностью относительно своего будущего. Риски, которым подвергался первобытный человек (например, гибель в бою или на охоте, голод, суровые климатические условия и др.), обуславливали поведение и выстраивали определенные устои в обществе. В тот период риск представлял собой культурологическую категорию.

В процессе эволюции и формирования предпринимательских отношений риск трансформировался в экономическую категорию, оказывающую влияние на результаты деятельности любого хозяйствующего субъекта, в том числе и туристской организации.

Сравнительный анализ литературы показывает, что единообразие в определении понятия «риск» отсутствует. Расхождения во мнениях можно обосновать многогранностью этого явления и отсутствием должного внимания в реальной экономической деятельности.

Если рассматривать термин «риск» с лингвистической точки зрения, то он означает:

- угрозу, рисковать – на французском языке «risdoe»;
- утес, скалу – на греческом языке «ridsikon», «ridsa»;
- опасность, угрозу – на итальянском языке «risiko»; лавировать среди скал – «risicare».

В мировой экономической науке выделяют классическую и неоклассическую теории риска. Основные положения указанных теорий и их недостатки приведены на рисунке 1.

Концептуальные положения классической теории риска встречаются в работах представителей классической политэкономии, в частности: А. Смита, Д. Рикардо, Дж. Милля, И. Сениора, Дж. Кларка, К. Маркса и др. [2,10, 15, 18]. Сторонниками неоклассической теории риска можно считать А. Маршалла, А. Пигу, Ф. Найта, Дж. Кейнса [7,11,12].

Необходимо отметить, что ни одна из приведенных выше теорий риска не учитывала наличия субъективизма в подходе предпринимателя к риску. В связи с чем получила развитие субъективная концепция риска В. Ойгензихта, важнейшим постулатом которой является то, что риск - это выбор варианта поведения с учетом опасности, угрозы возможных последствий [13]. Подобную точку зрения высказывают В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю. Екатеринославский, Дж. Хэмптон, акцентируя внимание на том, что «без личности нет риска, а есть лишь явления природы, которые самой природе одинаково безразличны».



Рисунок 1 – Основные положения и недостатки классической и неоклассической теорий риска

В когорте современных российских ученых-экономистов, изучающих сущность риска, можно выделить А. Альгина, В. Абчука, П. Половинкина, Л. Растригина, И. Балабанова, Л. Шаршукову, М. Лапусту [6, 14, 19, 22].

На рисунке 2 приведены некоторые определения термина «риск» по мнению различных авторов.

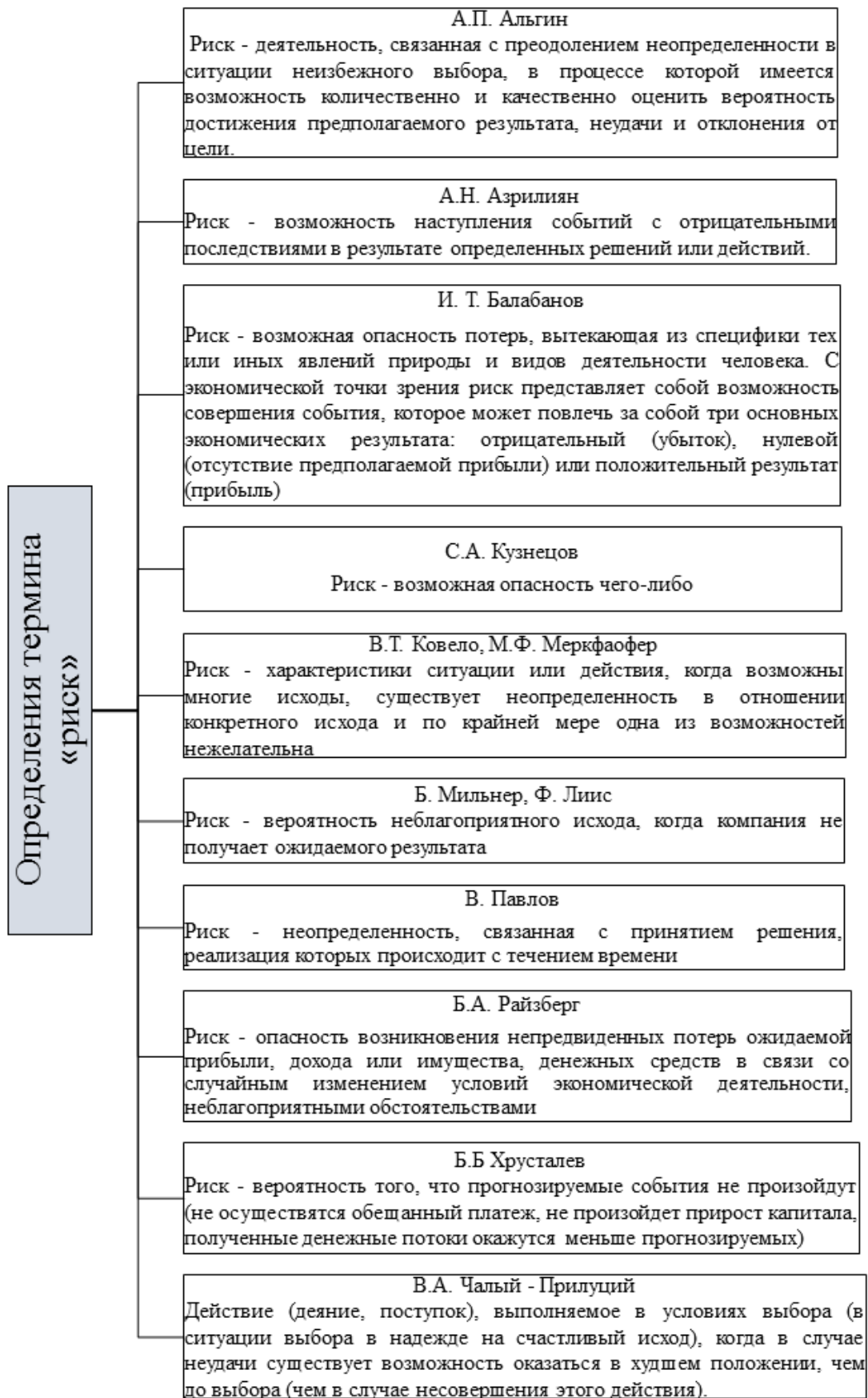


Рисунок 2 – Определение термина «риск» по мнению различных авторов

Видно, что теория рисков характеризуется обширным понятийным аппаратом в трактовании термина «риск». Вместе с тем сравнительный анализ дефиниций риска свидетельствует о том, что существует несколько направлений в суждении о риске. Одни авторы связывают понятие риска лишь с опасностью непредвиденных потерь или убытком, другие - с неопределенностью, третьи склонны считать риском не только отрицательные результаты (убытки), но и положительные (прибыль).

Подходы к проблеме, касающейся понятия «риска», можно сгруппировать по трем направлениям так, как это показано на рисунке 3.

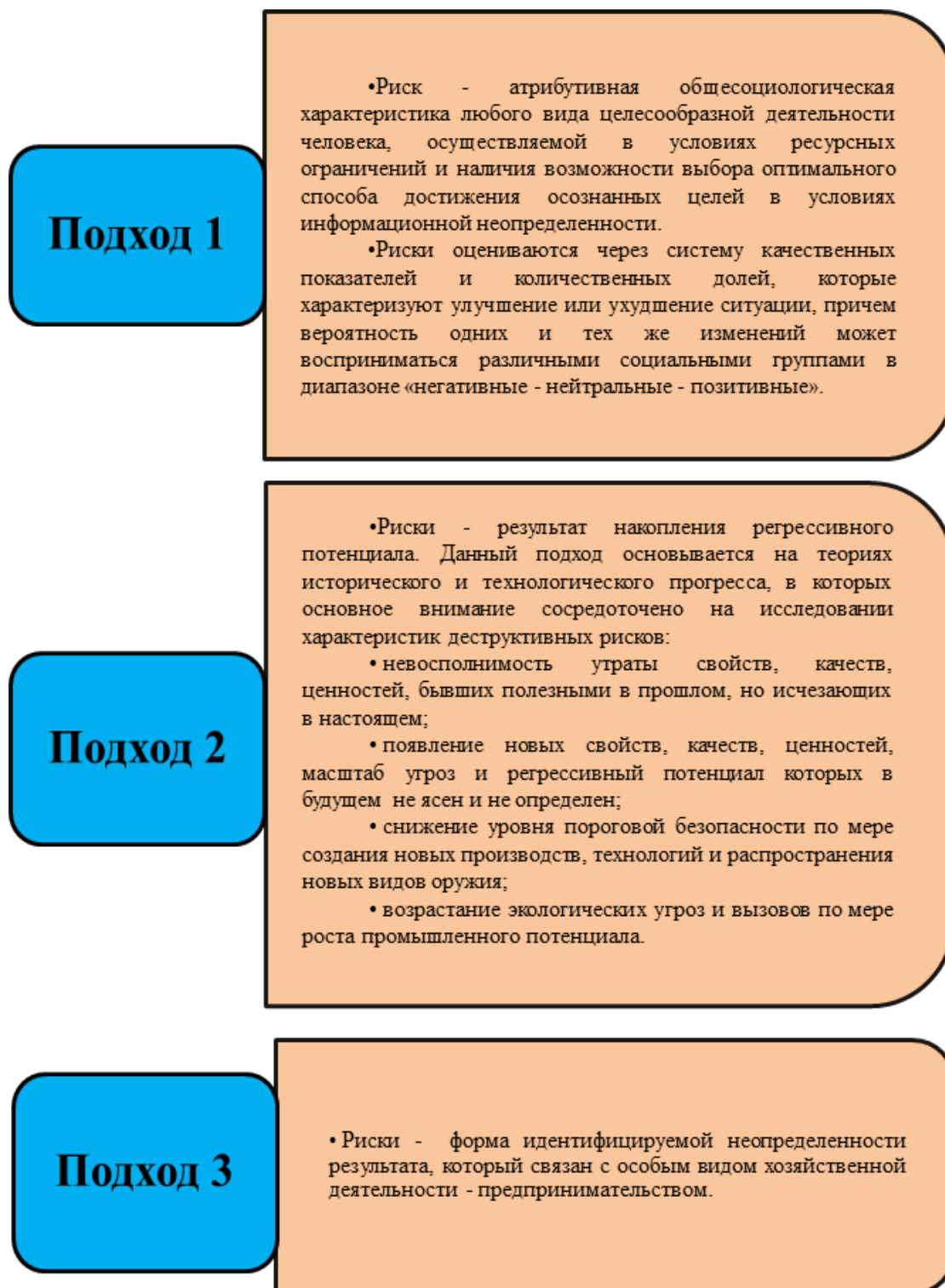


Рисунок 3 – Основные подходы к проблеме, касающейся понятия «риск»

Важно акцентировать внимание на том, что понятие «риска» необходимо формулировать применительно к сфере конкретной предпринимательской деятельности, так как в каждой из них имеют место специфические угрозы и неопределенности [24, 29, 34]. Например, в агропромышленном комплексе существуют риски получения прямых убытков в результате активного распространения вредителей сельскохозяйственных культур; в банковском секторе - ухудшение ликвидности из-за неблагоприятных событий; в автомобилестроении – риск связан с проблемами неадекватного использования сырья, роста себестоимости, увеличения потерь рабочего времени и т.п.

Более детально рассмотрим категорию «риск в туристской деятельности».

Согласно ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом.

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем [1].

Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства [1, 28].

Анализируя определения, приведенные в ФЗ № 132, можно отметить, что при осуществлении туристской деятельности риску подвергаются предприятия сферы туризма и смежных отраслей, туристы (экскурсанты), окружающая среда, материальные и духовные ценности общества, безопасность государства. Это свидетельствует о многокомпонентности туристского риска.

Обобщая все вышеизложенное, можно предложить определение понятия «риска в туристской деятельности», которое, на наш взгляд, является достаточно полным: «Риск в туристской деятельности - вероятность возникновения неблагоприятных последствий в форме недополучения ожидаемых доходов или дополнительных расходов в ситуации неопределенности условий осуществления деятельности, связанной с формированием, продвижением, реализацией или потреблением туристского продукта».

Известно, что при осуществлении деятельности предприятия сферы туризма планируют свою деятельность и в рамках этой работы формулируют цели, в частности: получить определенный доход, затратить средства и так далее. Однако при выборе той или иной стратегии развития предприятие может потерять свои средства или получить прибыль меньше, чем запланировано, что обусловлено неопределенностью ситуации, в которой находится компания. В условиях неопределенности руководству турпредприятия приходится принимать решения, вероятность успешной реализации которых, зависит от множества внутренних и внешних факторов. Вследствие того, что туристский риск является комплексным, туристская деятельность – одна из самых рискованных в сфере предоставления услуг.

Список литературы

1. *Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 01.06.2018).*
2. *Аникин А.В. Юность науки: жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса. – М.: Директ-Медиа, 2007. – 341 с.*
3. *Банкротства туристических компаний [Электронный ресурс]. – URL: <http://tjur.ru/bankrotstva-rossijskix-turisticheskix-kompanij> (дата обращения: 05.06.2018).*
4. *Вклад туризма в ВВП России в 2017 году [Электронный ресурс]. – URL: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/48046/> (дата обращения: 21.08.2018).*
5. *Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013 - 2020 годы» [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/bj9pqAcDuU0.pdf> (дата обращения: 12.08.2018).*
6. *Грунин О.А., Экономическая безопасность организации. / О.А. Грунин, С.О. Грунин. – СПб.: Питер, 2008. – 160 с.*
7. *Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Прогресс, 1991. – 447 с.*
8. *Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/ (дата обращения 12.08.2018).*

9. Максимова Л.М. Мировой финансовый кризис и его влияние на развитие туризма // *Сервис в России и за рубежом*. – 2009. – №4. – С. 96-100.
10. Маркс К. *Капитал: критика политической экономии*. – Т. 1. – М.: Эксмо, 2010. – 1200 с.
11. Маршалл А. *Принципы экономической науки*. – Т.2. – М.: Прогресс, 1993. – 530 с.
12. Найт Ф.Х. *Риск, неопределенность, прибыль. Современная институционально-экономическая теория*. – М.: Дело, 2003. – 360 с.
13. Ойгензихт В. *Проблемы риска в гражданском праве*. – Душанбе: Ирфон, 1972. – 225 с.
14. Половинкин П.Д., *Предпринимательские риски и управление ими* / П.Д. Половинкин, А.В. Зозюлок // *Российский экономический журнал*. – 1997. – №9. – С.70-73.
15. Рикардо Д. *Начала политической экономии и налогового обложения. Антология экономической мысли*. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
16. *Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года* [Электронный ресурс]. – URL: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/strategia.pdf?sphraseid=38705 (дата обращения: 10.09.2018).
17. *Список закрывшихся туроператоров 2018* [Электронный ресурс]. – URL: <https://diary.travel/digest/spisok-zakryvshikhsya-turoperatorov-2018-kto-budet-sleduyushchim-rejting> (дата обращения 03.09.2018).
18. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов*. – М.: Издательство Ось-89, 1997. – 256 с.
19. *Управление современной компанией* / Б. Мильнер, Ф. Лиис, С. Мясоедов, и др.; Под ред. Б. Мильнера, Ф. Лииса. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 586 с. – ISBN 5-16-000761-X.
20. *Целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»* [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.russiatourism.ru/content/2/section/28> (дата обращения 15.07.2018).
21. *Целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)»* [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/FoFftF1dhGs4GZzEBPQtLCFVtBl2hHQD.pdf> (дата обращения 10.07.2018).
22. Юлдашев Р.Т. *Очерки теории страхования: ретроспективный анализ развития*. – М.: Анкил, 2009. – 248 с.
23. Chang Y. T., Lee S., Park H. Efficiency analysis of major cruise lines // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 58. – С. 78-88.
24. Choi M., Law R., Heo C. Y. Shopping destinations and trust - Tourist attitudes: Scale development and validation // *Tourism Management*. – 2016. – Т. 54. – С. 490-501.
25. Fong L. H. N., Lam L. W., Law R. How locus of control shapes intention to reuse mobile apps for making hotel reservations: Evidence from chinese consumers // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 61. – С. 331-342.
26. Gurtner Y. Returning to paradise: Investigating issues of tourism crisis and disaster recovery on the island of Bali // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2016. – Т. 28. – С. 11-19.
27. Jarvis D., Stoeckl N., Liu H. B. The impact of economic, social and environmental factors on trip satisfaction and the likelihood of visitors returning // *Tourism Management*. – 2016. – Т. 52. – С. 1-18.
28. Liu A. Y., Pratt S. H. Tourism's vulnerability and resilience to terrorism // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 60. – С. 404-417.
29. Olya H. G. T., Altinay L. Asymmetric modeling of intention to purchase tourism weather insurance and loyalty // *Journal of Business Research*. – 2016. – Т. 69, № 8. – С. 2791-2800.
30. Pappas N. Marketing strategies, perceived risks, and consumer trust in online buying behaviour // *Journal of Retailing and Consumer Services*. – 2016. – Т. 29. – С. 92-103.
31. Park S., Song S. J., Lee S. Corporate social responsibility and systematic risk of restaurant firms: The moderating role of geographical diversification // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 59. – С. 610-620.
32. Peng H. S., Zhang J. H., Lu L., Tang G. R., Yan B. J., Xiao X., Han Y. Eco-efficiency and its determinants at a tourism destination: A case study of Huangshan National Park, China // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 60. – С. 201-211.
33. Prebensen N. K., Xie J. H. Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption // *Tourism Management*. – 2017. – Т. 60. – С. 166-176.
34. Tran M. T. T., Jeeva A. S., Pourabedin Z. Social network analysis in tourism services distribution channels // *Tourism Management Perspectives*. – 2016. – Т. 18. – С. 59-67.

УДК 330:338.486(470)

Руденко М.Н., Шабанова Н.В.

СИСТЕМНЫЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТУРИЗМА
В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Rudenko M.N., Shabanova N.V.

SYSTEM CONTRADICTIONS AND PROBLEMS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT
UNDER MODERN SOCIAL AND ECONOMIC CONDITIONS

Руденко Марина Николаевна, доктор экономических наук, профессор; заведующая кафедрой предпринимательства и экономической безопасности; ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15; e-mail: m.ru.ko@mail.ru

Rudenko Marina Nikolaevna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation; e-mail: m.ru.ko@mail.ru

Шабанова Наталья Владимировна, аспирант; ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15, тел. 89024711014; e-mail: n2931014@yandex.ru

Shabanova Nataliya Vladimirovna, Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation; e-mail: n2931014@yandex.ru

Аннотация: В статье рассматриваются системные противоречия, препятствующие развитию отечественной индустрии гостеприимства, и ключевые факторы, влияющие на эффективность использования туристического потенциала российских регионов.

Авторами выделены и систематизированы наиболее актуальные проблемы туристской отрасли России и определены основные стратегические направления развития туриндустрии на ближайшее будущее

Abstract: System contradictions interfering the development of domestic hospitality industry, and the key factors influencing the efficiency of tourist potential use of the Russian regions are considered in the article.

The authors single out and systematize the most actual problems of tourist branch of Russia and define the basic strategic directions of tourist industry development for the nearest future

Ключевые слова: дестинация, турпоток, туриндустрия, инфраструктура, сфера гостеприимства

Keywords: destination, tour stream, tour industry, infrastructure, hospitality sphere

К системным противоречиям в развитии отечественного туризма относится, прежде всего, противоречие между моральным и физическим износом инфраструктуры туризма и требованиями потребителей туровых услуг к качеству турпродукта. Другим системным противоречием является противоречие между удовлетворением туристского спроса и рациональным использованием туристских ресурсов. В основе этого противоречия лежит антропогенная нагрузка турпотока дестинации на природные и культурно-исторические туристские ресурсы. Другой стороной этого противоречия является то, что коммерциализация отрасли часто вступает в противоречие с задачей сохранения природного и культурного наследия.

Серьезным противоречием является громадный инвестиционный потенциал отечественной туриндустрии и слабый инвестиционный поток в отрасль. К системному противоречию необходимо отнести существование постоянного спроса на турпродукт и сезонность предложения целого ряда турпродуктов. Существует также противоречие между образом России как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемым отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации, и реальным состоянием вещей.

Другим противоречием является противоречие между существующим спросом на отечественный турпродукт и сложным действующим порядком выдачи российских виз гражданам иностранных госу-

дарств, безопасных в миграционном отношении. Эти и другие противоречия определяют проблемы развития туриндустрии.

При этом, прежде всего, необходимо учитывать, что базовыми факторами, определяющими будущее туриндустрии, являются политические, социально-экономические условия развития страны, конкуренция на отраслевом, региональном и межгосударственном уровнях, степень развития инфраструктуры гостеприимства, в частности, транспортного сектора экономики, эффективное внедрение информационно-компьютерных и иных инновационных технологий как в самой туриндустрии, так и в смежных отраслях и др.

Таким образом, несмотря на положительные тенденции развития туризма в России, огромный туристский потенциал нашей страны пока еще недостаточно востребован в связи с указанными нерешенными проблемами. Большая часть из этих проблем носит комплексный характер, и их решение зависит от всех участников туристского рынка: государственных структур, турбизнеса, общественных объединений сферы гостеприимства, сферы образования, научного сообщества, общественных организаций и населения. Практика развития мирового туризма свидетельствует о том, что там, где сходятся интересы всех участников туриндустрии, туристские проблемы пусть и не сразу, но находят свое решение.

Для создания конкурентоспособной национальной российской туриндустрии необходима четкая и ясная государственная политика в этой сфере, подкрепленная соответствующей нормативно-правовой базой. Должны быть определены стратегические цели и задачи, сформированы механизмы и инструменты их решений, создана система подготовки квалифицированных кадров для их реализации и др. При этом осуществлять стратегическое планирование развития туризма в стране необходимо в соответствии с принципами устойчивого развития и тенденциями мировой туриндустрии. Необходимо также предусматривать долгосрочные инвестиции в туриндустрию и обеспечивать соответствующий благоприятный инвестиционный климат; формировать новые направления развития туризма; продвигать российский туризм на внутреннем и международном рынках.

Практически все это нашло отражение в утвержденной Постановлением правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644 Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [1] и федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» [2].

Кроме этого, развитие внутреннего и въездного туризма в настоящее время сдерживается целым рядом объективных причин, к которым относятся: бедность ассортимента туруслуг; недостаточное развитие туристской инфраструктуры; неудовлетворительная работа транспортных предприятий; экономическая нестабильность в стране; ориентация многих средств массовой информации в России и за рубежом на освещение преимущественно негативной информации о событиях в стране; непроработанность нормативно-правовой базы. Эти проблемы невозможно решить без поддержки государства, поэтому государственное регулирование сферы туриндустрии играет существенную роль в её развитии.

В современных условиях особую актуальность приобретает проблема защиты прав туристов. С этой целью предполагается дальнейшее обновление нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность участников туристского бизнеса. Например, в середине апреля 2012 года в поправках к Закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» депутаты Госдумы заменили саморегулируемую организацию на объединение туроператоров с компенсационным фондом, что позволило отказаться от идеи обязательного участия туроператоров в саморегулируемой организации и создать добровольное объединение туроператоров, при котором был сформирован компенсационный фонд [4]. Эта инициатива, направленная на повышение безопасности потребителей туруслуг, позволила обеспечить оперативное реагирование отрасли на возникновение форс-мажорных ситуаций, связанных с неожиданным прекращением деятельности отдельных туроператоров.

Существует множество факторов, препятствующих привлечению инвестиций в туриндустрию: отсутствие во многих субъектах РФ продуманной инвестиционной политики; нехватка доступных по цене участков земли, подходящих для размещения туристских объектов; наличие административных барьеров и коррупционных схем, затрудняющих нормальное функционирование существующих механизмов поддержки туриндустрии; отсутствие в России налоговых, таможенных и других льгот, применяемых в зарубежных странах. Например, оформление участка земли, предназначенного под постройку гостиницы, требует огромного числа согласований в различных инстанциях, из-за чего подготовительный этап строительства в некоторых регионах может затянуться на два-три года [3].

К препятствиям на пути развития отечественного туризма следует отнести также недостаточность национального рекламного бюджета на продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем

рынках [6]. Рекламный бюджет на продвижение туристических возможностей России в 2017 г. составляет 7 млн евро, в то время как аналогичный бюджет одного только Берлина составляет 6 млн евро в год, Лондона – 12 млн, небольшой страны Финляндии – 26 млн [10].

Указанные проблемы можно структурировать следующим образом: *экономические, организационные, экологические, правовые, инфраструктурные, политические*. Очевидно, что все указанные проблемы взаимосвязаны и взаимозависимы и являются отражением в туристско-рекреационном комплексе общих социально-экономических проблем страны [11, с. 25].

Это нашло отражение в том факте, что туристская отрасль перешла в качестве существенной отрасли экономики страны в ведение Министерства экономического развития из Министерства культуры.

Рассмотрим последовательно некоторые проблемы указанных типов.

К *экономическим проблемам* развития туристической индустрии следует отнести проблемы:

- высокой стоимости объектов инженерной инфраструктуры для создаваемых туристско-рекреационных комплексов;
- ничтожно малого удельного веса консолидированных бюджетных инвестиций даже в центрах туризма;
- отсутствия доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов для создания объектов туристско-рекреационного комплекса;
- высокой стоимости транспортных и гостиничных услуг, не соответствующей их качеству [8];
- постоянного роста цен на топливо для всех видов транспорта, доля которого в перевозках составляет до 40 %;
- недостаточности национального рекламного бюджета на продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.

К *организационным проблемам* развития туристической индустрии следует отнести следующие:

- сложный визовый режим и миграционный учет;
- отсутствие эффективного механизма продвижения отечественного турпродукта на международный рынок;
- отсутствие обязательного страхования выезжающих за рубеж от терактов, природных и техногенных катастроф банкротств туристических и транспортных организаций;
- отсутствие сведений об инвестициях в туристскую отрасль в официальных документах Госкомстата России;
- отсутствие материалов и документов, подтверждающих инвестиционную привлекательность тех или иных туристских объектов;
- отсутствие долгосрочной и согласованной политики в области кадрового обеспечения туристской деятельности [9]. Так, по некоторым данным, до 70% российских туристских кадров не имеют базового образования;
- отсутствие согласования планов развития туристских направлений с генеральными планами развития территорий.

К *экологическим проблемам* развития туристической индустрии относятся:

- отсутствие обоснованных нормативов экологической нагрузки на туристскую дестинацию;
- отрицательное влияние на окружающую среду в результате планирования и создания туристской инфраструктуры (дорог, гостиниц, курортов и др.);

К *правовым проблемам* развития туристической индустрии следует отнести:

- отсутствие комплексной системы обеспечения безопасности и страхования в сфере туристической индустрии;
- многочисленные нарушения права граждан (туристов) на свободу передвижения по территории России [5].

Инфраструктурные проблемы частично присутствуют в качестве важной составляющей других отраслевых проблем, указанных выше, а неразвитость инфраструктуры индустрии гостеприимства в последние годы стала постоянной темой обсуждения на всех туристских форумах и конференциях.

Что касается *политических проблем*, то достаточно отметить, что развернувшаяся на Западе кампания русофобии очень негативно влияет на объем въездного турпотока, да и на выездной туризм в целый ряд стран [7, 12]. Успешное решение указанных проблем, безусловно, повысит конкурентоспособность отечественных туристских услуг на внутреннем и внешнем рынке и обеспечит отрасли положенное ей место среди ведущих отраслей экономики страны.

Перспективы развития российской туристической индустрии в настоящее время представляются умеренно оп-

тимистичными при условии согласованной работы над реализацией намеченных планов всех заинтересованных сторон: государственных органов, представителей турбизнеса, учреждений науки и высшего образования, а также местного населения и органов местного самоуправления.

Список литературы

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody-/> (дата обращения: 10.10.2018).
2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.russiatourism.ru/upload/iblock/b6a/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf> (дата обращения: 10.10.2018).
3. Абрамова Т. Проблемы и перспективы туристской индустрии в России // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2011. – № 4. – С. 193-208.
4. Барзыкин Ю.А., Абрамова Т.В. Метаморфозы в законодательстве о туризме. Что дальше? // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды VII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М. В. Ломоносова, географический факультет (Москва, 27–28 апреля 2012). – С.-Пб.: Д.А.Р.К., 2012. – С. 45-51.
5. Безопасный туризм: Проблемы развития туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://mchs-orel.ru/bezopasnyj-turizm-problemy-razvitiya-turizma-v-rossijskoj-federacii/> (дата обращения: 10.10.2018).
6. Власова Т.И. Экономика современного туризма: состояние и проблемы // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды VII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М. В. Ломоносова, географический факультет (Москва, 27–28 апреля 2012). – С.-Пб.: Д.А.Р.К., 2012. – С. 24-31.
7. Зайцева Н.А., Кропинова Е.Г. Проблемы и перспективы развития трансграничного сотрудничества Российской Федерации со странами Европы в сфере туризма // Балтийский регион. – 2016. – Т. 8. – № 3. – С. 133-146.
8. Кузнецова А.Н. Основные проблемы развития внутреннего туризма в России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 5. – С. 163-165.
9. Майер О.А. Проблемы кадрового обеспечения туристического кластера Республики Алтай // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (19). – С. 77-80.
10. Солдатенков В.А. Премию за лучшую рекламу своего туризма получила Турция. <https://www.tourdom.ru/news/premiyu-za-luchshuyu-reklamu-svoego-turizma-poluchila-turtsiya.html> (дата обращения 10.10.2018)
11. Тахтаева Р.Ш. Управление туризмом в Восточно-Казахстанской области на основе инновационных технологий: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб.: Изд-во БАТуп, 2014. – 25 с.
12. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблемы развития современного рынка туризма и аспекты деятельности компаний // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 3. – С. 305-309.

УДК 379.85+910

Срибный В.И., Серeda И.А.

ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ»

Sribny V.I., Sereda I.A.

APPROACHES TO THE ECONOMIC ESSENCE OF THE CATEGORY MEDICAL TOURISM

Срибный Владимир Иванович, кандидат экономических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, проспект академика Вернадского, д. 4; e-mail: svi81@mail.ru

Sribny Vladimir Ivanovich, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation; e-mail: svi81@mail.ru

Серeda Инна Анатольевна, аспирант, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, проспект академика Вернадского, д. 4; e-mail: svi81@mail.ru

Sereda Inna Anatoljevna, PhD student; V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation; e-mail: svi81@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены основные подходы к сущности и содержанию понятия «медицинский туризм». Обоснована необходимость развития медицинского туризма в Республике Крым с целью развития экономики и повышения конкурентоспособности индустрии туризма региона на международном рынке. Предложена система взаимосвязей медицинского туризма с другими видами туризма

Abstract: The basic approaches to the essence and content of the concept "medical tourism" are considered in the article. The necessity to develop medical tourism in the Crimea Republic in order to develop the economy and increase competitiveness of tourism industry of the region in international market is substantiated. The system of interrelations of medical tourism with other kinds of tourism is suggested.

Ключевые слова: медицинский туризм, оздоровительный туризм, санаторно-курортный комплекс

Keywords: medical tourism, sanitary tourism, sanatorium and spa complex

Глобальный рост потока пациентов и специалистов в области здравоохранения, а также медицинских технологий, финансирования капиталовложений и режимов регулирования через национальные границы привели к появлению новых моделей потребления и производства услуг здравоохранения за последние десятилетия. Значительным новым элементом растущей торговли здравоохранением является перемещение пациентов через границы в целях лечения и здравоохранения - явление, обычно называемое «медицинский туризм». Медицинский туризм возникает, когда потребители выбирают путешествие через международные границы с целью получения какой-либо медицинской помощи. Это лечение может охватывать весь спектр медицинских услуг, но чаще всего это стоматологическая помощь, косметическая хирургия, плановая хирургия и лечение бесплодия. Вопрос изучения сущности медицинского туризма является особо актуальным для Республики Крым, традиционно являющейся туристским регионом с преобладающей санаторно-курортной специализацией. В то же время Республика Крым, располагая уникальным культурно-историческим и природно-рекреационным потенциалом, разветвленной санаторно-курортной базой, остается дотационным регионом, что, в свою очередь, формирует дополнительные стимулы для развития экономики региона, главным образом, индустрии туризма – приоритетной отрасли развития экономики полуострова.

Целью исследования является изучение сущности и структуры медицинского туризма с целью дальнейшего повышения конкурентоспособности санаторно-курортного комплекса Республики Крым.

Свободное перемещение товаров и услуг под эгидой Всемирной торговой организации и ее Генерального соглашения по торговле услугами [7; 8] ускорили либерализацию торговли услугами здравоохранения. Поскольку здравоохранение является преимущественно отраслью услуг, это делает медицинские услуги более доступными, глобальными товарами.

Потребление медико-санитарной помощи в чужой стране не является новым явлением, и исследование этого процесса целесообразно начать в историческом контексте. Люди путешествовали за границу для получения пользы для здоровья с древних времен, а в XIX веке в Европе, например, появилась мода среди растущих средних классов путешествовать в курортные города, чтобы «принимать воды», которые, как полагали, имели качества, улучшающие здоровье. В течение 20-ого столетия богатые люди из менее развитых районов мира путешествовали в развитые страны, чтобы получить доступ к лучшим медицинским технологиям и высококвалифицированным специалистам. Тем не менее, сдвиги, которые в настоящее время ведутся в отношении медицинского туризма, количественно и качественно отличаются от прежних форм путешествий, связанных со здоровьем. Ключевыми отличиями являются: сокращение этого потока от развитых к менее развитым странам и появление международного рынка для пациентов. Ниже перечислены основные особенности нового медицинского туризма в 21 веке:

1. Увеличение количества людей, путешествующих с целью лечения;
2. Сдвиг в сторону пациентов из более богатых, более развитых стран, отправляющихся в менее развитые страны для доступа к медицинским услугам, во многом обусловлен недорогими процедурами и дешевыми рейсами, в совокупности с повышением доступности информации благодаря интернету как источнику информации;
3. Новая «благоприятная инфраструктура» - финансовая, информационная, консультационная, транспортная доступность путешествия;
4. Развитие индустрии: как частный сектор бизнеса, так и национальные правительства как в развитых, так и в развивающихся странах сыграли важную роль в продвижении медицинского туризма в качестве потенциально прибыльного источника иностранных доходов [5];
5. Повышение ритма жизни ставит новые требования к организации времени потребителей услуг, в таких условиях возможность совместить лечение и отдых, путешествие являются несомненным и важным преимуществом.

Важно начать с определения того, что подразумевается под медицинским туризмом. Так, Организация экономического сотрудничества и развития медицинский туризм определяет как явление, когда потребители выбирают путешествие через международные границы с целью получения какой-либо медицинской помощи. Это лечение может охватывать весь спектр медицинских услуг, но чаще всего это стоматологическая помощь, косметическая хирургия, плановая хирургия и лечение бесплодия. Установление границы того, что является здоровьем и считается медицинским туризмом для торговых счетов, не является простым. В рамках этого диапазона лечения не все услуги будут включены в торговлю медицинскими услугами [14]. Например, косметическая хирургия для эстетических, а не реконструктивных причин будет рассматриваться вне границ здоровья [9].

Медицинский туризм связан с более широким понятием оздоровительного туризма, который в некоторых странах имеет давние исторические antecedенты курортных городов и прибрежных районов и других терапевтических ландшафтов. Некоторые ученые рассматривают медицинский и оздоровительный туризм как комбинированное явление, но с разными акцентами. Например, П. Каррера и Дж. Бриджес [1] определяют туризм для здоровья как организованное путешествие за пределами местных условий для поддержания, улучшения или восстановления благополучия человека в сознании и теле. Это определение охватывает медицинский туризм, который ограничивается организованным путешествием вне юрисдикции естественного здравоохранения для улучшения или восстановления здоровья человека посредством медицинского вмешательства.

Как видно из рисунка 1, медицинский туризм отличается от оздоровительного туризма в силу различий в отношении типов вмешательства, настройки (типы учреждений) и ввода (способы вмешательства в организм пациента).

Медицинский туризм можно понимать как составную часть более широкого понятия мобильности пациента, которое само по себе можно подразделить следующим образом:

- временные посетители за рубежом: сюда относятся те, кто отдыхает за границей, и вынужден пользоваться услугами здравоохранения в результате несчастного случая или внезапной болезни. Такие туристы не будут считаться медицинскими;
- долгосрочные жители: увеличиваются потоки граждан, которые предпочитают выходить на пенсию в странах, не являющихся страной их происхождения [6], а также растут обмены людьми трудоспособного возраста. Такие жители могут получать медицинские услуги, финансируемые по-разному страной проживания, страной происхождения, частным страхованием или частными взносами. Опять же, эти люди не будут считаться медицинскими туристами;

– общие границы: страны, которые имеют общие границы, могут сотрудничать в предоставлении межгосударственного государственного финансирования услуг здравоохранения от поставщиков в других странах [6];

– аутсорсинговые пациенты: это те пациенты, которые хотят отправиться за границу используя услуги агентств здравоохранения, используя межгосударственные соглашения о покупке. Как правило, такие соглашения обусловлены длинными списками ожидания и отсутствием доступных специалистов и специализированного оборудования в стране проживания. Эти пациенты часто путешествуют на относительно короткие расстояния, а услуги по контрактам (как государственные, так и частные) подвержены более надежным аудитам безопасности и обеспечению качества [2]. Эти люди могут быть описаны как коллективные «медицинские туристы», хотя они являются государственными или спонсируемыми агентствами, а не действуют как индивидуальные потребители в традиционном смысле;

– медицинский туризм чаще всего относится к пациентам, которые мобильны по собственному желанию, и этот тип мобильности пациентов в центре внимания этого исследования [4].



Источник: составлено авторами по материалам [3].

Рисунок 1 – Оздоровительный и медицинский туризм

Напротив, А.П. Джангиров рассматривает медицинский туризм как сферу «обслуживающего (сервисного) производства» [11]. В этом аспекте А.В. Бабкин определяет оздоровительно-лечебный туризм как деятельность, базирующуюся на курортологии и характеризующуюся перемещением резидентов или нерезидентов в пределах или за пределами государственных границ на срок не менее 20 часов и не более 6 месяцев в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека [10]. По нашему мнению, курортологию не следует рассматривать основой формирования медицинского туризма, ведь, основываясь на результатах проведенного нами исследования, местом пребывания туриста не обязательно являются санатории или курортные зоны отдыха. Ими могут быть и гостиницы, и агроусадьбы, и другие места стационарного пребывания туристов. С другой стороны, пребывание туриста на курорте с целью оздоровления не соответствует заявленной нами цели медицинского туризма - искоренения заболевания. Поэтому мы отстаиваем мнение о выделении медицинского туризма в самостоятельное направление лечебно-оздоровительного туризма.

М. Фурманек предполагает, что спа-туризм и медицинский туризм могут сосуществовать и сосуществуют с другими формами туризма. Распространенной является практика сочетания предложений по активному, деловому и познавательному туризму [12]. Основываясь на этом предположении, попробуем оценить систему взаимосвязей медицинского туризма с другими видами. Для этого сначала обоснуем ме-

сто медицинского туризма среди видов туризма, основываясь на классификации форм туристической индустрии [13]. Проведенное исследование позволяет рассматривать медицинский туризм как форму оздоровительно-лечебного туризма, для которой характерна организация стационарного / амбулаторного размещения туристов с целью объединения услуг по лечению определенного заболевания (на основе предоставления медицинских манипуляций) и отдыха (на основе предложения дополнительных туристических услуг). В этом аспекте целесообразно осуществить разделение услуг медицинского туризма на профилирующие (целевые) и обеспечивающие (инфраструктура). К профилирующим отнесем медицинские услуги, направленные на ликвидацию заболеваний, то есть входят в рамки лечения. Обеспечивающими можно считать услуги по отдыху медицинских туристов.

Потребность выделения медицинского туризма в отдельную форму оздоровительно-лечебного туризма обусловлена, прежде всего, его специфическим признаком - обеспечением результата лечения, то есть характеризуется завершенностью процесса лечения [12]. Если цель оздоровительного туризма (велнеса), в основном, рассматривается в качестве профилактики определенных заболеваний и укрепления здоровья, то цель медицинского туризма более конкретная и заключается в лечении болезней и других отклонений от здорового состояния организма, в искоренении заболевания, и рассматривается причиной приезда в тот или иной регион. Поэтому при разработке медицинских туров особое внимание следует уделять тому, чтобы туристу предоставили именно те медицинские услуги, которые ему нужны и не повредят его здоровью.

Таким образом, рынок медицинского туризма представляет собой систему экономических отношений по поводу купли-продажи медицинских и оздоровительных услуг организации путешествий с целью их получения [15]. Товаром на рынке медицинского туризма выступает медицинская или оздоровительная услуга. К медицинским услугам относят услуги по лечению и диагностике заболеваний различных медико-диагностических групп. Медицинские услуги можно классифицировать по двум основным классам: медицинские услуги по сохранению жизни и медицинские услуги, предоставляемые с целью возвращения здоровья при временной потере работоспособности. Республика Крым имеет высокий потенциал медицинских, оздоровительных и рекреационных ресурсов, конкурентные преимущества по ценовым параметрам и исторический опыт оказания санаторно-курортных, оздоровительных, медицинских услуг, может стать одним из мировых лидеров медицинского въездного туризма.

Развитие региональных рынков медицинского туризма является потенциальным высокодоходным сектором экономики Республики Крым, способным аккумулировать значительный социальный и экономический эффект и обеспечить интеграцию в европейские и мировые глобализационные и гуманизационные процессы. Поэтому дальнейшее исследования вопросов формирования и развития региональных рынков медицинского туризма в регионе должно направляться в выделение региональных ячеек медицинского туризма и предусматривать разработки по обеспечению конкурентоспособности такого рынка.

Список литературы

1. Carrera P. *Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism*. / P. Carrera, J. Bridges // *Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research*. – 2006. – Vol. 6 (Suppl 4). – pp. 447-454.
2. Glinos I.A. *A typology of cross-border patient mobility* / A. Glinos, R. Baeten, M. Helble, H. Maarse // *Health & Place*. – 2010. – Vol.16. – pp. 1145-1155.
3. Lunt N. *A European perspective on medical tourism: the need for a knowledge base* / N. Lunt, P. Carrera // *International Journal of Health Services*. – 2010. – Vol.40. – pp. 469-484.
4. Lunt N. *Medical tourism: Assessing the evidence on treatment abroad* / N. Lunt, P. Carrera // *Maturitas*. – 2010. – Vol.66. – pp. 27-32.
5. *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review* / N. Lunt, R. Smith, M. Exworthy, S. Green, D. Horsfall, R. Mannion. – Paris : OECD, 2011. – 55 p.
6. Rosenmöller M. *Patient mobility in the European Union: learning from experience, Denmark* / M. Rosenmöller, M. McKee, R. Baeten. – Trowbridge, Wiltshire : The Cromwell Press, 2006. – 212 p.
7. Smith R.D. *Foreign direct investment and trade in health services: A review of the literature* // *Social Science & Medicine*. – 2004. – Vol. 59. – pp. 2313-2323.
8. Smith R.D. *Trade in health-related services* / R.D. Smith, C. Rupa, T. Viroj // *The Lancet*. – 2009. – Vol. 373. – pp. 593-601.
9. *Trade in health services (medical tourism)* / *Health at a Glance 2009: OECD Indicators*. – Paris : OECD Publishing, 2009. – p. 172-173.
10. Бабкин А. *Специальные виды туризма*. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.

11. Джангиров А.П. Сервис – экономический потенциал рынка оздоровительного туризма : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг; рекреация и туризм)». – Кисловодск, 2011. – 46 с.
12. Павленко И.Г. Стратегические направления развития рекреационного комплекса АР Крым // Экономика Крыма. – 2008. – № 23. – С. 73.
13. Павленко И.Г., Османова Э.У. Сущность и содержание туристской дестинации // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 4 (60). – С. 209-212.
14. Пилявский В.П., Тахтаева Р.Ш. Туриндустрия восточного Казахстана: возможности и проблемы развития // Вестник Национальной академии туризма. – 2013. – № 2. – С. 49-52.
15. Региональное управление экономикой: монография / И.Г. Ершова, Н.В. Парушина, Н.А. Лытнева и др. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 212 с.
16. Фурманек М. Нові форми оздоровчого туризму // Вісник Львів. ун-ту. – 2008. – Вип. 24. – С. 359-366. – (Серія «Міжнародні відносини»).

УДК 338.486.4

Шмарков М.С., Малявкина Л.И.

АСПЕКТЫ РИСК-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К ВЕДЕНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА

Shmarkov M.S., Malyavkina L.I.

ASPECTS OF RISK-ORIENTED APPROACH TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE TOURISM MARKET

Шмарков Михаил Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент; кафедра туризма и гостиничного дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; директор туристского агентства «ТурЭксперт» (ООО «ТурЭксперт»); РФ, 302028, г. Орел, ул. Брестская, 12-72; e-mail: turexpert888@yandex.ru

Shmarkov Mikhail Sergeevich, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; Travel Agency "TourExpert" (LLC "TourExpert"); 12-72 Brestskaya street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: turexpert888@yandex.ru

Малявкина Людмила Ивановна, доктор экономических наук, профессор; кафедра математики, информатики и информационных технологий; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ludamal20@yandex.ru

Malyavkina Ludmila Ivanovna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ludamal20@yandex.ru

Аннотация: В изменчивых рыночных условиях возникает все большее количество новых рисков, существенно влияющих на ведение и результаты туристской деятельности, что влечет необходимость разработки и принятия мер их нивелирования. В деятельности туристских организаций за последние пять лет ярко проявились геополитические риски, риски банкротств не только туроператорских организаций, но и основных поставщиков услуг по перевозке туристов – авиаперевозчиков, а также риски кардинального изменения законодательства,

Abstract: Under changeable market conditions there are more new risks essentially influencing conducting and results of tourist activity. It results in the necessity to work out measures of their levelling. For the last five years geopolitical risks and bankruptcies risks of not only tour operator organizations, but also of the basic service providers transporting tourists - air carriers, and as risks of cardinal change of legislation regulating tourist activity have been revealed. In the article aspects of their manifestation and influence on tourist activity are considered

регулирующего туристскую деятельность. В статье рассмотрены аспекты их проявления и влияния на туристскую деятельность

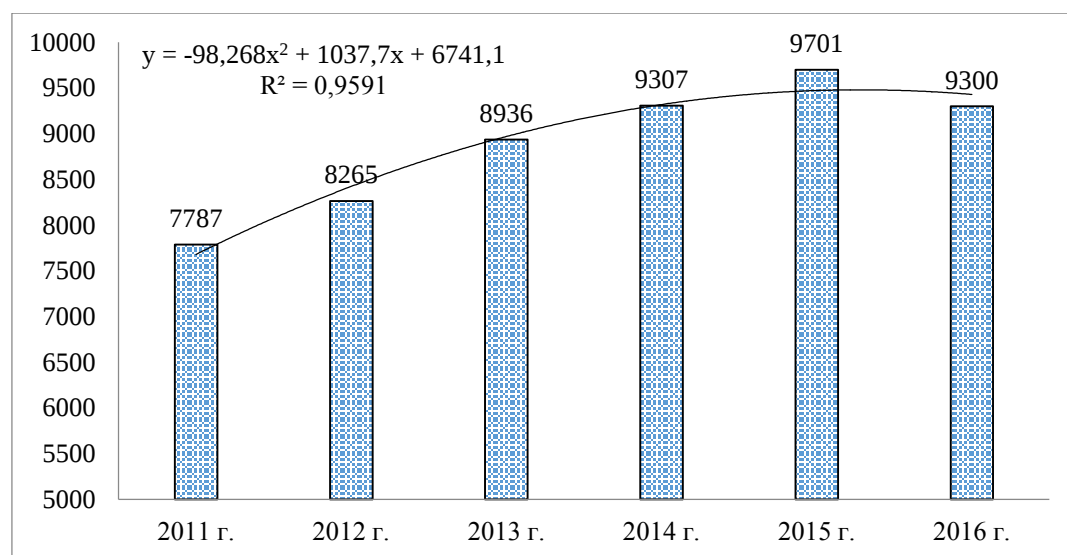
Ключевые слова: турагент, туроператор, риски, **Keywords:** travel agent, tour operator, risks, предпринимательство, туристская деятельность business, tourist activity

Число представителей турагентского бизнеса в последние годы неуклонно росло. В бизнес входили как профессионалы, так и новички, зачастую не имеющие полного представления ни о его особенностях, ни о сложности его ведения. Согласно Федеральному закону №132 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», турагентская деятельность – это деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. При этом реализация туристского продукта предполагает взаимодействия не только с клиентами, но и с множеством туроператорских компаний, которые пакетируют турпродукты и, в свою очередь, обращаются к услугам транспортных, авиакомпаний, принимающих, страховых и других компаний [6]. Сбои в работе поставщиков туристских услуг влекут проблемы для турагентов и их клиентов.

В настоящее время турагентская деятельность является весьма рискованной и сильно подвержена влиянию экономических, политических и других групп факторов, дестабилизирующее воздействие которых особенно остро проявляется на рынке туризма в настоящее время [4, 5, 7, 8, 16, 19, 23].

Возникающие непредвиденные проблемы и проявления рисков вынуждают представителей турагентского бизнеса принимать антикризисные меры [9, 11, 14, 15] и быстро адаптироваться к ним, однако это по силам преимущественно тем турагентам, которые давно и устойчиво функционируют на рынке, имеют наиболее сильные конкурентные позиции и обширные клиентские базы [17, 18, 21]. В то же время многие турагенты не способны эффективно реагировать на стрессовые условия ведения туристской деятельности. В кризисных условиях с рынка туризма в первую очередь ушли агентства с небольшим опытом и объемами продаж [16, 18].

На рисунке 1 представлена динамика количества организаций, занимающихся турагентской деятельностью в период 2011 – 2016 гг.



Источник: составлено авторами по материалам [10]

Рисунок 1 – Количество организаций, занимающихся турагентской деятельностью в период 2011 – 2016 гг., штук

Из данных рисунка 1 следует, что с 2011 г. по 2015 г. количество турагентств увеличивалось, прирост за этот период составил 24,6%. В 2016 г. наблюдалось уменьшение количества турагентств, что было связано с проявлениями отраслевого кризиса и рискованных ситуаций в турагентской деятельности.

Туристская отрасль за последние 2-3 года не имела условий для устойчивого полноценного разви-

тия [7, 12, 18]. Обанкротились крупнейшие авиакомпании, выросли курсы валют, упала платежеспособность населения, проявление кризиса было усилено запретами и ограничениями на поездки в некоторые страны мира (Египет, Турция), а также nereкомендациями посещения отдельных популярных туристских регионов. Политическая и рыночная нестабильность повлекли соответствующую реакцию потребителей туристских услуг и сокращение числа реализованных турпакетов. Доходность туристского бизнеса существенно снизилась. В условиях падения потребительского спроса турфирмы вынуждены сокращать свои затраты и повышать качество обслуживания клиентов.

Масштабность влияния на турагентскую деятельность дестабилизирующих факторов в настоящее время столь широка, что практически все туристские организации не застрахованы от проявления такого риска или их группы одновременно, которые вынудят прекратить свою деятельность. Выявление и определение видов, а также прогнозирование возможности наступления рисков в турагентском бизнесе являются важнейшей составляющей стратегического планирования и управления [1, 2, 3].

Рыночные риски различаются причинами возникновения, широтой и силой действия и другими показателями [4, 11, 13, 20, 22], но объединяет их одно – крайне негативные последствия для туристских организаций и потребителей туристских услуг.

Можно различать постоянные и вновь возникающие факторы рисков. К постоянным относят:

- сезонность (отражается на деятельности всех компаний, работающих на рынке туризма);
- прекращение деятельности профессионалов в сфере туризма (на их место зачастую приходят сотрудники без опыта работы, не имеющие представления о специфике туристского продукта);
- риски взаимодействий с партнерами (туроператорами). Турагентства выполняют роль реализатора продуктов, сформированных туроператорами, поэтому их репутация и устойчивость на рынке в значительной степени зависят от качества предоставления турпродуктов. Если поездка срывается по вине туроператора, клиент, как правило, предъявляет претензию агентству, продавшему ему тур.

Казалось бы, учитываемый всеми предпринимательскими структурами риск наступления форс-мажорных обстоятельств (войны, катаклизмы, стихийные бедствия и т.п.) является постоянным, однако подобные обстоятельства все чаще становятся инструментами геополитической борьбы и напрямую влияют на деятельность туристских организаций и их можно воспринимать как вновь возникающие. Необходимо отыскивать пути их нивелирования. Несмотря на то, что это менее прогнозируемый риск в работе турагента и туроператора, он способен нанести наибольший урон результатам деятельности туристской организации. Одним из проявлений подобных рисков стало распространение в средствах массовой информации сведений об эпидемии вируса Коксаки, наблюдаемого в Турции в разгар летнего сезона 2017 года. Данные обстоятельства привели к панике среди туристов, уже купивших туры на Анталийское побережье. Многие туристы обратились к турагентам и столкнулись с проблемой отказа в аннуляции турпродукта без удержания фактически понесенных расходов. Данные обстоятельства негативно отражаются на репутации туристских организаций и противоречат действующему законодательству в сфере туризма.

В сложившейся ситуации максимальное количество рисков оказывает влияние на турагентские организации, так как ответ агента напрямую зависит от решения туроператора о правилах аннуляции забронированного тура. В случае отказа аннулировать приобретенный турпродукт по направлению, которое небезопасно для туриста, турагент рискует быть привлеченным к административной ответственности судом и выплатить причиненный вред плюс штрафы и компенсации в пользу туриста, если тот докажет свою правоту.

К вновь возникающим факторам риска можно отнести изменения отраслевого законодательства, влекущие необходимость принятия кардинальных решений по управлению туристским бизнесом. Так, например в 2017 году вступил в силу приказ Министерства культуры № 2386 от 31 октября 2016 года, утверждающий форму типового договора заключаемого между туристской организацией и туристом. Однако множество туристских организаций до сих пор не применяют его в своей деятельности, поскольку утвержденная форма, по их мнению, противоречит действующему законодательству и не содержит ряд разделов, содержащих информацию, которая обязательно должна быть доведена до сведения туристов.

С другой стороны, казалось бы, найден и применен механизм обеспечения достаточной социальной ответственности туристского бизнеса и государства перед потребителями туристских услуг в виде формирования различных фондов ответственности и публичных реестров субъектов туристской деятельности, обеспечивающий защиту прав путешественников, например, в случае банкротства туроператоров. Однако на рынке туристских услуг все чаще стал проявляться риск ненадлежащего исполнения обязательств авиакомпаниями, что приводит к дестабилизации деятельности множества туристских организаций. В результате в случае отмены поездки потребители дают отрицательные рекомендации турагентству, продавшему тур, программа которого не состоялась или была прервана по причине банкротства поставщика услуги,

что существенно влияет на репутацию организации и влечет снижение количества клиентов. В общем, все это риски, связанные с репутационными потерями компании. Несмотря на то, что турагент является лишь посредником, реализующим потребителю тур, сформированный туроператором, при возникновении проблем потребитель в первую очередь обращается к той организации, которой он отдал денежные средства - в турагентство. В большинстве случаев потребители не понимают особенностей работы туристских организаций и оплаты туров и обращаются с претензиями именно к турагенту.

Несмотря на то, что сфера электронного бизнеса интенсивно расширяется и в туризме растет популярность интернет-продаж, дистанционная реализация туристских услуг является рискованной деятельностью. Многие туристские организации стремятся эффективно использовать онлайн-каналы реализации туристских продуктов и электронные платежи, активно используют безналичные и электронные деньги. К преимуществам такого способа оплаты по отношению к наличным деньгам можно отнести:

- низкую стоимость перевода и транзакции с одного электронного счета на другой;
- высокую скорость операции, которая ограничивается лишь возможностями самой платежной системы;
- высокую портативность (величина суммы никак не связана с размерами и габаритами денег);
- отсутствие необходимости в пересчете суммы.

Для проведения транзакций в системах электронных платежей используются титульные знаки, которые и являются аналогом реальных денег. Системы поддерживают несколько видов титульных знаков, каждый из которых соответствует определенной валюте.

Тем не менее, на рынке электронных услуг существует большое количество проблем и административных барьеров для широкого внедрения систем электронной коммерции, наблюдаются ограничения по использованию банковских карт, недоверие продавцов и потребителей к системам оплаты с использованием банковских карт, большое количество сбоев. Для их решения необходимо развитие правовой базы электронного бизнеса, в частности, необходимо принять меры правового регулирования онлайн-операций, обеспечить полноценную защиту прав потребителей при взаимодействии с интернет-бизнесом, регламентировать и усилить контроль за ведением бизнеса в интернете.

Таким образом, в последние годы туристская деятельность подвержена множеству рисков, «копилку» которых пополняют новые. Туристская деятельность должна основываться на риск-ориентированном подходе и требует тщательных и продуманных действий.

Список литературы

1. Бардовский В.П., Чуб М.В. Рыночная инфраструктура и социально-экономическое развитие муниципальных образований // *Экономическая среда*. – 2017. – № 1 (19). – С. 123-128.
2. Буньковский Д.В. Формирование системы менеджмента качества в предпринимательском проекте // *Вестник НГИЭИ*. – 2016. – № 7 (62). – С. 22-31.
3. Вертакова Ю.В., Плотников В.А., Хорьков А.В., Лю Ч. Управление структурными преобразованиями экономических систем с учетом фактора риска // *Известия Юго-Западного государственного университета*. – 2017. – № 1 (70). – С. 126-137.
4. Горюшина Е.М. Анализ глобальных политических рисков: подходы к изучению и оценке ведущих исследовательских центров // *Современная наука и инновации*. – 2017. – № 2 (18). – С. 248-260.
5. Мусалитина М.С., Шмарков М.С., Губарева Л.И. Новейшая история геополитики туризма // *Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. – 2016. – № 2 (71). – С. 33-36.
6. Новый закон: турагентов предупреждают о рисках раннего бронирования [Электронный ресурс]. – URL: https://pro.tonkosti.ru/obzory_i_kommentarii/novyy_zakon_turagentov_preduprezhdayut_o_riskah_rannih_bronirovanij-143862152.
7. Плахова Л.В. Экономическая безопасность регионов России: особенности, тренды, риски // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2018. – № 7. – С. 84-88.
8. Плугарь Е.В. Риски в управлении персоналом гостиницы через призму экономической безопасности организации // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2016. – № 1. – С. 265-269.
9. Потапенко О.В., Шмаркова Л.И. Технологии автоматизации туроператорской деятельности // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2016. – № 2 (14). – С. 146-153.
10. Розничная торговля, услуги населению, туризм [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#.

11. Связцова Т.Г. Управление рисками в системе менеджмента качества: экономическое содержание и классификация рисков // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2017. – № 6. – С. 143-167.
12. СТА: Состоялся I Всероссийский турагентский конгресс [[Электронный ресурс]. – URL: <http://sta1.ru/newsunion/sta-sostoyalsya-i-vserossiyskiy-turagentskiy-kongress.html>.
13. Фролова Л.О. Принятие управленческих решений в условиях риска и неопределенности // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 1 (13). – С. 53-60.
14. Чемодурова С.С., Шмаркова Л.И. Динамическое пакетирование как инструмент повышения конкурентоспособности туристского предприятия // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 2 (40). – С.63-68.
15. Шмаркова Л.И. Позиционирование организаций на региональном рынке туризма // Экономическая среда. – 2013. – № 3 (5). – С. 61-70.
16. Шмарков М.С., Мусалитина М.С. Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 2 (36). – С. 134-139.
17. Шмарков М.С. Разработка стратегии построения эффективных взаимодействий турагентства с туроператорами // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2012. – № 3-1. – С. 272-282.
18. Шмарков М.С. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туризма // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (16). – С. 150-152.
19. Adam I. Backpackers' risk perceptions and risk reduction strategies in Ghana // Tourism Management. – 2015. – T. 49. – С. 99-108.
20. Altukhova N.F., Vasileva E.V., Slavin B.B. Concept for a new approach to project management in the activities of public servants // Бизнес-информатика. – 2016. – № 4 (38). – С. 60-69.
21. Caber M., Albayrak T. Push or pull? Identifying rock climbing tourists' motivations // Tourism Management. – 2016. – T. 55. – С. 74-84.
22. Kim W., Jun H. M., Walker M., Drane D. Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation // Tourism Management. – 2015. – T. 48. – С. 21-32.
23. Olya H. G. T., Alipour H. Risk assessment of precipitation and the tourism climate index // Tourism Management. – 2015. – T. 50. – С. 73-80.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

УДК 658.155:334.012.42

Кыштымова Е.А.

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ И АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ В УПРАВЛЕНИИ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Kyshtymova E.A.

FORMATION OF THE CRITERIA OF PROFIT ESTIMATION AND ANALYSIS OF THE ORGANISATION EQUITY CAPITAL MANAGEMENT

Кыштымова Евгения Александровна, кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, анализа и статистики ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина»; РФ, 302019, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: rosa-13@yandex.ru

Kyshtymova Evgeniya Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: rosa-13@yandex.ru

Аннотация: В статье исследованы методические основы анализа элементов собственного капитала, формирующие системы критериальных характеристик и индикативных показателей, используемых в принятии управленческих решений по их регулированию, определению направлений эффективного управления прибылью коммерческих организаций. Для исследования управления прибылью в составе собственного капитала и как основного оценочного показателя финансово-хозяйственной деятельности организаций использованы общенаучные методы, а также методы экономического анализа, сравнения, группировки, расчетно-аналитические и статистические методы. Совокупность используемых методов определила необходимость системного подхода к оценке и анализу формирования и использования прибыли в системе управления современным бизнесом организации. В научном исследовании обоснованы критериальные характеристики управленческих решений, регулирующих прибыль в зависимости от заинтересованности различных пользователей, определена система индикативных показателей, позволяющих дать оценку деятельности организаций, проанализировать возможности максимизации прибыли в условиях неопределенности

Abstract: In the article the research of methodical foundations of the analysis of equity capital elements for the formation of the criterion characteristics system and indicative indicators used for administrative decision making concerning their regulation, definition of directions of efficient control of the commercial organizations profit is disclosed. For the research of profit management as a part of equity capital and as the basic estimated indicator of the financial-economic activities of the organizations general scientific, accounting-analytical and statistical methods and methods of economic analysis, comparison, grouping, methods are used. The used technology has defined the necessity of the system approach to formation estimation and analysis and use of profit in the system of modern business management of the organization.

In the scientific research criterion characteristics of administrative decisions on profit regulation depending on the interests of various users are substantiated and indicative metrics is defined allowing to estimate the organizations activity and to analyze the possibilities of profit maximization under conditions of uncertainty

Ключевые слова: прогноз, методика, модели, эффективность, рентабельность

Keywords: analysis, equity capital, forecast, technique, models, efficiency, profitability

Современные условия неопределенности экономики ведут к возникновению проблем обеспечения хозяйственной деятельности экономических субъектов финансовыми ресурсами, поиску резервов увеличения собственных средств, накопления и рационального использования собственного капитала и, прежде всего, максимизации прибыли. Эффективное управление собственным капиталом позволит разрабатывать

и принимать оптимальные решения по распределению ресурсов, повышению потенциала коммерческой организации, манипулировать финансовыми ресурсами, обеспечит экономический рост и повышение конкурентоспособности. Отсюда первостепенной задачей организаций является всесторонний анализ состава и структуры собственного капитала.

Состав элементов собственного капитала неоднороден по предприятиям различной специфики деятельности. В экономической литературе выделяют основные его элементы, представленные на рисунке 1.

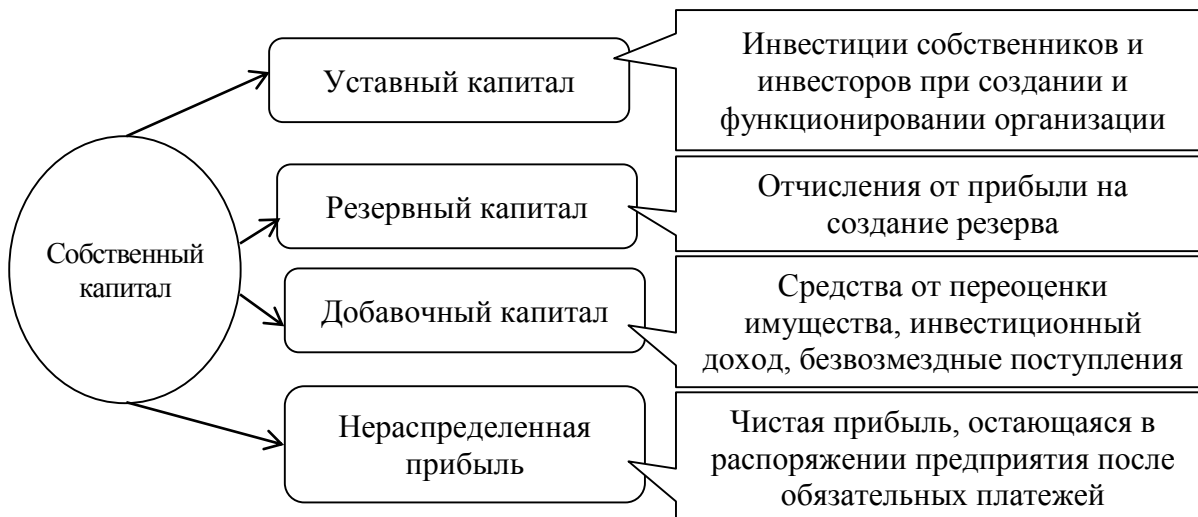


Рисунок 1 – Состав элементов собственного капитала организаций

Одним из основных элементов собственного капитала, который является индикатором эффективности деятельности организаций, является прибыль, поскольку она обеспечивает прирост первоначального инвестированного капитала, капитализацию средств и накопление капитала. На сегодняшний день в практике функционирования организаций возникают сложности оценки и анализа индикативных показателей, формирующих прибыль, и собственный капитал, что является негативным фактором в принятии управленческих решений по развитию бизнеса.

Вопросам исследования прибыли в управлении собственным капиталом организации посвящены работы многих ученых. Так, например, А.С. Макаров считает, что показатель прибыли принимается в качестве универсального критерия, который характеризует поставленную цель хозяйственной деятельности субъекта [3].

А.Н. Хорин характеризует прибыль как экономическую выгоду, которая в экономической сфере хозяйствующих субъектов представляет собой конечный интерес, то есть выгоду, извлекаемую собственниками из инвестированного капитала [7].

С.Г. Семенов в своих исследованиях финансовых результатов деятельности торгово-закупочных организаций рассматривает прибыль как итоговый показатель, который характеризует эффективность бизнеса организации, определение которого происходит путем сопоставления суммы доходов и суммы расходов, полученных в отчетном периоде. При этом он считает прибыль основным источником увеличения рыночной стоимости экономического субъекта, обеспечивающим его устойчивость и конкурентоспособность [6].

По В.Е. Ануфриеву, прибыль - это финансовый результат, определяемый как разница между доходами и расходами коммерческой организации. Он отмечает, что превышение суммы доходов над суммой расходов характеризуется как увеличение стоимости имущества, что является прибылью, а превышение суммы расходов над суммой полученных доходов характеризуется снижением стоимости имущества и представляет собой убыток организации. Финансовый результат, полученный по итогам отчетного периода в виде прибыли или убытка, ведет к изменению собственного капитала коммерческой организации [1].

Такого же мнения придерживается В.Ф. Палий, который также считает, что доходы влияют на увеличение имущества или на снижение обязательств и ведут к росту собственного капитала организации независимо от вкладов собственников [4].

Экономисты Н.А. Лытнева и О.Н. Сысоева в системе управления организацией понятие прибыли определяют как сумму чистой экономической выгоды собственников за риск вложения имущественных

вкладов в развитие бизнеса деятельности в условиях неопределенности [2].

Таким образом, существуют различные мнения и подходы как к трактовке, так и к оценке прибыли. Ученые, являющиеся сторонниками показателя прибыли, характеризуют устойчивую текущую прибыль как индикатор эффективного курса управления собственным капиталом и всей хозяйственной деятельностью организации. В связи с чем целью исследования автора является изучение критериальных характеристик прибыли и формирование системы показателей для ее оценки, поскольку показатели прибыли по составу, способам расчета и анализа в экономической литературе довольно неоднородны.

Например, в бухгалтерском учете показатель валовой прибыли определяется как разность между выручкой от реализации и переменными затратами, а для целей управления она иногда отождествляется с маржинальной прибылью [5].

При проведении анализа прибыли организаций необходима систематизация альтернативных вариантов показателей прибыли для ее оценки в составе собственного капитала и как индикатора хозяйственной деятельности экономических субъектов.

По нашему мнению, для целей управления собственным капиталом и, соответственно, прибылью целесообразно осуществить систематизацию категорий прибыли по ряду наиболее значимых классификационных признаков, что позволит более рационально определить основные индикаторы для ее оценки и анализа (табл.1).

Таблица 1 – Классификационные характеристики прибыли для целей управления собственным капиталом экономических субъектов

Классификационные характеристики	Виды прибыли
По источникам формирования	- прибыль от продажи продукции, товаров, - прибыль от продажи работ, услуг, - прибыль от продажи имущества организации, - прибыль по прочим операциям деятельности организации
По составу элементов	- маржинальная прибыль, - чистая валовая прибыль, - чистая прибыль отчетного периода
По видам деятельности организации	- прибыль, полученная от текущей деятельности организации, - прибыль, полученная от инвестиционной деятельности, - прибыль, полученная от финансовой деятельности организации
По периоду формирования	- прибыль прошлого периода, предшествующего отчетному, - прибыль отчетного года (периода), - прибыль перспективного периода
По видам финансового результата	- положительный результат - прибыль от хозяйственной деятельности, - отрицательный результат – убыток от хозяйственной деятельности
По статьям бухгалтерской (финансовой) отчетности	- валовая прибыль, - прибыль от продаж, - прибыль до налогообложения, - чистая прибыль
По отношению к расчету налога на прибыль	- условный расход по налогу на прибыль хозяйственной деятельности организации, - условный доход по налогу на прибыль хозяйственной деятельности организации
В соответствии с налогообложением	- прибыль от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), - прибыль от внереализационных операций

Перечень классификационных характеристик не является закрытым, поскольку не отражает всех видов показателей прибыли, которые могут быть использованы для целей управления собственным капиталом и принятия управленческих решений в предпринимательской практике экономических субъектов [8].

Для принятия управленческих решений в каждой организации справедливы показатели, которые отражают специфику деятельности и соответствуют ее стратегии в части способности организации повышать прибыль, капитализировать ее на развитие бизнеса.

Исходя из применяемых моделей управления коммерческими организациями, критерии оценки управленческих решений по регулированию прибыли нами сгруппированы по следующим направлениям, которые определяют интересы различных пользователей в функционировании организации и развитии ее бизнеса:

- индикативные показатели для оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций;
- индикативные показатели для оценки удовлетворения интересов собственников;
- индикативные показатели для оценки и анализа интересов потребителей.

Совокупность выделенных направлений группировки индикативных показателей определяет системный подход и комплексную оценку прибыли для принятия управленческих решений (рис. 2).

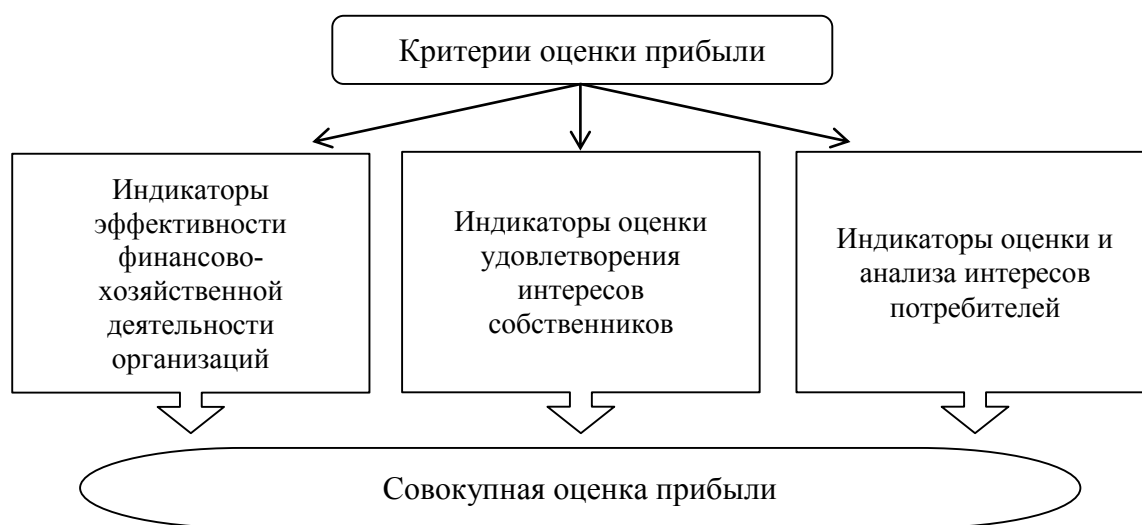


Рисунок 2 – Система индикаторов для оценки прибыли коммерческих организаций

Систематизация критериев по предложенным направлениям для оценки и анализа управленческих решений по регулированию прибыли коммерческих организаций представлена в таблице 2.

Индикаторы прибыли, характеризующие принятие управленческих решений по обеспечению эффективности финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций, выражаются абсолютными и относительными показателями. Используемые индикаторы характеризуются как отношение показателей эффективности деятельности, где в числителе используемых формул приводится показатель прибыли, рентабельность или убыточность собственного капитала; рентабельность или убыточность активов являются основными элементами, а в знаменателе приводится объем ресурсов или затрат организации. По таким критериям, как уровень использования основного и оборотного капитала, эффективность использования трудовых ресурсов, техническая оснащенность производственного процесса, прибыль отражает все направления финансово-хозяйственной деятельности.

Индикативные показатели первой группы предназначены для оценки и анализа сформированного и накопленного капитала, капитализации прибыли, направления ее использования на реализацию стратегических целей организации.

Вторым направлением группировки индикативных показателей прибыли является критерий удовлетворения хозяйствующим субъектом интересов собственников, который систематизирует индикативные показатели оценки управленческих решений по использованию прибыли на выплату дивидендов, увеличению имущественных долей владельцев бизнеса. Такие индикаторы характеризуют размер инвестированного капитала, собственного капитала, созданного в процессе финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций, а также сумму накопленного капитала как за отчетный период, так и в динамике за счет прироста прибыли. Повышение интереса собственников зависит от стабильности экономики организации [9], поэтому ко второй группе индикаторов относятся такие показатели, как размер прибыли на один рубль базовой и разводненной прибыли, размер начисленных и выплаченных дивидендов, уровень

доходов и расходов, формирующих прибыль, как основной элемент собственного капитала.

Таблица 2 – Критериальные оценки управленческих решений по регулированию прибыли коммерческих организаций

Классификационные характеристики	Индикативные показатели
Индикаторы эффективности хозяйственно-финансовой деятельности коммерческих организаций	Выручка от продажи на отчетную дату (за минусом налога на добавленную стоимость)
	Показатель прибыли от реализации готовой продукции (товаров, работ, услуг)
	Показатель прибыли до налогообложения
	Показатель чистой прибыли как за отчетный период, так и нарастающим итогом
	Индикатор нормы чистой прибыли организации
	Индикатор рентабельности (убыточности) продаж
	Индикатор прибыльности всей деятельности организации
	Индикатор рентабельности (убыточности) всего капитала
	Индикатор рентабельности (убыточности) собственного капитала
	Индикатор рентабельности (убыточности) заемного капитала
	Индикатор рентабельности (убыточности) основного капитала
	Индикатор рентабельности (убыточности) оборотного капитала
	Индикатор рентабельности (убыточности) совокупности затрат
	Индикатор платежеспособности организации
	Индикатор обеспеченности заемного капитала собственными средствами
	Размер собственного капитала в обороте
	Индикатор доли собственного капитала в оборотных средствах
	Индикатор автономии (финансовой независимости)
Индикаторы удовлетворения интересов собственников	Индикатор рентабельность (убыточности) акционерного капитала
	Размер уставного капитала
	Размер собственного капитала
	Участие в хозяйственной деятельности организации
	Индикатор прибыльности всей деятельности организации
	Индикатор базовой прибыли на акцию
	Индикатор разводненной прибыли на акцию
Индикаторы удовлетворения интересов потребителей	Занятость работников в трудовой жизни
	Возможность приобретения товаров и пользования услугами
	Материальные выплаты членам коллектива
	Уровень и степень удовлетворения работников в социальном обеспечении

К индикаторам второй группы могут быть отнесены специфические показатели, характерные только для конкретной организации, которые могут оценивать: дополнительный доход и дополнительные выплаты собственникам от участия в хозяйственном процессе и организации бизнеса, выплаты от распре-

деления созданных специальных фондов. Формирование индикаторов второй группы зависит как от решения собственников, так и от руководства коммерческой организации, которое непосредственно осуществляет реализацию стратегических планов и задач экономического субъекта.

К третьей группе системы критериев для оценки и анализа управленческих решений по формированию и использованию прибыли в коммерческих организациях в потребительской кооперации отнесены индикаторы, которые раскрывают уровень удовлетворения интересов потребителей организации, состав ее коллектива и других заинтересованных лиц. Данная группа может включать такие индикаторы, как натуральные выплаты работникам, наличие рабочих мест, высокий уровень заработной платы и материальных выплат в размере, необходимом для обеспечения работникам достойного уровня жизни; индикаторы уровня социальной защиты и т.п.

Коммерческая организация для обеспечения роста прибыли, в свою очередь, заинтересована в квалифицированных работниках, компетентность которых является фактором повышения доходности и успеха организации, а также в их благосостоянии, обеспеченности потребностей семьи работника материальными благами.

По нашему мнению, эффективность управленческих решений по регулированию прибыли в составе собственного капитала необходимо рассматривать шире, не ограничиваясь только экономическими показателями хозяйственной деятельности. Для более детальной критериальной характеристики прибыли необходима научно-обоснованная система индикаторов, методика их оценки, включающая совокупность подходов, методов и приемов. Применение разработанных направлений критериев оценки управленческих решений по регулированию прибыли в коммерческих организациях позволит усилить взаимосвязь между отдельными подсистемами системы менеджмента, а также объектами и субъектами управления. Рекомендованный подход будет способствовать обоснованности управленческих решений по регулированию прибыли как элемента собственного капитала в соответствии перспективой развития организаций.

Список литературы

1. Ануфриев В.Е. Учет формирования финансового результата и распределение прибыли организации // *Бухгалтерский учет*. – 2001. – № 10. – С. 17-26.
2. Лытнева Н.А., Сысоева О.Г. Концепция современного менеджмента в системе управления финансовыми результатами организаций // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2010. – №2. – С. 65-69.
3. Макаров А.С. К проблеме выбора критериев анализа состоятельности организации // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2008. – №23 (128). – С. 26-33.
4. Палий В.Ф. *Международные стандарты учета и финансовой отчетности*. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 472 с.
5. Парушина Н.В. Анализ финансовых результатов по данным бухгалтерской отчетности // *Бухгалтерский учет*. – 2002. – №4. – С. 68-72.
6. Семенов С.Г. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления прибылью торгово-закупочных сельскохозяйственных организаций: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.12. – М., 2013.
7. Хорин А.Н. Категории прибыли организации и их практическое значение // *Бухгалтерский учет*. – 2002. – №12. – С. 35-41.
8. Bonchek M., Libert B. To the change your strategy, first change how you think [Electronic resource] // *Harvard Business Review*. – 2017. – URL: <https://hbr.org/2017/05/to-change-your-strategy-first-change-how-you-think>.
9. Lytneva N., Parushina N., Polyanin A., Kyshtymova E., Vertakova Y. Methods of complex analysis in management of commercial organizations owned capital // *Proceedings of the 29th International Business Information Management Association Conference - Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth*. – 2017. – pp. 2126-2134.

УДК 339.37:005.1

Макарова Т.Н., Лебедева О.А., Сковцова Н.А.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО
РАСПОЛОЖЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Makarova T.N., Lebedeva O.A., Skvortsova N.A.

**ORGANIZATION AND REALIZATION OF SYSTEM ANALYSIS OF THE RETAIL
ENTERPRISES LOCATION**

Макарова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru

Makarova Tatyana Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation, e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru

Лебедева Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12, e-mail: o.a.leb@mail.ru

Lebedeva Olga Alexandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation, e-mail: o.a.leb@mail.ru

Сковцова Наталия Александровна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: skv-09@mail.ru

Skvortsova Nataliya Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation, e-mail: skv-09@mail.ru

Аннотация: Формирование розничной торговой сети территории должно основываться на результатах системного анализа, охватывающего систему факторов и условий функционирования и развития региона. Одно территориальное объединение отличается от другого в силу количественной ограниченности (площади занимаемой территории), специфики наличия и расположения отдельных зон, предприятий, культурных объектов, транспортной инфраструктуры, плотности населения и прочих факторов

Abstract: Formation of retail network of the territory should be based on the results of the system analysis covering the system of factors and conditions of the region functioning and development. One territorial union differs from the other because of quantitative limitation (the occupied area), specificity of availability and arrangement of separate zones, enterprises, cultural objects, transport infrastructure, population density and other factors

Ключевые слова: территория, критерии расположения предприятий, формирование розничной торговой сети

Keywords: territory, criteria of the enterprises location, formation of retail network

Формирование розничной торговой сети должно учитывать весь комплекс факторов, условий, влияющих на организацию торговой деятельности. На основе результатов идентификации и изучения основных принципов, факторов и переменных, определяющих выбор места и группировку розничных торговых предприятий на конкретной территории, были сформированы три основных подхода к проблеме размещения предприятий: зональный, факторный и принципиальный. Группировка и сущность данных подходов представлены на рисунке 1.

Систематизированные критерии, позволяющие осуществить выбор места для расположения розничного торгового предприятия, значительно упрощают задачу менеджмента организации. Однако нужно располагать достоверной и точной информацией, на основе которой будет приниматься соответствующее решение. При принятии решения о местоположении розничного торгового предприятия должна учитываться вся совокупность представленных факторов.



Рисунок 1 – Система критериев размещения розничных торговых предприятий в рамках территории

Алгоритм принятия решения о месторасположении магазина включает следующие последовательные этапы. Прежде всего, выбираются наиболее привлекательные регионы для ведения бизнес-деятельности (под регионом понимают часть территории страны или город). В случае с крупными торговыми сетями, например, магазины «Магнит» АО «Тандер», при решении охватить новый географический сегмент (регион) важно определить наиболее привлекательные зоны для размещения своих предприятий. Какой тип месторасположения наилучшим образом подходит для товаров и услуг, которые компания предлагает на рынке. Это могут быть центральные деловые районы, торговые центры или отдельно стоящие магазины. Может применяться другая градация в зависимости от особенностей конкретной территории, поселения.

Следующий шаг заключается в анализе наиболее привлекательных торговых зон. Под торговой зоной понимается географический сектор, включающий потенциальных покупателей конкретной торговой фирмы или торгового предприятия. Специфика торговой деятельности, формат предприятия (тип магазина), плотность потенциальных потребителей, наличие конкурентов определяют, будет это часть города (район, квартал), город в целом.

Последняя стадия – это выбор наилучшего из отобранных вариантов конкретного месторасположения. При этом учитываются возможности размещения магазина в уже существующих помещениях на условиях аренды или приобретения, строительства нового помещения при наличии необходимого опыта и ресурсов.

Зачастую система критериев (рис. 1) размещения розничных торговых предприятий требует уточнения/детализации. В этом случае применяется методика формирования списка факторов, определяющих привлекательность конкретного места для магазина (табл. 1).

Разработав ряд определяющих критериев, предприятие розничной торговли должно оценить их по 10-балльной шкале (1 – очень плохо, 10 – очень хорошо) с целью выяснения, насколько привлекательны потенциальные места для размещения магазина. Конечный результат должен непосредственно повлиять на принятие решения.

После того как выбрано оптимальное месторасположение торгового предприятия и утвержден его формат, необходимо решить вопросы, связанные с тем, как магазин будет выглядеть, как оформить торговый зал и каким образом за счет выкладки достичь максимально возможного объема продаж [9].

Формирование территориальной розничной торговой сети должно осуществляться на платформе системного анализа. Применительно к процедуре системного анализа на первом этапе «Формулирование проблемной ситуации» определена основная проблема – необходимость обоснования формирования оптимальной розничной торговой сети территории.

Таблица 1 – Факторы, определяющие месторасположение розничного торгового предприятия

Покупатели (потенциальные, реальные)	Доступность	Конкуренция	Затраты
Количество (численность)	Видимость на фоне других строений, предприятий	Уровень конкуренции	Затраты на строительство
Уровень дохода	Людские потоки	Типы конкурирующих фирм	Аренда
Структура расходов	Препятствия (ж/д, крупные автомагистрали)	Индекс насыщенности	Уровень з/п
Плотность населения	Тип местности	Близость основных конкурентов (лидеров рынка, крупных фирм)	Налоги
Стиль жизни	Транспортное сообщение		Транспортные затраты
Личный транспорт	Состояние автодорог		
	Парковка		
	Общественный транспорт		

Обоснование строится в первую очередь на установлении основных этапов, направлений системного анализа. Прежде всего, необходимо определить основную цель и сопряженные с ней задачи. Поскольку мы рассматриваем размещение торговых предприятий территории применительно к потребительскому рынку, то в качестве основной цели может быть определено наиболее полное удовлетворение потребностей населения территории в потребительских товарах и услугах посредством создания сети, инфраструктуры розничных торговых предприятий. Данная общая цель детализирована (рис. 2) с помощью комплекса конкретизированных задач.



Рисунок 2 – Основная цель и задачи системного анализа формирования розничной торговой сети территории

В качестве основных задач выступают как показатели, которые могут быть оценены количественно, например, оценка обеспеченности населения торговыми площадями (нормативный показатель), количество розничных торговых точек, плотность их размещения в отдельных географических секторах и пр.

Также предусмотрено решение задач, не поддающихся четкой количественной оценке, например, качественный анализ розничной торговой сети, удовлетворенность населения структурой и размещением магазинов, торговых центров и пр.

Региональная инфраструктура розничной торговли формируется предприятиями зарубежных, национальных, региональных и малых сетей. В ее основе лежит создание распределительных оптовых центров, обеспечивающих эффективность и оптимальность товарно-материальных потоков. Затем создается сеть розничных предприятий и, наконец, магазины социально-ориентированной торговли (рис. 3).



Рисунок 3 – Инфраструктура региональной розничной торговли

Инфраструктура торговли включает ряд элементов: информационные, материальные, организационные, финансовые, кадровые, маркетинговые и пр.

Построение розничной торговой сети территории должно быть ориентировано на достижение основных показателей эффективности функционирования (табл. 2). Акцент делают не только на экономическую, но и социальную эффективность.

Основываясь на собранном материале, можно предложить следующую методику организации и проведения системного анализа размещения розничных торговых предприятий территории.

1. Формулирование основных целей и задач системного анализа.
2. Определение границ и описание исследуемой территории.
3. Сравнительный анализ нормативного и фактического обеспечения населения территории торговыми площадями.
4. Количественная оценка, фактическое размещение розничных торговых предприятий в границах территории (по географическим секторам, кварталам и пр.).
5. Характеристика видового разнообразия розничных торговых предприятий территории.
6. Анализ специализации розничных торговых предприятий территории.
7. Оценка торгового пространства, зон обслуживания населения различными группами торговых предприятий.
8. Анализ степени удовлетворенности населения территориальной инфраструктурой розничной торговли.

Таблица 2 – Показатели эффективного функционирования розничной торговой сети территории

Требования к розничной торговой сети	Экономическая эффективность торговой сети	Социальная эффективность торговой сети
– реализация постоянно увеличивающихся масс товаров народного потребления с наименьшими затратами; – обеспечение высокой культуры торгового обслуживания; – сокращение издержек потребления, связанных с приобретением товаров; – взаимосвязь с развитием сети предприятий культурно-бытового и коммунального обслуживания населения; – учет принципов современного градостроительства	– общая численность торговых предприятий; – количество торговых предприятий и торговой площади, приходящихся на 1 тыс. человек; – численность населения на одно торговое предприятие и на 1м² торговой площади; – удельный вес специализированной торговой сети; – средний размер торговой площади на один магазин; – прибыль на 1м² торговой площади	– средний радиус обслуживания (торговая зона) магазина; – затраты времени покупателей на ожидание обслуживания; – показатели завершенности покупки

Особое внимание в рамках определенных территорий следует уделять размещению предприятий сетевой торговли – крупных национальных розничных сетей.

Проблема размещения предприятий, принадлежащих к сетевой торговле, должна решаться с учетом перспектив развития территории в целом, направления и интенсивности влияния факторов макро- и микросреды организации, специфики формирования общей розничной торговой сети территории.

Методика обоснования размещения предприятий розничной торговой сети, предложенная авторами, включает следующие основные этапы.

1. Определение границ территории. В качестве обслуживаемого рынка могут использоваться различные географические единицы. Крупные международные торговые сети рассматривают в качестве целевого рынка все и/или многие страны мира. Национальные сети ориентированы на рынок одной страны. Региональные структуры обслуживают население конкретного региона, округа и пр.

Поскольку объект исследования магазины «Магнит» АО «Тандер» работают на российском рынке во многих регионах, то можно говорить о создании национальной розничной торговой сети. Однако регионы РФ значительно отличаются друг от друга условиями осуществления предпринимательской деятельности, социально-экономическими параметрами, возможностями развития. Исходя из этого, размещение розничных предприятий торговой сети при выходе на новые рынки требует серьезного подхода, оценки рисков и рыночных возможностей, ориентации на собственные сильные стороны при нивелировании слабых аспектов деятельности предприятия.

2. Определение количества торговых точек розничной торговой сети АО «Тандер», необходимых для удовлетворения спроса потенциальных потребителей и захвата прогнозируемой ниши – доли рынка территории.

3. Анализ плотности населения территории. Данный параметр крайне важен для установления наиболее привлекательных мест для расположения магазинов розничной торговой сети. Проживание и перемещение населения в рамках территории крайне неравномерно. Так, в пределах любого города есть основные транспортные и торговые улицы, «спальные» районы, промышленные зоны и т.д.

Однако данной информации явно недостаточно для принятия решения о размещении магазинов на данной территории, следует изучить и другие составляющие рыночной деятельности, в частности конкурентов.

4. Оценка активности конкурирующих структур. Здесь важно оценить количественный и качественный состав конкурентов, выявить не только явных, но и потенциальных соперников. В рамках данного этапа нужно провести комплексный анализ, включающий такие показатели, как масштаб деятельности, специфика предложения, применяемые формы и методы продаж/обслуживания, занимаемая доля рынка, зоны торгового обслуживания, потенциал развития, маркетинговая активность и пр.

5. Сравнительная оценка торговых площадей для размещения торгового предприятия. В расчет берутся уже имеющиеся свободные и пригодные для организации продаж помещения (их можно выку-

пить или взять в аренду) и рассматриваются возможности строительства новых зданий (изучаются предложения по выделению земельных участков для данных целей, их расположение в черте перспективной территории).

Методика обоснования выбора места для размещения торговой точки розничной торговой сети представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 – Методика обоснования местоположения предприятия сетевой торговли

В большинстве случаев выгоднее и быстрее организовать торговую деятельность в существующих помещениях, проведя необходимую перепланировку и ремонтные работы. Строительство занимает больше время и требует вложения значительных ресурсов, что под силу только крупным торговым сетям.

6. Оценка перспектив развития розничной торговой сети в границах территории с учетом маркетинговой активности.

Следует отметить, что данная методика может применяться торговыми структурами на периодической основе (2-6 этапы), что позволит учитывать изменения, происходящие на региональном рынке, вносить своевременные коррективы в стратегию предприятия и предпринимать определенные тактические ходы.

Анализ оптимальности размещения торговой точки розничной сети можно детализировать с помощью оценки радиуса обслуживания и/или зоны обслуживания населения. В сложных конкурентных условиях наблюдается тенденция захвата максимальной доли территории определенной торговой сетью часто национального масштаба. В этом случае предприятия, принадлежащие к торговой сети, располагаются в шаговой доступности друг от друга. Очевидно, что лишь одно из розничных предприятий будет рентабельным, второе будет играть роль защитника обслуживаемого сегмента потребителей от конкурирующих торговых структур.

Таким образом, размещение торговых предприятий в рамках территории, выбор месторасположения отдельных торговых предприятий являются сложнейшими вопросами. Решение данной проблемы требует разработки методического обеспечения, основанного на результатах системного анализа условий развития территории в целом и розничной торговой сети в частности.

Список литературы

1. Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 456 с.

2. Дудакова И.А. Изучение рынка как фактор развития розничной торговли // *Российский внешне-экономический вестник*. – 2009. – №9. – С.51-59.
3. Зырянов А.В. Принципы размещения розничных торговых предприятий [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.elitarium.ru/torgovoe-predpriyatie-roznichnaya-torgovlya-rynok-magazin-gorod-territoriya-mestoraspolzhenie-planirovanie/>.
4. Кузьменко В.Л. Розничные торговые сети: состояние и перспективы развития: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2011.
5. Макарова Т.Н., Ильюшина Е.В. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 3 (21). – С. 34-42.
6. Макарова Т.Н. Рациональное размещение торговых предприятий в рамках территориального объединения // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2017. – № 5. – С. 42-46.
7. Макарова Т.Н. Функционирование розничных торговых сетей в конкурентном окружении // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2017. – № 6. – С. 111-115.
8. Принципы размещения розничных торговых предприятий в городах [Электронный ресурс]. – URL: https://vuzlit.ru/238461/printsipy_razmesheniya_roznichnyh_torgovyh_predpriyatij_gorodah_factory_vliyayuschie_razmeshenie_magazinov_gorodah.
9. Размещение розничного торгового предприятия [Электронный ресурс]. – URL: https://studopedia.su/15_155846_tema--razmeshchenie-roznichnogo-torgovogo-predpriyatiya.html.
10. Системный анализ [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfiles.net/preview/6337538/>.
11. Современные форматы торговли как приоритетная форма развития розничной торговли в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс]. – URL: http://studbooks.net/841468/marketing/sovremennye_formaty_torgovli_prioritetnaya_forma_razvitiya_roznichnoy_torgovli_usloviyah_rynochnoy_ekonomiki.
12. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2016. – № 3 (37). – С. 33-39.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОТРАСЛЕЙ

УДК 330.34(470)

Голоктионова Ю.Г., Лисичкина Н.В.

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В ОТРАСЛЕВОМ АСПЕКТЕ

Goloktionova Ju.G., Lisichkina N.V.

ESTIMATION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA IN SECTORAL ASPECT

Голоктионова Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: golokdim@yandex.ru

Goloktionova Juliya Gennadjevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: golokdim@yandex.ru

Лисичкина Наталия Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: natalyorel@hotmail.com

Lisichkina Nataliya Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: natalyorel@hotmail.com

Аннотация: Тенденции дифференциации доходов в России во многом зависят от изменения структуры денежных средств населения. Экономический рост и потенциал, улучшение рынка труда, несомненно, могут создать предпосылки для повышения общего уровня жизни населения. Чрезмерно активное вмешательство государства в процесс перераспределения доходов ведет к снижению деловой активности в обществе и сокращению эффективности производства. Отсутствие дифференциации доходов может уменьшить эффективность экономики и, как следствие, подорвать стимулы к предпринимательству и росту инвестиционной активности. Рассматривая задачу, связанную с сокращением необоснованной дифференциации доходов населения России и социального расслоения общества, следует подчеркнуть, что основным условием успеха решения проблемы является дальнейший прогресс российской экономики. Это относится не столько к росту сырьевого сектора экономики, сколько к развитию обрабатывающих производств, сельского хозяйства и сектора услуг в национальной экономике. Укрепление экономических субъектов, инвестиции бизнеса в основной капитал, малое предпринимательство как наиболее популярная форма хозяйственной деятельности должны стать важнейшими аспектами на пути экономического совершенствования. Чтобы решить данные проблемы, необходимо повышение эффективности капиталовложений и улучшение экономического климата. При этом самым большим богатством в любой отрасли производства и страны в целом выступает человеческий капитал. Следует признать, что он ценится гораздо выше, чем сырьевые ресурсы.

Abstract: Tendencies of incomes differentiation in Russia depend on the change of monetary incomes structure of the population in many respects. Undoubtedly, economic growth, potential and improvement of the labour market can create preconditions for increase of the general standard of living of the population. Excessively active intervention of the state in the process of incomes redistribution results in decrease of business activity in the society and in reduction of production efficiency. Absence of incomes differentiation can lower the economy efficiency, and, as a consequence, undermine the stimulus of business and growth of investment activity. Considering the problem of reduction of unreasonable incomes differentiation of the population of Russia and social stratification of the society, it is necessary to underline that further growth of Russian economy is the basic condition of the success of the problem solution. It refers not so much to the development of the raw sector of the economy, but to the development of processing industries, agriculture and services sector of the national economy. One of the major ways of the development is strengthening of economic subjects, business investments into fixed capital and small business development. That is why the basic ways of the problems solution is to increase the efficiency of capital investments and to solve the problems of economic climate. Thus, human capital acts as the greatest wealth in any branch of production and the country as a whole. It is necessary to recognize that the value of this resource is considerably greater, than the value of raw materials.

Ключевые слова: регионы, валовой региональный продукт, валовая добавленная стоимость, заработная плата, управление рисками

Keywords: regions, gross regional product, gross added cost, wages, risk management

*Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований
(Научный проект 18-010-01011 А)*

Экономическое развитие территорий РФ характеризуется неоднородностью. На данный процесс оказывают влияние три группы факторов. В первую группу входят факторы, связанные с потенциалом территорий в различных аспектах. К ним можно отнести наличие природного и экологического потенциала, возможность использования его в хозяйственной деятельности региона, наличие полезных ископаемых и условия их добычи. При грамотном использовании данных преимуществ регион имеет возможность развиваться как в производственном, так и в социальном направлении [5].

Вторая группа факторов также связана с ресурсным обеспечением региона. Однако в данном случае речь идет о человеческом и трудовом потенциале. Природные ресурсы территорий имеют, несомненно, высокое значение для развития. Несмотря на это, главным богатством является человеческий потенциал, который в России еще недостаточно оценен на практике [4]. Экономическая эффективность населения часто характеризуется величиной генерируемого валового регионального продукта.

Среднемесячная заработная плата в РФ на протяжении периода с 2011 г. по 2016 г. постоянно возрастала. За шесть лет абсолютная сумма заработной платы выросла с 23369 руб. до 36709 руб. При этом следует отметить, что наиболее высокий размер заработной платы прослеживается в организациях, осуществляющих финансовую деятельность – 80289 руб. в месяц в 2016 г. Это в 2,2 раза выше, чем в среднем по России (рис. 1).

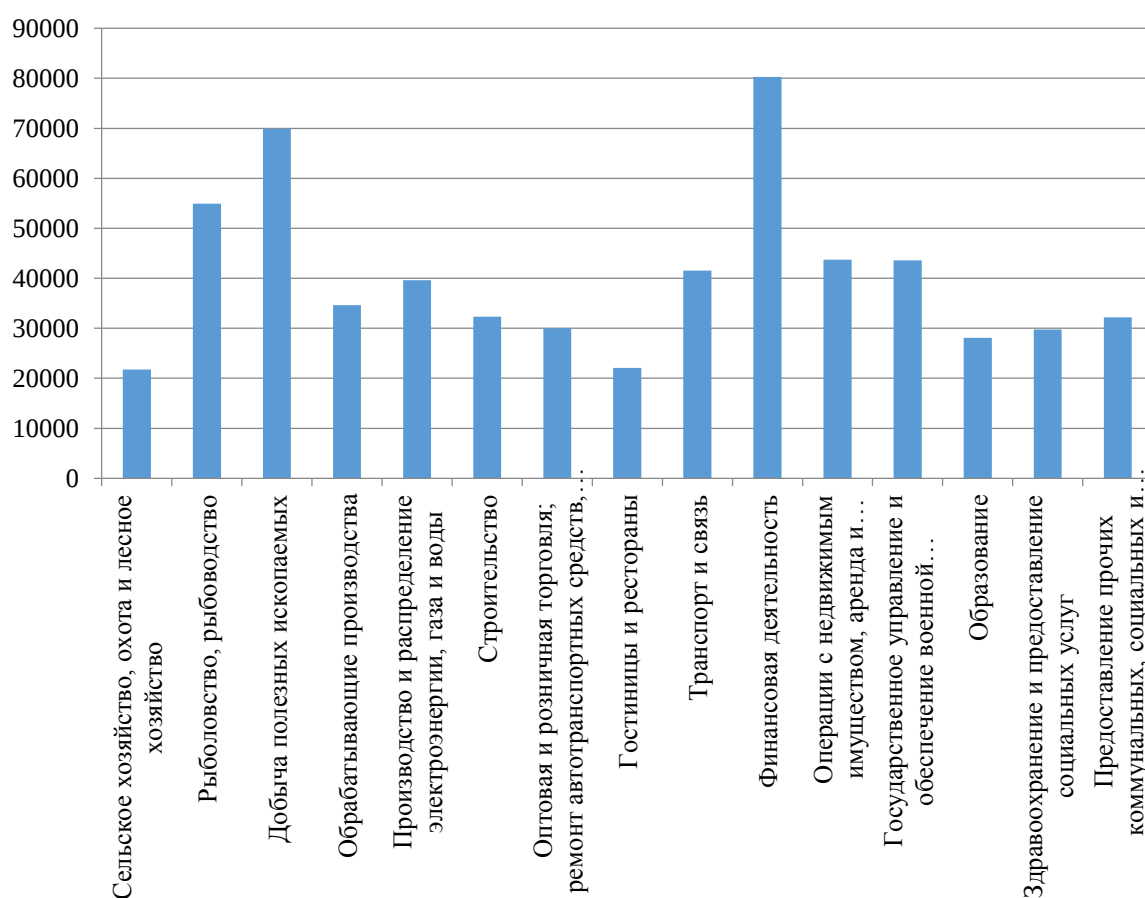


Рисунок 1 – Среднемесячная заработная плата в РФ в разрезе организаций по видам экономической деятельности в 2016 г.

Также достаточно высокий уровень среднемесячной номинальной начисленной заработной платы наблюдается на предприятиях по добыче полезных ископаемых. В 2016 г. ее размер составил 69936 руб. Значительно выше среднего уровня сложилась заработная плата на предприятиях рыболовства и рыбноводства – 54 927 руб.

В ряде отраслей российской экономики среднемесячная номинальная начисленная заработная плата находится на уровне, немного превышающем среднюю величину. К этой группе относятся предприятия по производству и распределению электроэнергии, газа и воды, предприятия транспорта и связи, государ-

ственного управления и обеспечения военной безопасности, социального страхования, а также организации, осуществляющие операции с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг.

Самая низкая заработная плата выплачивается на предприятиях сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства (21755 руб.) и в гостиницах и ресторанах (22041 руб.). Также низкая заработная плата наблюдается в образовании, здравоохранении, в организациях по предоставлению коммунальных, социальных и персональных услуг, в оптовой и розничной торговле, в строительстве и обрабатывающих производствах.

При этом необходимо рассмотреть долю валовой добавленной стоимости, генерируемую в той или иной отрасли, и сравнить ее с начисленной номинальной заработной платой (рис. 2). Валовая добавленная стоимость отражает результат деятельности различных экономических секторов [1].

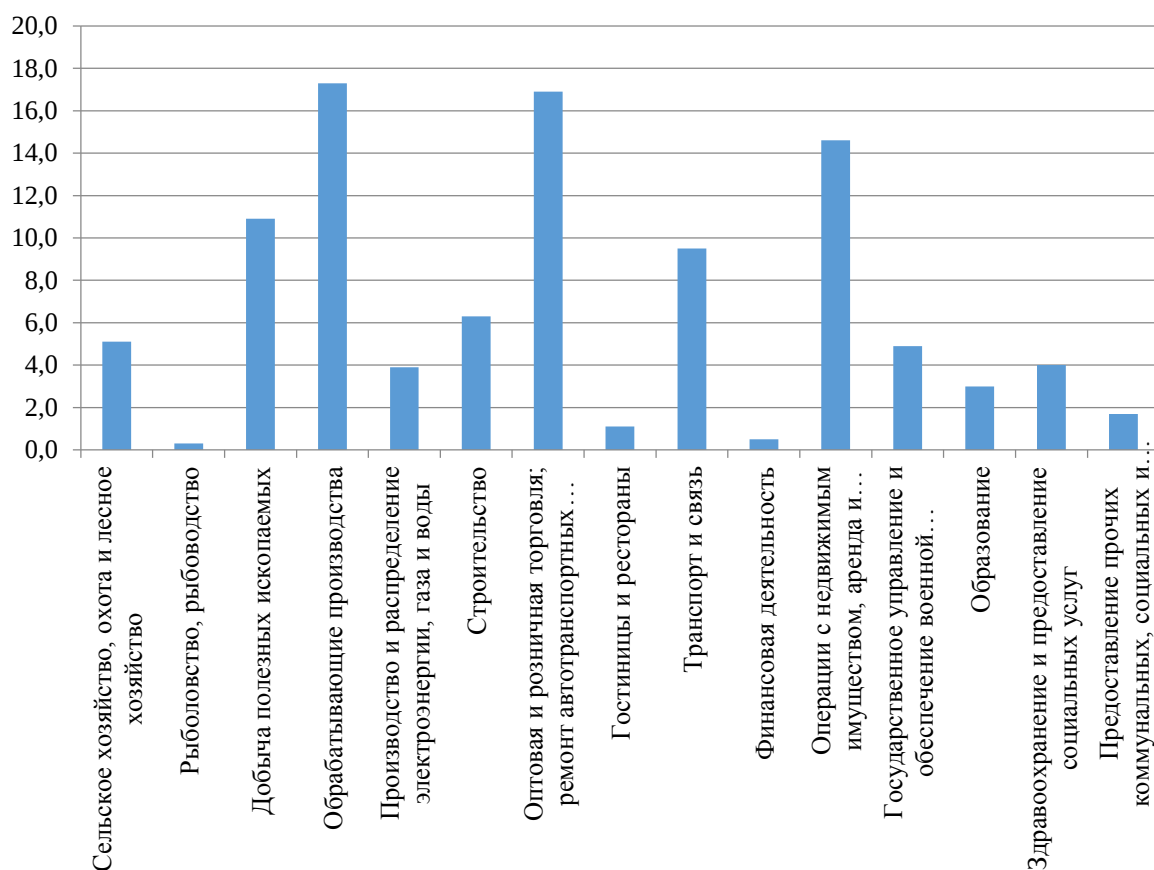


Рисунок 2 – Отраслевая структура валовой добавленной стоимости субъектов Российской Федерации в 2016 г.

Наибольшая часть добавленной стоимости создается в обрабатывающем производстве (17,3% от общей стоимости); оптовой и розничной торговле; на предприятиях по ремонту автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (16,9%) и в организациях, осуществляющих операции с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг (14,5%).

Следует отметить невысокую долю в общем объеме валовой добавленной стоимости предприятий строительства, оказания услуг, производства и распределения ресурсов. На наш взгляд, в качестве причин современной рецессии в российской экономике в основном можно отметить внутренние факторы: снижение темпов экономического роста связано с падением инвестиционной активности, со значительным снижением экспортных поступлений и неэффективностью банковской системы [3]. Эти процессы происходят на фоне негативных последствий финансовых и секторальных санкций.

Самая высокая заработная плата начислена в сфере финансовой деятельности. При этом добавленная стоимость, создаваемая в этой сфере, занимает всего 0,5% от общего объема произведенных товаров и услуг в экономике РФ.

Сравнение доли валовой добавленной стоимости в этих отраслях со среднемесячной номинальной начисленной заработной платой позволяет сделать вывод о том, что уровень квалификации, качество и

продуктивность труда работников не оказывают какого-либо влияния на уровень жизни населения. На первый план выходят такие факторы дифференциации доходов, как жизнь в столице, большом городе, уровень социального статуса и связей, наличие первичного капитала, обладание другими социальными, административными и личными ресурсами [8].

Третья группа факторов, влияющих на социально-экономическое развитие регионов, – факторы, связанные с экономикой страны в целом и региональной экономикой. В настоящее время роль регионов меняется. Это происходит не только в российской экономике, но и в мировой экономике в целом. Современные процессы глобализации привели к тому, что не только страны, но и регионы стали участниками конкурентной борьбы. Кроме того, в будущем роль регионов и муниципалитетов в этих процессах возрастет. Для того чтобы Россия могла претендовать на достойное место в мировой экономике, именно регионы должны стать локомотивами в задаче повышения экономического потенциала и конкурентоспособности страны [2].

Развитие должно происходить за счет создания соответствующих условий и повышения престижа того или иного региона. Социальную привлекательность можно повысить за счет реального введения специальных налоговых режимов, доступности жилья, совершенствования инфраструктуры регионов с целью распространения инноваций и сокращения экономического расстояния [6]. Одним из важнейших факторов является обеспечение большей экономической и административной самостоятельности регионов. Это даст толчок для использования внутренних резервов развития территорий. Значительного эффекта можно достичь, используя природный потенциал. Хороший климат и плодородная почва позволяют развиваться сельскому хозяйству, непосредственная близость от международных транспортных коридоров – логистике, культурное наследие – туризму и услугам [7].

Территориальное и отраслевое развитие должно основываться на балансе между экономическими и социальными целями. Цель экономической поддержки регионов состоит в сокращении дифференциации между ними в уровне социально-экономического развития.

Список литературы

1. Арманишина Г.Р. Дифференциация продукта на отраслевых рынках / Г.Р. Арманишина, Т.М. Воеводина // *Экономическая среда*. – 2014. – № 3 (9). – С. 104-108.
2. Ильминская С.А. О взаимосвязи национальной, экономической и финансовой безопасности // *Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований : сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Парижутиной*. – Орёл: ОрелГУЭТ, 2017. – С. 95-98.
3. Карлова Ю.С. Инвестиционный потенциал региона как один из факторов социально-экономического развития Российской Федерации / Ю.С. Карлова, А.В. Костромыкина // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2018. – № 2 (26). – С. 43-47.
4. Марченкова Л.М. Укрепление развития регионов России на основе управления человеческим, интеллектуальным и инновационным потенциалом [Электронный ресурс] / Л.М. Марченкова, Е.М. Самородова, И.Б. Илюхина // *Бюллетень науки и практики: электронный научный журнал*. – 2017. – №11 (24). – URL: <http://www.bulletennauki.com>.
5. Рассадина М.Н. Дифференциация доходов населения: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // *NovaInfo.Ru*. – №56-2. – URL: <http://novainfo.ru/article/9230>.
6. Римашевская Н.М. Качество человеческого потенциала в современной России [Электронный ресурс]. – URL: <http://spkurdyumov.ru/forecasting/kachestvo-chelovecheskogo-potenciala-v-sovremennoj-rossii>.
7. Спасская Н.В. Оценка взаимосвязи «доходы-инвестиции» в экономике России / Н.В. Спасская, А.В. Стеценко, Е.В. Такмакова // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2017. – № 1 (39). – С. 164-168.
8. Шманёв С.В. Человеческий фактор в системе государственного регулирования экономического развития России // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2017. – Т. 12. – № 3. – С. 64-69.
9. Boschma R. Towards an Evolutionary Perspective on Regional Resilience // *Regional Studies*. – 2015. – Т. 49, № 5. – С. 733-751.
10. Pike A., Rodriguez-Pose A., Tomaney J. Shifting horizons in local and regional development // *Regional Studies*. – 2017. – Т. 51, № 1. – С. 46-57.
11. Stam E. Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique // *European Planning Studies*. – 2015. – Т. 23, № 9. – С. 1759-1769.

УДК 330.163

Лыгина Н.И., Паршиков Н.А., Рудакова О.В.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Lygina N.I., Parshikov N.A., Rudakova O.V.

DEVELOPMENT FEATURES OF IMPRESSIONS ECONOMY

Лыгина Нина Ивановна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Маркетинг и торговое дело» ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru

Lygina Nina Ivanovna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Паршиков Николай Александрович, доктор педагогических наук, профессор, ректор ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»; РФ, 302020, г. Орел, ул. Лескова, д. 15; e-mail: ogiik@orel.ru

Parshikov Nikolay Aleksandrovich, Doctor of Pedagogic Sciences, Professor; Orel State Institute of Culture; 15 Leskova Street, Orel 302020, Russian Federation; e-mail: ogiik@orel.ru

Рудакова Ольга Викторовна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Менеджмент и государственное управление», Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; профессор кафедры «Экономика и управление» ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры», 302020, г. Орел, ул. Лескова, д. 15; e-mail: rudakova71@yandex.ru

Rudakova Olga Viktorovna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; Orel State Institute of Culture; 15 Leskova Street, Orel 302020, Russian Federation; e-mail: rudakova71@yandex.ru

Аннотация: Превращение сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства стало закономерностью развития современной цивилизации. Ускоренный рост этой сферы выступает как основной признак становления постиндустриального общества. На сегодняшний день сфера услуг представляет собой крупнейший сектор мировой экономики, т.к. на нее приходится 63% планетарного продукта. Пиком развития постиндустриального общества станет XXI век, и в этом же веке начнется переход к новой ступени общественного развития. Если в доиндустриальную эпоху добавленная стоимость создавалась в сырьевой экономике, в индустриальную эпоху – в товарной экономике, в постиндустриальную – в сфере услуг, то сегодня она мигрирует к впечатлениям. Происходящее позволяет утверждать, что идет процесс формирования нового типа экономики – экономики впечатлений

Abstract: Transformation of services sphere into dominating sector of national economy has become a law of modern civilization development. Accelerated growth of this sphere acts as the basic sign of postindustrial society formation. For today the sphere of services is a largest sector of world economy since it has 63 % of a planetary product. The XXIst century will be the peak of postindustrial society development and in the same century transition to a new stage of social development will begin. If in before industrial epoch added cost was created in raw economy, during the industrial epoch it was created in commodity economy, in postindustrial in the sphere of services, today it migrates to impressions. The event allows to assert that it is a process of formation of new type of economy, economy of impressions

Ключевые слова: доиндустриальное общество, индустриальное общество, постиндустриальное общество, сырьевая экономика, товарная экономика, экономика услуг, экономика впечатлений, сырье, товар, услуга, впечатления

Keywords: before industrial society, industrial society, postindustrial society, raw economy, commodity economy, service economy, economy of impressions, raw materials, goods, service, impressions

Экономическая история не стоит на месте. Превращение сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства стало закономерностью развития современной цивилизации. Ускоренный рост этой сферы выступает как основной признак становления постиндустриального общества. В эпоху доиндустриального общества, являвшегося ранней стадией общественного развития, ведущей отраслью экономического развития выступало сельское хозяйство (первичный сектор экономики), в индустриальном – промышленность (вторичный сектор), в постиндустриальном – сфера услуг (третичный сектор). На каждом этапе общественного развития экономика переживала миграцию ценности. В доиндустриальную эпоху

большая часть добавленной стоимости создавалась в производстве сырья, в индустриальную – в производстве товаров, в постиндустриальную – в производстве услуг. На рисунке 1 представлена классификация экономических систем, предложенная представителями теории постиндустриального общества. Основой этой классификации является соотнесение ступени общественного развития со степенью укрепления/ослабления индустриальных и экономических начал.



Рисунок 1 – Историческое развитие экономических систем [9]

Превращение сферы услуг в доминирующий сектор национальной экономики получило название «сервисной революции». Соотношение секторов в экономике определяет степень социально-экономического развития общества. В зависимости от того, вклад какой отрасли преобладает в ВВП, определяется принадлежность той или иной страны к доиндустриальному, индустриальному или постиндустриальному типу экономики. Высокий уровень развития характеризует преобладание в ВВП третичного сектора и небольшой доли первичного сектора. На сегодняшний день в развитых странах 70-80% ВВП создается в сфере услуг. Отличительной чертой сферы услуг является создание не вещных благ. Результаты труда в отраслях этой сферы не принимают предметной формы, а выступают в виде полезного эффекта, неотделимого от самой деятельности.

Как следует из данных, представленных в таблице 1, в 2017 г. на сельское хозяйство пришлось 6,4% общего объема мирового производства. В страновом разрезе наибольший объем сельского хозяйства наблюдается в Китае (1 место), Индии (2 место) и США (3 место). При этом доля сельского хозяйства в ВВП названных стран составляет 8,3%, 15,4% и 0,9% соответственно. Следует отметить, что в Сьерра-Леоне на долю сельского хозяйства приходится 60,7% ВВП, а Монако и Сингапур вообще не производят сельскохозяйственной продукции. Всего три страны на сегодняшний день получают более 50% своего ВВП от сельскохозяйственного сектора. В России объем сельскохозяйственного производства составляет 69,0 млрд долл. (7 место) и дает 4,7% ВВП.

Вклад промышленного производства в планетарный продукт равняется 30%. Первое место по объему промышленного производства принадлежит Китаю, затем следуют США (2 место) и Япония (3 место). При этом на долю промышленности в Китае приходится 39,5% ВВП, в США – 18,9%, в Японии 29,7%. Наибольшая доля промышленного производства в 2017 г. была отмечена в Латвии – 63,8%. В начале XXI века только в 15 государствах промышленность остается ведущим сектором экономики [20]. По объему промышленного производства Россия занимает 9 место в мире (475,9 млрд долл.), на вторичный сектор экономики в 2017 г. приходилось 32,4%.

На сегодняшний день сфера услуг представляет собой крупнейший сектор мировой экономики, т.к. на нее приходится 63% планетарного продукта. Как следует из данных таблицы 1, крупнейшим производителем услуг являются США, где на долю рассматриваемого сектора приходится 80,2% ВВП. В сфере услуг Китая создается 52,2% ВВП и по объему производства этого сектора страна занимает 2 место в мире. На третьем месте в рейтинге расположилась Япония. Следует отметить, что Чад имеет самую низкую долю сферы услуг в ВВП – 27%. В начале XXI века в 201 стране сфера услуг стала ведущим сектором экономики. Третичный сектор обеспечивает более 80% своего ВВП в экономике 30 государств [20]. В России третичный сектор обеспечивает 915,2 млрд долл. (13 место), его вклад в ВВП страны составляет 62,3%.

О роли третичного сектора экономики в современном обществе свидетельствуют масштабы экспорта услуг. В 2016 г. объем экспорта мировых услуг достиг 4,9 трлн долл., что составляет одну треть стоимости мирового товарного экспорта.

Таблица 1 – Структура ВВП некоторых стран мира в 2017 г. [19]

Ранг	Страна	ВВП, млрд долл. США	Сельское хозяйство			Промышленность			Сервисы		
			ВВП	Ранг	% от ВВП	ВВП	Ранг	% от ВВП	ВВП	Ранг	% от ВВП
1	Соединенные Штаты	19360	174,2	3	0,9	3659	2	18,9	15526,7	1	80,2
2	Китай	11940	991,0	1	8,3	4716,3	1	39,5	6232,7	2	52,2
3	Япония	4884	48,8	13	1	1450,5	3	29,7	3384,6	3	69,3
4	Германия	3652	21,9	31	0,6	1099,2	4	30,1	2530,8	4	69,3
5	Франция	2575	51,5	11	2	517,6	7	20,1	2005,9	6	77,9
6	Объединенное Королевство	2565	15,4	36	0,6	487,4	8	19	2062,3	5	80,4
7	Индия	2439	375,6	2	15,4	560,9	6	23	1499,9	8	61,5
8	Бразилия	2081	129,0	4	6,2	437,0	12	21	1514,9	7	72,8
9	Италия	1921	40,3	17	2,1	461	10	24	1419,6	9	73,9
10	Канада	1640	27,9	25	1,7	460,8	11	28,1	1151,3	10	70,2
11	Южная Корея	1530	33,7	22	2,2	601,3	5	39,3	891,9	14	58,3
12	Россия	1469	69	7	4,7	475,9	9	32,4	915,2	13	62,3
13	Австралия	1390	50	12	3,6	362,8	14	26,1	977,2	11	70,3
14	Испания	1307	33,9	21	2,6	303,2	16	23,2	969,8	12	74,2
15	Мексика	1142	44,5	15	3,9	360,8	15	31,6	730,9	15	64
29	Нигерия	394,8	85,3	6	21,6	72,2	47	18,3	237,3	32	60,1
30	Норвегия	392,1	9,4	47	2,4	121,9	29	31,1	260,7	28	66,5
45	Вьетнам	223,3	34,2	20	15,3	74,6	46	33,3	92,2	55	41,3
61	Кувейт	118,3	0,4	150	0,4	69,4	50	58,7	48,4	69	40,9
63	Украина	104,1	14,6	37	14	28,9	65	27,8	60,6	62	58,2
104	Уганда	26,4	6,8	63	25,8	6,1	110	23,2	13,5	108	51
149	Нигер	7,3	3	97	41,5	1,3	154	18,1	2,9	165	40,4
155	Сомали	6,5	3,9	84	60,2	0,5	179	7,4	2,1	170	32,5
172	Сьерра-Леоне	3,9	2,4	108	60,7	0,2	187	6,5	1,3	184	32,9
197	Гвинея-Бисау	1,3	0,6	145	44,1	0,1	196	12,9	0,6	201	43

На рисунке 2 представлена динамика мирового экспорта услуг в 2005-2016 гг. На его основании можно сделать вывод об устойчивом росте мировой торговли услугами в 2009-2014 гг. и о некотором застое в 2014-2016 гг.

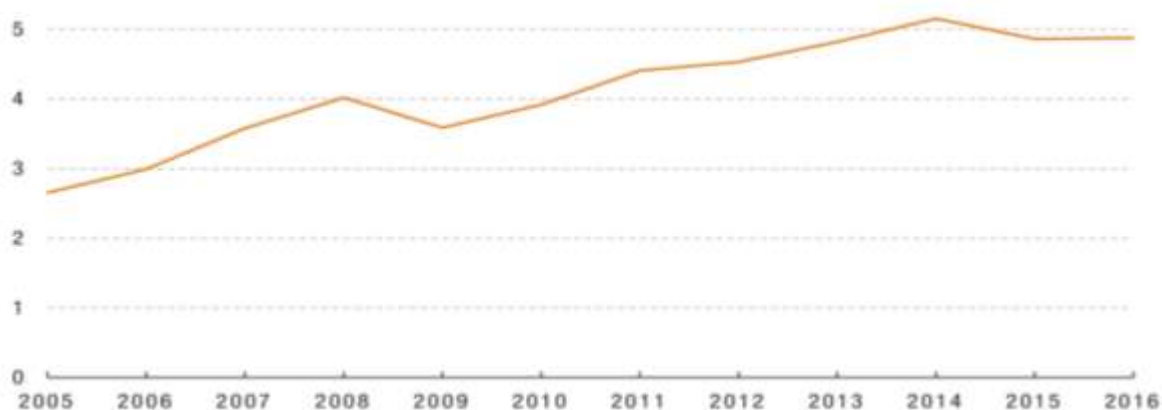


Рисунок 2 – Мировой объем экспорта услуг в 2005-2016 гг., трлн долл. [23]

Следует отметить, что экспорт услуг осуществляется в основном развитыми странами, на которые приходится 2/3 мирового экспорта продукции третичного сектора. На рисунке 3 представлена пятерка развитых стран, лидирующих по объему экспорта услуг. Лучшим экспортером среди этой группы стран в 2016 г. были США, объем экспорта услуг которых составил 752 млрд долл. (15% глобального экспорта

услуг.). В последние годы существенную роль в мировой торговле услугами начинают играть развивающиеся экономики. На долю пяти развивающихся стран, представленных на рисунке 2, в 2016 г. пришлось 15% мирового экспорта услуг, что равнялось доле всех прочих развивающихся экономик вместе взятых. Лидером в экспорте услуг среди развивающихся стран в 2016 г. стал Китай (208 млрд долл.). Следует отметить, что объем экспорта услуг из Китая превысил аналогичный показатель Нидерландов (5 место среди развитых экономик).

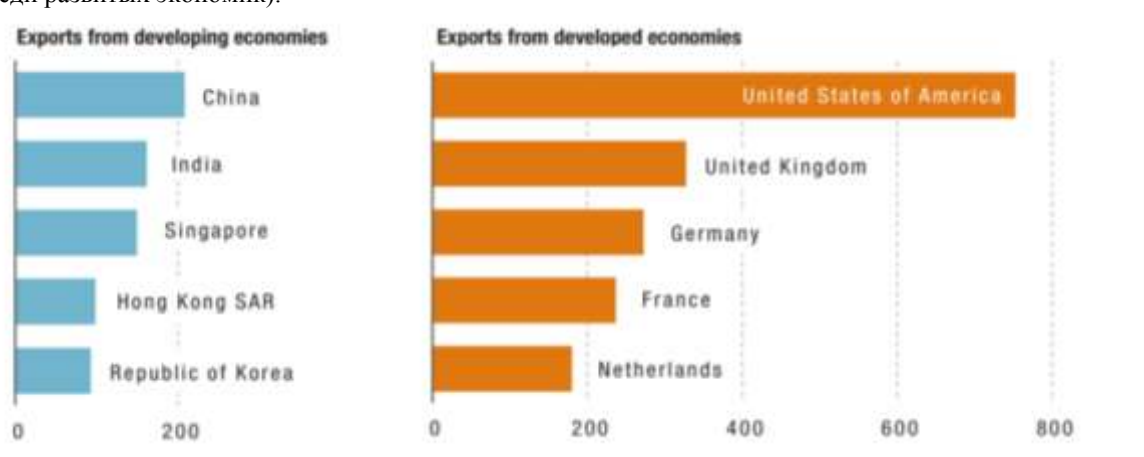


Рисунок 3 – Топ-5 стран-экспортеров услуг среди развивающихся и развитых экономик в 2016 г. [23]

Среди глобальных тенденций развития мирового рынка услуг в 2016 г. стал значительный рост объема экспорта телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг – на 4,5%. Увеличился экспорт интеллектуальной собственности и других деловых услуг, а также личных, культурных и рекреационных услуг – от 2% до 3%. Расходы на поездки увеличились только на 1,8%. Следует отметить значительное сокращение торговли строительными материалами (на 8,7%) и объемов международных перевозок (на 4,3%).

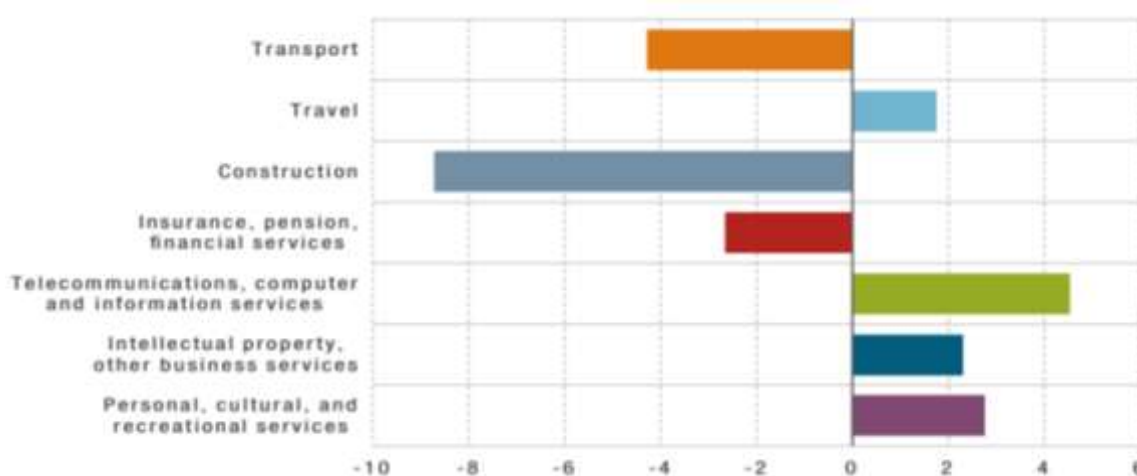


Рисунок 4 – Годовые темпы роста экспорта услуг в 2016 г. [24]

В условиях доиндустриального общества принадлежность к тому или иному коллективу (общине, сословию) предопределяла место человека в обществе, его образ жизни (размер и источник доходов, стандарты потребления и пр.). В этом обществе в центре стоял человек с его потребностями. В индустриальном обществе присвоение средств производства и жизненных благ уже не опосредуется принадлежностью человека к какому-либо коллективу. Промышленная революция ведет к раскрепощению индивида, сменяет личную зависимость на личную независимость. Центральной проблемой экономики индустриального общества становится материальное производство и доходы. В постиндустриальном обществе центром экономической системы становится человек с его потребностями. Личность становится, с одной стороны, самоцелью общественного развития, а с другой стороны, выступает в качестве орудия социально-экономического прогресса. Организация трудового процесса в постиндустриальном обществе становится не столько технологической, сколько гуманитарной задачей, что обуславливает высокую степень самостоятельности каждого человека и придает труду действительно творческое содержание.

Следует согласиться, что само развитие экономики создает онтологические предпосылки для формирования постиндустриальной парадигмы как составного элемента мировой цивилизации [19]. Однако не все страны и народы (в том числе и Россия) прошли полностью на сегодняшний день индустриальной путь развития. Как полагают эксперты, становление постиндустриального общества в США произойдет к 2020 г., в Японии и странах Западной Европы – к 2030-2040 гг., в России и других странах СНГ – к 2050 г. Пиком развития постиндустриального общества станет XXI век, и в этом же веке начнется переход к новой ступени общественного развития.

В настоящее время мир переживает очередную революцию в системе производства. Начинается новый процесс миграции ценности. Если в доиндустриальную эпоху добавленная стоимость создавалась в сырьевой экономике, в индустриальную эпоху – в товарной экономике, в постиндустриальную – в сфере услуг, то сегодня она мигрирует к впечатлениям. В цепочке «сырье - товар - услуга - впечатление» доля добавленной стоимости шаг за шагом растет, и основная доля приходится именно на впечатление [14]. Маржа, зарабатываемая на сырье, в представленной цепочке оказывается наименьшей. В развитых странах в последние десятилетия прослеживается устойчивая тенденция снижения материальной составляющей в стоимости товаров и услуг (около 10-15%) при увеличении доли затрат на приобретение знаний и информации [1]. По этой причине мировые сырьевые рынки постепенно исчезают в результате слияний и поглощений, для них характерна высокая степень монополизации. В сравнении с сырьем, значительно большая маржа приходится на готовый товар. Однако и на товарных рынках происходят неблагоприятные процессы. Коммодитизация, представляющая собой процесс перехода продукта из марочной категории в категорию рядовых продуктов и обусловленная постоянным совершенствованием производственных технологий, стала серьезной проблемой этих рынков. В экономике услуг только начинают возникать проблемы, схожие с проблемами сырьевой и товарной экономики. Впечатления становятся самостоятельным и дорогостоящим продуктом и объектом купли-продажи. За впечатление потребитель готов платить максимальное количество денег [16]. Происходящее позволяет утверждать, что идет процесс формирования нового типа экономики – экономики впечатлений. Данный термин впервые употребили в 1999 г. американские маркетинговые Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор, рассмотревшие новую экономику как новый подход к производству и продвижению товара или услуги, основанный на создании положительного впечатления как от производства и продвижения, так и от получения товара или услуги, а также от последующих за этим ощущений [12], [21]. Мир вступил в эпоху впечатлений, где ведущие компании предлагают не товар или услугу, а стиль жизни. Выделяют следующие тенденции, свидетельствующие о зарождении экономики впечатлений:

- большая доля услуг в ВВП (см. табл. 1);
- рост отраслей экономики и рынков, напрямую связанных с созданием впечатлений: индустрия развлечений, киноиндустрия, рынок гостиничных и ресторанных услуг, туризм (см. рис. 2);
- рост услуг как дифференциаторов товарного предложения компании;
- рост эмоциональных факторов и факторов, связанных с созданием впечатлений, в коммуникационных кампаниях по продвижению товаров и услуг [15].

Следует отметить, что основными конкурентными механизмами на этапах «товарная экономика» и «экономика услуг» оставалась борьба за эффективность производства. В экономике впечатлений именно впечатление становится основным фактором конкуренции товаров и услуг. Нельзя говорить о безапелляционном уходе со сцены рынков сырья, товара, услуг - экономика впечатлений немыслима без этих составляющих, но доминирующее её положение уже сегодня вполне естественно и объяснимо.

Толковые словари русского языка предлагают несколько значений для слова «впечатление». У С.И. Ожегова впечатление трактуется как «мнение, оценка, сложившиеся после знакомства, соприкосновения с кем-чем-нибудь» [10]. В словаре Д.Н. Ушакова под впечатлением понимается «образ, отражение, след, оставляемый в сознании человека окружающими предметами, лицами, событиями» [17]. В концепции экономики впечатлений впечатление предстает как четвертая экономическая категория, имеющая принципиальные отличия от сырья, товаров и услуг. Если рассматривать специфику впечатлений как объекта предложения, то необходимо выделить его особенности по сравнению с товаром и услугой. Отличительные характеристики товара, услуги и впечатления в соответствии с трудами Д.Б. Пайна и Д.Х. Гилмора представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Отличительные характеристики товара, услуги и впечатления [12], [21]

Товар	Услуга	Впечатление
Материальное	Нематериальное	Запоминающееся
Стандартизированное	Персонализированное	Личное
По описи	По требованию	Проявляется со временем

В числе специфических черт впечатления как экономической категории следует отметить, что их неосязаемость обуславливает значительную роль поставщика. В нарождающейся экономике важно не

только знать своего клиента и формировать у него потребности во впечатлениях, но и сам продавец должен быть элементом впечатления. Личный контакт производителя с потребителем всегда вселял уверенность в качестве товара. Впечатление является исключительно личным продуктом, т.к. создается при участии потребителя. Потребитель, находящийся под положительным эмоциональным воздействием от приобретения продукта, зачастую игнорирует возможные недостатки самого продукта и делится своими впечатлениями со своим социальным кругом, формируя таким образом лояльность к продукту у окружающих.

В 2017 г. международная исследовательская компания GfK опубликовала данные мирового опроса, в соответствии с которым треть респондентов предпочла бы иметь больше свободного времени, чем денег. Только 9% из числа опрошенных придерживались противоположного мнения. Среди респондентов 44% были убеждены в том, что впечатления более важны, чем приобретение вещей [4].

Исследование «Love Index», проведенное Mastercard, было основано на анализе платежей по кредитным, дебетовым и предоплаченным картам, совершенных в канун Дня святого Валентина. В результате исследования было выявлено, что наибольшая сумма расходов пришлась на романтические ужины (40% от общей доли затрат), отдых в отеле занял вторую строку в расходах (27%), на третьем месте расположились расходы на романтические путешествия (22%). За три года расходы влюбленных на цветы сократились на 3%, на ювелирные изделия - на 9%. Полученные данные свидетельствуют о становлении экономики впечатлений, когда люди готовы платить за события, дарящие им долгие счастливые воспоминания [18].

Сегодня появилась необходимость учитывать в экономической политике новые цели, относящиеся не только к персональным доходам и производственной эффективности страны, но и к удовлетворенности жизнью и счастьем. Очевидно, что впечатление счастья является субъективным эмоциональным состоянием, но измерению подлежит то, как общественно-экономическая и культурная среда делают людей счастливыми. Ключевым показателем развития общества в XXI веке все большее число специалистов называют счастье человека [2]. В этой связи появились различные методики расчета индекса счастья.

Всемирный индекс счастья (The Happy Planet Index) представляет собой комбинированный показатель, измеряющий достижения стран мира с позиции их способности обеспечить своим жителям счастливую жизнь. НПИ рассчитывается по методике британского исследовательского центра New Economic Foundation и учитывает результаты социологических опросов, продолжительность жизни и ресурсоемкость потребления. Экономические показатели в методологии расчёта Индекса не используются. В таблице 3 представлены самые счастливые и самые несчастливые страны по данным рейтинга 2016 г.

Таблица 3 – Рейтинг стран мира по индексу счастья в 2016 г. (The Happy Planet Index 2016) [22]

Рейтинг	Страна	Индекс	Рейтинг	Страна	Индекс
1	Коста-Рика	44.7	117	Мавритания	18.0
2	Мексика	40.7	131	Бурунди	15.6
3	Колумбия	40.7	132	Свазиленд	15.5
4	Вануату	40.6	133	Сьерра-Леоне	15.3
5	Вьетнам	40.3	134	Туркменистан	14.6
6	Панама	39.5	135	Кот-д'Ивуар	14.4
7	Никарагуа	38.7	136	Монголия	14.3
8	Бангладеш	38.4	137	Бенин	13.4
9	Таиланд	37.3	138	Того	13.2
10	Эквадор	37.0	139	Люксембург	13.2
115	Конго	18.8	140	Чад	12.8
116	Россия	18.7			

Потребность во впечатлениях стала одной из самых востребованных в современном обществе. Впечатления становятся самостоятельным и дорогостоящим продуктом и объектом купли-продажи, вследствие чего формируется новый тип экономики – экономики впечатлений. В условиях экономики впечатлений осуществляется не просто продажа продукта с целью удовлетворения потребности клиента, а его продвижение на рынке с помощью эмоций, возникающих в связи с взаимодействием с этим продуктом. Экономика впечатлений практикует психологические приемы, позволяющие потребителю испытывать впечатления и при покупке, и при использовании определенного продукта. Сегодня появилась необходимость учитывать в экономической политике новые цели, относящиеся не только к персональным доходам и производственной эффективности страны, но и к удовлетворенности жизнью и к счастью.

Список литературы

1. Бендигов М.А., Фролов И.Э. Рынки высокотехнологичной продукции: тенденции и перспективы развития // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2001. – №2. – С. 57-71. – URL: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-2/02.shtml>.

2. Брис А. ВВП умер. Да здравствует счастье [Электронный ресурс] // Коммерсант. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3234698>.
3. Зайнуллина Т.Г. Использование инструментария экономики впечатлений для продвижения гостиничного продукта // *Journal of Economic Regulation*. – 2017. – №3. – Т.8. – С. 71-76. – URL: http://hjournal.ru/files/JER_8_3/JER_8.3_6.pdf.
4. Зрелища вместо хлеба: зачем нас убеждают, что деньги не важны [Электронный ресурс] // BANKI.RU. – URL: <http://www.banki.ru/news/columnists/?id=9793319>.
5. Лебедева С.А. Экономика впечатлений в сфере туризма. Некоторые направления реализации туристско-рекреационных возможностей Камчатского края // *Экономика, управление, финансы: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.)*. — Краснодар: Новация, 2018. — С. 178-184. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/264/13625/>.
6. Лыгина Н.И., Бурцева М.Н. Человеческий фактор и социальные инновации в системе антикризисного управления // *Социально-экономические явления и процессы*. – 2015. – Т.10. – №5. – С. 61-67.
7. Мухаметкалиева А. Что такое экономика впечатлений? [Электронный ресурс] // *Forbes*. – URL: https://forbes.kz/finances/markets/chno_takoe_ekonomika_vpechatleniy/.
8. Новичков Н.В. О некоторых аспектах развития туризма как части креативной экономики и экономики впечатлений // *Сервис в России и за рубежом*. – 2013. – №8(46). – С. 113-121.
9. Нуреев Р.М. Сравнение экономических систем во времени: формационные подходы к анализу // *Terra economica*. – 2010. – Т.8. – №1. – С. 130-141.
10. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Впечатление [Электронный ресурс] // Толковый словарь русского языка. – URL: <http://ozhegov.info/slovar/>.
11. Орлова Н.Н., Паришков Н.А. Научно-педагогические работники как основа экономической эффективности национальной образовательной системы // *Социально-экономические явления и процессы*. – 2017. – Т.12. – №6. – С. 235-242.
12. Пайн Д.Б., Гилмора Д.Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. – 171 с.
13. Паришков Н.А. Наука, педагогика, практика досуга XXI века // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. – 2013. – №1(51). – С. 254.
14. Пекар В. Введение в экономику впечатлений [Электронный ресурс]. – URL: <http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm>.
15. Поротникова Н.А. Экономика впечатлений и управление опытом потребителей на ресторанном рынке [Электронный ресурс] // *NAUKARUS*. – URL: <http://naukarus.com/ekonomika-vpechatleniy-i-upravlenie-opytom-potrebiteley-na-restorannom-rynke>.
16. Тимошенко А.В. Развитие организационной структуры как основной фактор системной конкурентоспособности предприятия // *Вестник Российской академии естественных наук*. – 2014. – №3. – С. 53-55.
17. Ушаков Д. Впечатление [Электронный ресурс] // Толковый словарь. – URL: <http://endic.ru/ushakov/Vpechatlenie-6910.html>.
18. Чувствуй и давай: любовь все еще в моде! Пресс-релиз [Электронный ресурс] // *Mastercard*. – URL: <https://newsroom.mastercard.com/ru/press-releases>.
19. GDP – composition, by sector of origin [Электронный ресурс] // *Central intelligence agency*. – URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html>.
20. List of Countries by GDP Sector Composition [Электронный ресурс] // *Statistics Times*. – URL: <https://statisticstimes.com/economy/countries-by-gdp-sector-composition.php>.
21. Pine J.B., Gilmore J.H. *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. – Boston: Harvard Business School Press, 1999.
22. The Happy Planet Index 2016 [Электронный ресурс] // *Happy Planet Index*. – URL: <https://happyplanetindex.org/>.
23. Total trade in services [Электронный ресурс] // *UNCTAD Handbook of Statistics*. – URL: https://unctad.org/en/PublicationChapters/tdstat42_FS05_en.pdf.
24. Trade in services by category [Электронный ресурс] // *UNCTAD Handbook of Statistics*. – URL: https://unctad.org/en/PublicationChapters/tdstat42_FS06_en.pdf.

УДК 338.465

Петрухина Е.В., Дудина Е.В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ СЕРВИСА

Petrukhina E.V., Dudina E.V.

MODERN PROBLEMS OF SERVICE QUALITY MANAGEMENT

Петрухина Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: petrukhinelena@yandex.ru

Petrukhina Elena Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: petrukhinelena@yandex.ru

Дудина Елена Васильевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: edudina2010@yandex.ru

Dudina Elena Vasiljevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: edudina2010@yandex.ru

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению основных подходов и методов оценки уровня качества обслуживания в торговой сети, позволяющих сформировать систему эффективного мониторинга удовлетворения потребностей покупателей в качественном сервисе. Методика «тайный покупатель» позволяет проводить оценку качества обслуживания клиентов в магазине, на основе которой прослеживается и контролируется сервисная деятельность персонала в контактной зоне. Социологический метод исследования на основе опроса покупателей выявляет объективную оценку проблем в клиентоориентированном сервисе с целью оптимизации системы массового обслуживания торговых сетей в современных условиях

Abstract: The article is devoted to the basic approaches and methods of estimation of servicing quality level in trading network, allowing to generate the system of effective monitoring of satisfaction of buyer's needs in qualitative service. The technique "secret buyer" allows to estimate the quality of servicing in the shop. On the basis of this technique servicing activity of the personnel in contact zone is monitored and controlled. The sociological method of the research on the basis of buyers survey reveals objective estimation of the problems in client-oriented service in order to optimize the system of mass service of trading networks under modern conditions

Ключевые слова: качество обслуживания, проблемы управления, сервис

Keywords: servicing quality, management problem, service

Качество обслуживания клиентов – одно из самых важных условий конкурентоспособности организации в сфере услуг и продаж. Высокий уровень сервиса влечет за собой рост числа неизменных клиентов и создает благоприятный имидж организации, что приводит к такому результату, как рост объемов продаж [7]. Изучение категориального аппарата качества услуг актуальнее с ростом конкурентной борьбы. Определение качества создавалось под действием исторического развития общества, образования, техники и различного рода технологий. Это продиктовано тем, что любое производство имело собственные конкретные условия к качеству продукта, работ, услуг, т.е. «качество» относится к категории трудных и динамических понятий [6]. На данном этапе также есть огромное количество трактовок качества (рис. 1).



Рисунок 1 – Современные трактовки понятия «качество»

1-ая категория – качество как безусловная оценка. В данном значении качество – синоним преимущества. В соответствии с данным аспектом качество невозможно измерить – оно считается свойством продукта.

2-ая категория – качество как свойство продукции. Здесь качество выступает как образованное от некоего измеримого количественного параметра продукта. Чем выше параметр, тем выше качество. Но схожее определение очень узкое, потому что оно не отображает пользу продукции для покупателя.

3-я категория – качество как соотношение предназначению. Согласно этой трактовке, качество представляет собой способность продукции либо услуги осуществлять собственные функции.

4-ая категория – качество как соотношение стоимости. В данном случае качество ориентируется на соответствие полезности и стоимости продукта. С данной позиции качественным считается продукт, который по собственным полезным свойствам подходит продуктам конкурентов, хотя продается дешевле либо опережают по своим характеристикам подобные товары при одинаковой стоимости.

5-ая категория – качество как соотношение эталонам. В масштабах этого производственного аспекта качество ориентируется как соотношение техническим эталонам и условиям, которые включают целевые и допускаемые значения тех или иных характеристик продукции либо услуг.

6-ая категория – качество как уровень удовлетворения запросов покупателей. Определение категории «качество» при помощи этих понятий, как ожидания и запросы покупателей, считается обоснованным подходом [5].

К. Форнелл в собственной исследовательской работе выделил два вида качества продукции: воспринимаемое и действительное. Воспринимаемым считается степень, в какой продукт либо услуга соответствует желаниям и представлениям клиента, в то время как второе показывает настоящее качество продукта, отсутствие брака или соответствие каким-либо стандартам. У каждого из этих видов качества товара либо услуги есть собственная специфика. Действительное качество довольно просто можно оценить с помощью обнаружения степени соответствия стандарту, эталону либо заданным свойствам. Воспринимаемое качество часто тяжело оценить, так как оно считается самым субъективным для любого покупателя. Форнелл подчеркивает, что воспринимаемое качество является наиболее важным для покупателя и в основном оказывает влияние на его эмоциональную оценку [9]

До того как перейти к обсуждению понятия «качество услуг» и способов его измерения, рассмотрим понятия «услуги». В текущее время услуги – это один из более многообещающих и активно развивающихся секторов экономики. Обобщая характеристики услуги как социально-экономической и институциональной группы, можно дать ее следующее определение: услуга как экономическая группа выражает экономические и институциональные отношения в обществе по поводу удовлетворения потребностей потребителей (населения) в конкретном виде деятельности, помощи либо приносит им выгоду. Специфика услуги заключается в том, что она представляет собой симбиоз процесса и результата (рис. 2).

Эти признаки (свойства) услуги считаются теми выгодами, которые предоставляются покупателям, и отличительными чертами услуг от материальных товаров.

Предоставление услуги – это деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения исполнения услуги. Предоставление услуги делится на отдельные этапы: обеспечение необходимыми ресурсами, научно-технический процесс выполнения, контроль и оценка, процесс обслуживания. Услуги неотделимы от покупателей и исполнителей.



Рисунок 2 – Особенности услуги [5]

Жизненный цикл услуги состоит из нескольких этапов, которые заключаются в:

- 1) предоставлении информации по услугам, которые предлагаются потребителям;
- 2) принятии заказа на услугу;
- 3) исполнении услуги;
- 4) контроле за качеством исполнения услуги;
- 5) выдаче заказа потребителю [5].

Требования к услуге должны быть четко выраженными характеристиками, которые поддаются определению и оценке заказчиком. Процессы, обеспечивающие предоставление предложения, помимо

остального, нуждаются в выражении характеристиками, которые иногда имеют все шансы быть определены заказчиком, хотя непосредственно воздействуют на исполнение услуги. Характеристики должны владеть возможностью подвергаться оценке сервисной организацией на их приемлемость с помощью установленных стандартов.

Принимая во внимание выделенные особенности услуги и измерение ее качества, получаем следующее определение: «Качество предложения» – совокупность черт услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленным или дозволяемым потребностям клиента.

Качество обслуживания покупателей – это интегральный признак, охватывающий совокупность логистических характеристик [2]. Качество обслуживания может быть соединено с основополагающими аспектами (к примеру, квалификации сотрудника); ходом обслуживания (к примеру, быстрота обслуживания) и итогом обслуживания (удовлетворенность клиентов) [8].

Составляющими качества услуг числятся: высокофункциональное качество и техническое качество. Высокофункциональное качество – данное качество процесса предоставления услуг определяет, как скоро происходит точное взаимодействие с персоналом (качество обслуживания посетителей, комплексность обслуживания, этика и культура обслуживания посетителей и т.д.). Хорошее высокофункциональное качество может создать лучшее впечатление от услуги, которая не стопроцентно оправдывает надежды клиента. Хотя если же высокофункциональное качество плохое, то даже отменная услуга не может поправить возникшее чувство неудовлетворенности. Техническое качество (качество потенциала) состоит из критериев, относящихся к производственному состоянию фирм. В отношении услуг данное качество предусматривает выполнение услуги, качество комплексной подготовки, качество начальных материалов, ступень прогрессивности техники и т.д. Клиент сможет частично расценить техническое качество услуги до её приобретения.

Таким образом, понятие «качество услуги» считается всеохватывающим. В нем находит свое отражение вся совокупность хозяйственных процессов:

1. Качество отражает конкретные свойства услуги.
2. С позиций клиента качество отражает степень удовлетворения конкретных потребностей.
3. С позиций производственного процесса качество – выражение состояния техники и технологий, также степени соблюдения научно-технической дисциплины.
4. С позиций ценообразования качество – выражение издержек и цен.

Качество услуги – это не только особый аспект для клиента, это признак состояния техники и технологии производственного процесса, уровня организации производства, это коммуникация между производителем и возможным потребителем продукции (услуги).

Управление качеством представляет собой процесс, включающий выявление характера и объема потребностей в продукции, оценку практического значения ее качества, исследование, выбор и реализацию мероприятий по обеспечению запланированного значения качества продукции [3].

Удачное осуществление управления качеством на шаге предоставления услуги делает значимые возможности для: совершенствования исполнения услуги и удовлетворения требований посетителя; увеличения эффективности, производительности и минимизации издержек; расширения рынка [8].

Под воздействием конкуренции сформировалась система тотального управления качеством (total quality management, TQM). Данная концепция предусматривает реализацию скоординированного, комплексного и целенаправленного внедрения и введения систем и политики руководства качеством во всех сферах работы от стадии проектирования до шага послепродажного обслуживания при рациональном использовании технического потенциала и интенсивном участии сотрудников, служащих и управляющих всех подразделений и звеньев организации [10]. Процесс управления качеством можно выразить в виде следующей схемы, представленной на рисунке 3.

Единые черты в отношении качества услуг присущи большинству эффективно управляемых компаний [4]:

1. Чтобы оценить качество предоставляемого обслуживания, клиенты сталкиваются с огромными проблемами, нежели при определении качества продукции, имеющей материальную форму.
2. Восприятие клиентами качества обслуживания возникает в результате сопоставления отвлеченных предварительных ожиданий и практических идентификаторов уровня обслуживания, впоследствии предоставления услуг.
3. Оценка качества обслуживания почти во всем находится в зависимости не только лишь от окончательного результата, но и от содержания самого процесса оказания провайдером услуг тому или иному клиенту.
4. Удовлетворенные клиенты в будущем показывают привязанность и завышенную лояльность по отношению к продуценту деловых услуг.
5. На представление клиента о качестве услуг оказывает влияние поведение, квалификация, ответственность персонала [3].

Руководствуясь отличительными чертами сферы услуг, можно сформулировать главные принципы управления, которые должна соблюдать компания, осуществляющая свою деятельность в этой сфере либо с ней связанная: принцип управления восприятием услуги — «принцип восприятия»; принцип управления дополнением к главной услуге — «принцип добавления»; принцип соотношения итоговых результатов продавца и потребителя услуг — «принцип соотношения результатов»; принцип оптимизации пропорции между неравномерным спросом и предложением [5].



Рисунок 3 – Модель процесса менеджмента качества услуг

Существенной проблемой реализации маркетинговой деятельности в направлении обслуживания покупателей в торговой сети является коммуникационная политика, которая предполагает минимизацию затрат на рекламу и продвижение. Разработка концепции коммуникационной политики основывается на предпочтениях клиентов компании [6].

Оценка качества обслуживания клиентов в торговой сети была проведена на примере одного из магазинов ООО «Галант» в городе Орле. Компания на данный момент использует практически только одну методику - «тайный покупатель», на основе которой прослеживается и контролируется работа сотрудников [2].

По результатам проверки исполняющий роль тайного покупателя составляет отчет. Всего в нем содержится 44 вопроса; общая (максимальная) сумма баллов составляет 404. Исследования проводятся один раз в квартал, участие в них принимает, как правило, 6 «тайных покупателей». Кроме заполнения формы опросника, агенты «тайный покупатель» пишут свои отзывы с описанием процесса покупки и возврата, а также обосновывают свою оценку. По результатам обследования в течение 2017 г. был составлен анализ, который представлен в таблице 1.

Всего в 2017 г. было проведено 6 обследований магазина, по 2 обследования каждый квартал. В 1 квартале обследований не проводилось.

Интервалы суммы баллов для оценок:

0 – 59,96 – «плохо»;

60 – 79,9 – «хорошо»;

80 – 104 – «отлично».

По результатам годовой проверки сервис находится на уровне «хорошо». Положительные изменения начинаются в 3 кв., затем в 4 кв. наблюдается некоторое ухудшение.

Потенциальные точки роста – поведение сотрудников, а также сервис «на кассе».

Проблемными характеристиками сервисного обслуживания являются бизнес-операции «выявление потребностей» и «предложение дополнительного продукта». По этим операциям дана оценка «плохо».

Таблица 1 – Результаты обследования по методике «Тайный покупатель» за 2017 г.

Этап консультации	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Год
Итоговая оценка	-	52,9	78,9	69,7	67,2
Состояние магазина	-	100	87,5	100	95,8
Консультация /сотрудники / сервис	-	48,4	80,1	66,1	64,9
Встреча / сотрудники	-	66,7	100	77,8	81,5
Выявление потребностей / дополнительный продукт	-	28,6	75	50	51,2
Рекомендации / знание продукта	-	100	100	100	100
Примерочная	-	37	67,3	54,3	52,9
Поведение сотрудника	-	55	85	85	75
На кассе	-	52,2	60,9	67,4	60,1
Возврат покупки	-	60	100	80	80

В первую очередь следует отметить следующие моменты.

1. Сумма баллов имеет очень неравномерное распределение. Оценок очень мало, и всего 0,01 балла отделяет оценку «плохо» от «хорошо». Оценка «посредственно» отсутствует.

2. Такое малое число качественных оценок предполагает очень грубый подсчет и неточность, поскольку, хотя опросник и исключает проявление субъективности (составлен он очень подробно и хорошо), принцип присвоения категории оценки недостаточно гибок и не учитывает, как минимум, оценки «посредственно» и «очень плохо».

3. Очень малое количество таких обследований не дает возможности исключить фактора случайности и не может являться достаточным основанием для точности оценки, то есть обследование дает лишь приблизительный результат.

3. Обследование проводится только в разрезе обслуживания потребителей. Внимание уделяется как самому процессу, так и точке продаж, ее состоянию и удобству. Но основное внимание сосредоточено на работе сотрудников [4].

С одной стороны, это является логичным, поскольку именно персонал магазина ведет прямую коммуникацию с потребителем и именно он является основным провайдером продаж. Однако при этом не учитываются потребительские предпочтения, не анализируется динамика реализации ассортимента моделей, не выясняются потребительские предпочтения покупателей.

Также нами было проведено самостоятельное социологическое обследование качества обслуживания посетителей торговой сети «Галант» [1].

В данном опросе приняли участие 135 человек. Опрос проводился анонимно с целью минимизации неискренних ответов в форме письменного анкетирования по согласию респондентов на выходе из магазина (внутри помещения магазина). Следует оговорить момент несовпадения количества ответов на большинство вопросов. Это связано с тем, что на основное число вопросов респонденты могли выбрать до трех различных ответов.

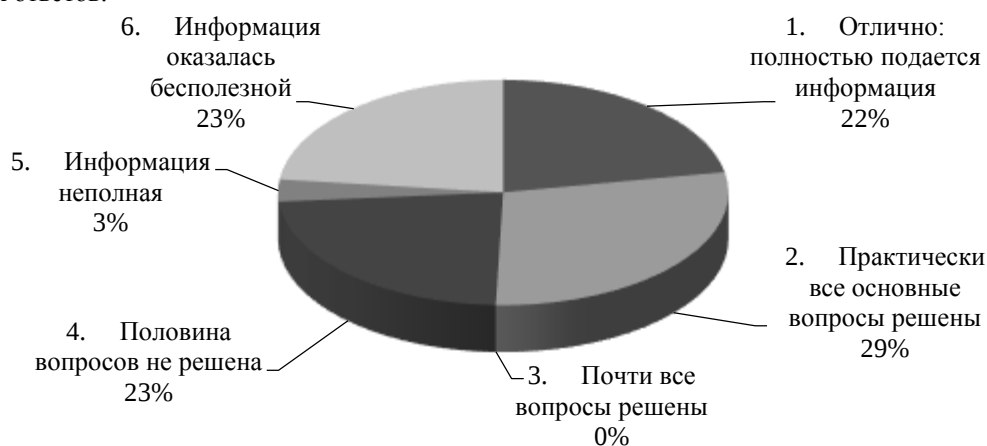


Рисунок 4 – Ответы на вопрос «Как Вы оцениваете помощь продавца и подачу информации о товаре?»

Ответ на вопрос «Как Вы оцениваете помощь продавца и подачу информации о товаре?» отражает практически равномерное разделение мнений респондентов, при этом на неполную информацию сетуют только 3% респондентов. Полезной и практически полезной ее считают 22 и 29% посетителей соответственно. Как почти бесполезной или полностью бесполезной – вторая половина.

Из данного результата можно сделать вывод, что в торговой сети «Галант» посетители обслуживаются тщательно, продавцы информируют их в силу своей компетентности, а восприятие информации зависит от субъективной реакции посетителя и компетентности продавца. Характер распределения ответов заставляет отметить существенный фактор субъективного восприятия.

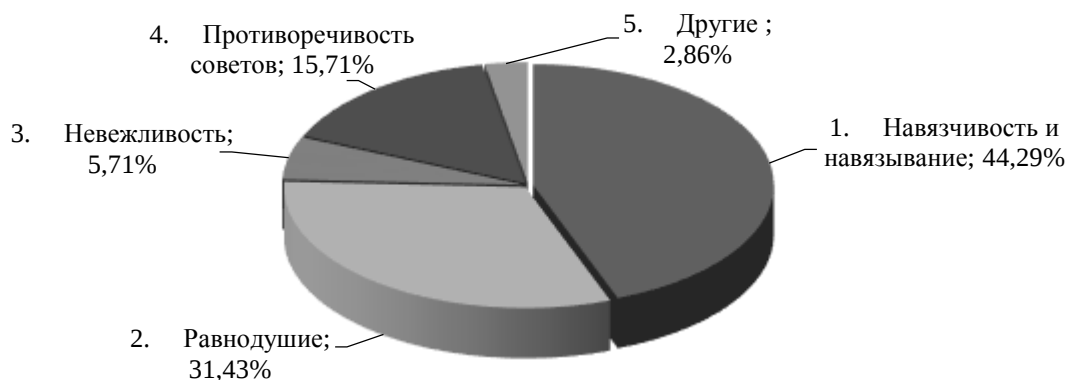


Рисунок 5 – Ответы на вопрос «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее острые проблемы, касающиеся Вашего обслуживания?»

Отвечая на вопрос «Каковы, на Ваш взгляд, наиболее острые проблемы, касающиеся Вашего обслуживания?», большинство покупателей отрицательно оценивают навязчивость. С другой стороны, значительная часть оценивает отрицательно равнодушие. Казалось бы, это две противоположные стороны в обслуживании, но в действительности они представляют собой единую проблему: стремление продавца «навязать» товар без существенного учета интересов покупателя. В магазине, где возможен возврат продукции, такой подход неприемлем и вызывает только формирование негативного имиджа и недовольства покупателей, в то время как требуемый финансовый результат все равно не достигается. Остальные характеристики, среди которых противоречивость советов, оцениваются гораздо реже.

В целом следует отметить достаточно распространенную в торговле проблему: в погоне за объемом продаж продавцы забывают о клиентоориентированности бизнеса магазина.

Таблица 2 – Ответы на вопрос «Как часто, по Вашему мнению, Вы сталкиваетесь с определенными проблемами обслуживания?»

Проблемы обслуживания	Очень часто	Скорее часто, чем редко	Скорее редко, чем часто	Очень редко
1. Навязчивость и навязывание	23	12	0	0
2. Равнодушие	2	22	10	1
3. Невежливость	2	14	17	2
4. Противоречивость советов	1	0	17	17
5. Навязчивость и навязывание	15	11	7	2
6. Другие	14	11	8	2

Результаты, полученные при исследовании вопроса «Как часто, по Вашему мнению, Вы сталкиваетесь с определенными аспектами обслуживания?», еще раз подтверждают проблему некорректного формирования объема продаж за счет имиджа магазина.

Большинство респондентов полагает, что магазин «Галант» является привлекательным магазином с необходимым ассортиментом, чтобы даже составить себе гардероб на сезон. Основная потребительская аудитория состоит из женщин (76% от общего числа опрошенных) различного социального статуса и различных профессий.

Итак, проанализировав систему обслуживания в торговой сети, а также методику контроля качества обслуживания в магазине и проведя самостоятельный опрос, авторы приходят к выводу о высоком качестве торгового обслуживания. Это подтверждается высоким конкурентным положением предприятия на рынке, наличием возможности возврата продукции в течение дня после покупки, возможностью получения в магазине всесторонней консультации продавца, а также тем, что руководство данной торговой сети строго следит за качеством продаваемого товара.

С другой стороны, обслуживание покупателей иногда носит форсированный характер, что вызывает недовольство посетителей. Так, когда посетителей достаточно много, а продавец слишком долго занят с одним из них, другие в это время не могут получить консультацию. При этом продавец слишком навязчиво рекомендует тот или иной товар.

Таким образом, высокие конкурентные преимущества торговой сети должны укрепляться эффективным обслуживанием покупателей в контактной зоне. На данный момент в этой области имеются недочеты, усугубляющиеся случаями возврата «навязанного» товара, с одной стороны, и нареканиями некоторых покупателей, которым не уделили должного внимания, – с другой. Исправление данных недостатков положительно скажется как на выручке торгового предприятия, так и на его имидже.

Список литературы

1. Дудина Е.В. Влияние цифровых технологий на развитие сферы обслуживания // Вестник кафедры статистики Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. Статистические исследования социально-экономического развития России и перспективы устойчивого роста: материалы и доклады / Под общ. ред. Н.А. Садовниковой. – М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. – С. 83-88.
2. Игнатьева А.А., Мингазина Е.Р. Анализ подходов к оценке качества услуг предприятий розничной торговли // Альманах современной науки и образования. – 2014. – № 12(90). – С. 46-49.
3. Латыпова Л.В. Современные методы оценки системы менеджмента качества // Экономика и предпринимательство. – 2015. – №6 (ч.3) – С. 845.
4. Локтев Э.М., Саркисян Л.Г. Качество торгового обслуживания и лояльность потребителей в супермаркетах // Торгово-экономический журнал. – 2016. – Том 3. – № 4. – С. 299-307.
5. Макаров В.В., Смирнова В.В. Эволюция оценки качества услуг // Экономика и управление. – 2016. – №11.
6. Петрухина Е.В., Колосенцева Ю.Н. Методы оценки качества обслуживания потребителей предприятия сервиса недвижимости // Качество в производственных и социально-экономических системах: сборник научных трудов 6-й Международной научно-практической конференции (20 апреля 2018 г.) / Ред. Павлов Е.В.; Юго-Зап. гос. ун-т. В 2-х томах. Том 2. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2018. – С. 153-158.
7. Рудковская Е.Е., Симонова А.Д. Методы оценки качества обслуживания клиента. Модель SERVQUAL // Экономика и социум. – 2016. – №6(25).
8. Тимиргалеева Р.Р. Исследование проблем управления качеством на предприятиях туристско-рекреационной сферы // Таврический научный обозреватель. – 2016. – №12(17). – С. 1-4.

9. Fornell C., Johnson M.D., Anderson E.W., Cha J.S., Bryant B.E. The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings // *Journal of Marketing*. – 1996. – Vol. 60, Issue 4. – P. 7-18.

10. Grönroos C., Ojasalo K. Service productivity. Towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services // *Journal of Business Research*. – 2004. – Vol. 57, Issue 4. – P. 414-423.

УДК 338.46:61

Руденко М.Н., Рожков Д.В.

**ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОКАЗАНИЯ МЕДИЦИНСКОЙ УСЛУГИ В СИСТЕМЕ
НАЦИОНАЛЬНОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Rudenko M.N., Rozhkov D.V.

**LEGAL BASES OF MEDICAL SERVICE RENDERING IN THE SYSTEM OF NATIONAL
PUBLIC HEALTH CARE**

Руденко Марина Николаевна, доктор экономических наук, профессор; зав. кафедрой предпринимательства и экономической безопасности; ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15; e-mail: m.ru.ko@mail.ru

Rudenko Marina Nikolaevna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation; e-mail: m.ru.ko@mail.ru

Рожков Дмитрий Викторович, аспирант; ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15; e-mail: x111rr@bk.ru

Rozhkov Dmitry Viktorovich, Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation; e-mail: x111rr@bk.ru

Аннотация: В статье рассматриваются понятия «медицинская помощь» и «медицинская услуга» и их реализация в деятельности учреждений здравоохранения с правовой точки зрения. Показано, что неурегулированность правовых вопросов оказания медицинских услуг может таить в себе угрозу для здоровья населения государства и опасность правового вакуума для поставщиков медицинских услуг всех форм собственности

Abstract: The article discusses the concepts of medical care and medical services and their implementation in the activities of health care institutions from the legal point of view. It is shown that the lack of regulation of legal issues in the rendering medical services may pose a threat to public health and the danger of legal vacuum for health care providers of all forms of ownership

Ключевые слова: медицинская помощь, государственное регулирование, здоровье населения

Keywords: medical care, medical service, government regulation, public health

В современной российской экономике, которая отражает тенденции постиндустриального мира, баланс между производством и сферой услуг все отчетливее трансформируется в пользу последних. Не случайно проблемы развития сферы услуг привлекают внимание представителей различных направлений общественных наук: историков, экономистов, социологов, философов, юристов. Прежде всего, следует выяснить экономическое и юридическое значение услуги. Чтобы выяснить экономическое значение услуг, надо определить их функцию в обществе как формы общественных отношений. Под экономической сущностью услуги принято понимать продукт полезной деятельности, направленной на удовлетворение определенных потребностей человека и общества.

В современном хозяйственном обороте роль услуги как вида хозяйственной деятельности существенно возрастает, что нашло отражение в целом ряде нормативно-правовых актов. Однако проблемным вопросом государственного регулирования отношений с участием потребителей является регламентация обязательств по предоставлению услуг, в том числе и медицинских.

Статья 41 Конституции Российской Федерации констатирует, что «... каждый имеет право на охрану здоровья и медицинскую помощь» [1]. Медицинская помощь в государственных и муниципальных учреждениях здравоохранения оказывается гражданам бесплатно за счет средств соответствующего бюджета, страховых взносов, других поступлений.

В Российской Федерации финансируются федеральные программы охраны и укрепления здоровья населения, принимаются меры по развитию государственной, муниципальной, частной систем здравоохранения, поощряется деятельность, способствующая укреплению здоровья человека, развитию физической культуры и спорта, экологическому и санитарно-эпидемиологическому благополучию.

Соккрытие должностными лицами фактов и обстоятельств, создающих угрозу для жизни и здоровья людей, влечет за собой ответственность в соответствии с федеральным законом.

Противоречия обусловлены несколькими причинами, прежде всего, сущностью четкого определения понятия услуги. Услуга не имеет результата и неизвестно, является ли она действием (деятельностью) или нет. В Ст. 779 Гражданского Кодекса Российской Федерации сформулировано определение услуги и сфера ее применения. Услуга – это совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности [2].

Лечебно-профилактические учреждения оказывают медицинские услуги в стационарной, диспансерной и амбулаторной формах. Стационарная и диспансерная формы предусматривают размещение пациентов в лечебном учреждении или в его структурном подразделении для предоставления лечебно-профилактических услуг, поэтому учреждению необходимо обеспечивать больных граждан продуктами питания, а также непродовольственными товарами и услугами мест размещения. Следовательно, предоставление медицинских услуг сопровождается совершением отдельных действий, а точнее, осуществлением медицинской деятельности.

А.П. Сергеев и Ю.К. Толстой подчеркивают, что, поскольку спектр предоставляемых услуг постоянно расширяется, свести их в исчерпывающий перечень невозможно. Исследователи выделяют особенности нематериальных услуг: во-первых, деятельность услугодателя не воплощается в имущественном результате; во-вторых, услугодатель не гарантирует достижения ожидаемого положительного результата. Кроме того, при бесплатном предоставлении услуг услугодатель и услугополучатель не связаны между собой гражданско-правовыми обязательствами [3, с. 542-543].

Медицинские услуги принципиально отличаются от других видов услуг, поскольку оказывают влияние на наиболее ценные нематериальные блага – жизнь и здоровье человека.

Ст. 2 ФЗ № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. содержит основные понятия, а именно:

- медицинская помощь – комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг;
- медицинская услуга – медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

П. 2 Ст. 19. ФЗ № 323-ФЗ «Право на медицинскую помощь» гласит, что каждый имеет право на медицинскую помощь в гарантированном объеме, оказываемую без взимания платы в соответствии с программой государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи, а также на получение платных медицинских услуг и иных услуг, в том числе в соответствии с договором добровольного медицинского страхования [4].

Медицинскую помощь оказывают по медицинским показаниям и профессионально подготовленные медицинские работники, которые находятся в трудовых отношениях с учреждениями здравоохранения и обеспечивают предоставление медицинской помощи в соответствии с полученной на основании закона лицензией, и физические лица – предприниматели, зарегистрированные и получившие соответствующую лицензию в предусмотренном законом порядке, которые имеют право находиться с этими заведениями в гражданско-правовых отношениях.

Медицинская помощь по видам делится на экстренную, первичную, вторичную (специализированную), третичную (высокоспециализированную), паллиативную, медицинскую реабилитацию. Из-за ценовой неопределенности некоторых услуг в сфере здравоохранения сегодня невозможно наладить эффективные хозяйственные отношения.

По мнению авторов, понятие «медицинская помощь», тесно связанное с медицинской услугой, включает в себя не только диагностические и лечебные мероприятия, определенные в зависимости от медицинских показаний на основании клинических протоколов и стандартов, но и размещение пациентов в лечебном учреждении или в его структурном подразделении для предоставления лечебно-профилактических услуг с последующим обеспечением пациентов всем необходимым.

Контролировать медицинские услуги крайне необходимо. Неурегулированность этого вопроса может таить в себе угрозу для государства, поэтому почти все страны регулируют сферу услуг с помощью различных экономических и правовых форм и методов воздействия на хозяйственные процессы в охране здоровья.

Российский правовед Д.М. Степанов относит медицинские услуги к «чистым услугам» (в результате предоставления которых отсутствует имущественный фактор), одновременно он относит к услугам и небольшие ремонтные работы, связанные с незначительным материальным результатом, подчеркивая, что недостижение эффекта по этому виду услуг не влияет на выполнение договорных обязательств [5, с. 19–22]. С этим мнением нельзя согласиться, поскольку это полностью освобождает медицинского работника от ответственности за некачественно оказываемую работу.

Следовательно, разграничение понятий «услуги» и «работы» является определяющим в правовой регламентации медицинских услуг. Это подтверждает Ю.Н. Андреев, он поднял вопрос о возможности отнесения к медицинским стоматологическим услугам изготовление зубных протезов, напомнив, что Конституционный Суд РФ придерживается позиции, согласно которой изготовление зубных протезов определяется договорами платного предоставления услуг [6, с. 86].

В Великобритании также в свое время предлагали включить в пакет базовых медицинских услуг стоматологическую помощь [7, с. 97], которая, как известно, включает и работу по изготовлению зубных протезов.

Российские правоведы М.И. Брагинский и В.В. Витрянский считают, что имущественные результаты медицинских услуг по установке сердечного стимулятора или зубного протеза в договорных отношениях должны быть разграничены [8, с. 222]. Но, как правило, результат медицинской услуги не приобретает имущественной формы, он неотделим от самой услуги и поглощается в процессе ее предоставления. Д.М. Степанов отмечает, что услуга как объект обязательственного права всегда ограничена, отделена операцией, а заказчик услуги «покупает» только те действия в операции, которые принято считать именно услугой, другие же действия, которые фактически входят в операцию в форме услуги, образуют подготовительную и последующую деятельность, связанную с услугой, он не «покупает» [9, с. 10].

Следует указать такие особенности медицинской услуги, как:

- деятельность (действия) медицинского характера услугодателя, которая, как правило, направлена на особое благо физического лица - здоровье;
- ожидаемый полезный результат не может быть полностью гарантирован услугодателем;
- медицинская услуга не может быть полностью стандартизирована, так как характер самих действий субъекта по предоставлению медицинской услуги может существенно отличаться в зависимости от влияния различных факторов, предсказать которые нельзя;
- к медицинской услуге и услугодателю со стороны государства предъявляются повышенные требования, поскольку медицинское вмешательство всегда связано с риском причинения вреда здоровью или жизни человека.

«Кроме того, - обращает внимание И. Крусс, - цели медицинских услуг могут быть разными и лишь косвенно направленными на обеспечение здоровья» [10, с. 17–22.]. Целесообразность отдельных видов медицинских услуг, которые могут представлять угрозу здоровью, является проблемой национальной безопасности, решать которую государство должно, отделяя результат медицинской услуги от ее возможных последствий.

Исходя из того, что результатами медицинского обслуживания может быть как наступление полного или частичного положительного для здоровья эффекта, согласно условиям договора или желаниям пациента, так и наступление полного или частичного отрицательного для здоровья эффекта, вопреки условиям договора или желаниям пациента, необходимо четкое нормативно-правовое регулирование отношений между пациентом-потребителем медицинских услуг и медицинским учреждением в лице медицинского персонала - поставщика этих услуг.

И хотя сегодня широко применяются «профессиональные стандарты», регламентирующие профессиональную деятельность врача, это не исключает возможности некачественного оказания медицинской услуги. И только в условиях наличия развитого правового поля в этой области можно соблюсти права потребителей медицинских услуг в полном объеме. Пока что можно констатировать несостоятельность российского законодательства в области медицинских услуг.

Список литературы

1. Конституция РФ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.constitution.ru/> (дата обращения 10.10.2018).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения 10.10.2018).
3. Гражданское право / под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М., 2001. – 736 с.
4. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: федеральный закон № 323-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/ (дата обращения 10.10.2018).
5. Степанов Д.И. Услуги как объект гражданских прав // Российская юстиция. – 2000. – № 2. – С. 19–22.
6. Андреев Ю.Н. Платные медицинские услуги: правовое регулирование и судебная практика. – М., 2007. – 400 с.
7. Полякова Д. Как производители и правительства договариваются о ценах на лекарства / Д. Полякова, Л. Бугайченко // Еженедельник аптека. – 2006. – № 49 (570). – С. 97.
8. Брагинский М.И. Договорное право. кн. 3. Договоры о выполнении работ и оказания услуг / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. – М., 2002. – 1038 с.
9. Степанов Д.М. Обязательство по оказанию услуг и его объект // Хозяйство и право. – 2004. – № 5. – С. 10.
10. Крусс И. Основные подходы к правовому регулированию оказания медицинских услуг в гражданском праве зарубежных стран // Медицинское право. – 2012. – № 9 (1). – С. 17–22.

УДК 658.1(470.6)

Срибный В.И., Челпанов А.В.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Sribny V.I., Chelpanov A.V.

THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF STRATEGIC IMPORTANCE
OF THE CRIMEA REPUBLIC

Срибный Владимир Иванович, кандидат экономических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, проспект академика Вернадского, д. 4; e-mail: svi81@mail.ru

Sribny Vladimir Ivanovich, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation; e-mail: svi81@mail.ru

Челпанов Алексей Владимирович, аспирант, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, проспект академика Вернадского, д. 4; e-mail: svi81@mail.ru

Chelpanov Alexey Vladimirovich, PhD student; V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation; e-mail: svi81@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены основные приоритетные отрасли хозяйствования Республики Крым. Обосновано, что одним из приоритетных направлений развития экономики региона является индустрия туризма. Исследована сущность и состояние развития туризма в Республике Крым, даны авторские рекомендации относительно развития туристской отрасли в регионе

Abstract: The basic priority management branches of the Crimea Republic are considered in the article. It is proved, that tourism industries are one of priority development directions of the region economy. The essence and state of tourism development in the Crimea Republic are investigated. The author's recommendations concerning development of tourist branch in the region are presented

Ключевые слова: приоритетное направление, стратегическая отрасль, индустрия туризма

Keywords: priority direction, strategic branch, tourism industry

Экономическую безопасность и основу для стабильного функционирования любой страны обеспечивает комплекс эффективно действующих отраслей национального хозяйства, отвечающих потребностям общества, экономики и соответствующих естественным предпосылкам их функционирования. Для Республики Крым индустрия туризма является одной из определяющих для региональной экономики. Именно поэтому проблемы исследования состояния этого сектора народного хозяйства и тенденций его развития являются вопросами первоочередного значения [5].

В Законе Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» [11] отмечается, что отраслями специализации региона выступают санаторно-курортное лечение, туризм, сельское хозяйство, пищевая промышленность и виноградарство и виноделие. Вместе с тем, детерминантами будущего инновационного развития выделяются судостроение, агропромышленный, химический, медико-биологический и туристический комплексы, отрасли креативной индустрии, а также ИТ-кластер. Таким образом, можно отметить наличие отраслей специализации региона, наиболее полно отражающих их существующие природные предпосылки, уникальные условия, отличающие экономику Республики Крым [6, 7]. В то же время в регионе успешно функционируют традиционные отрасли хозяйствования, имеющие развитие во множестве других регионов и не требующие особых уникальных условий.

Согласно исследованиям Всемирной туристской организации, международные туристские поступления в 2016 году отмечали рост в течение семи лет подряд, достигнув 1,2 миллиарда, такая последовательность непрерывного роста не была зарегистрирована с 1960-х годов [3]. Туризм является одной из основных категорий международной торговли услугами. В дополнение к поступлениям, полученным в туристских дестинациях, международный туризм в 2015 году также увеличил экспорт в 211 млрд долл. США через международные услуги пассажирского транспорта, предоставленные нерезидентам в 2015 году, в результате чего общая стоимость экспорта туризма увеличилась до 1,5 трлн долл. США, или 4 млрд долл. США в день в среднем. Международный туризм в 2015 году составлял 7% мирового экспорта товаров и услуг по сравнению с 6% в 2014 году, поскольку туризм за последние четыре года вырос быстрее мировой торговли. В качестве мировой экспортной категории туризм занимает третье место после горючего и химикатов и опережает продукты питания и автомобильную продукцию. Во многих развивающихся странах туризм является первым экспортным сектором [4].

Положительная черта индустрии туризма - ее высокая социальная значимость, поскольку отрасль является одной из наиболее трудоемких и обеспечивает создание рабочих мест не только в туристической

отрасли, но и в смежных отраслях. Создание рабочих мест в гостиницах и ресторанах в развитых странах росло темпами, вдвое превышающими объем всей экономики в период с 2009 по 2013 годы. В 2015 году туризм напрямую произвел 2,5 миллиона новых рабочих мест на глобальном уровне, достигнув в общей сложности 108 миллионов прямых рабочих мест (3,6 процента от общего объема глобальной занятости и 3% от общего ВВП) [2].

В целом туристская отрасль является приоритетной не только для Республики Крым, но и для Российской Федерации в целом. По данным Всемирной туристской организации, суммарный вклад индустрии туризма в экономику Российской Федерации существенный: вклад туризма в ВВП России составляет 5,7%, а общее число трудоустроенных в индустрии составляет 5,2% от общего числа занятых [1].

Индустрия туризма Республики Крым в течение длительного времени демонстрирует неустойчивость динамики, наличие негативных показателей, структурные деформации. Вместе с тем, учитывая динамичность изменений, торможение в направлениях перестройки и систематичность процессов появления новых трудностей в туристической отрасли, остаются актуальными вопросы изучения состояния и векторов развития, а также органического функционирования индустрии туризма в финансово-экономическом механизме Крыма [10].

Поскольку развитие индустрии туризма государства обеспечивается развитием каждой отдельной его территории, представляется необходимым исследование состояния туристской отрасли в Республике Крым и ее вклад в индустрию туризма государства. Для успешной реализации туристского потенциала Крыма необходимо проведение комплексного исследования туристических возможностей территории как туристской дестинации, оценка емкости туристического рынка, эффективности его функционирования и результативности деятельности [9]. Рассмотрим более подробно особенности функционирования индустрии туризма в Республике Крым, поскольку она отражает специфику региона и наделяет его уникальными конкурентными преимуществами.

В Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года важнейшей целью развития региона определено стимулирование развития туристского и санаторно-курортного комплексов, которые характеризуются конкурентоспособностью, востребованностью, разнообразием оказываемых услуг и высоким значением для обеспечения устойчивого развития региона по причине несоответствия отдельных его показателей условиям и результатам, характеризующим состояние туристской сферы (табл. 1) [11].

Таблица 1 – Показатели деятельности индустрии туризма Республики Крым в 2014 – 2015 гг.

Показатель	2014 год	2015 год
Число гостиниц и аналогичных средств размещения, единиц	194	172
Число специализированных средств размещения, единиц	198	187
Численность размещенных лиц, человек	489465	911515
Численность размещенных лиц по путевкам, человек	223948	462723
Численность лиц, получивших курортное лечение, человек	13366	28866
Коэффициент использования наличных мест	0,16	0,26
Доходы от предоставляемых услуг, тыс. рублей	6012191,0	17019576,2
Число круглогодичных коек, единиц	20953	30444
Жилая площадь номеров в расчете на 1 номер, кв.м	21	22
Число мест (коек) в расчете на 1 КСР, единиц	342	339
Количество туристских фирм, единиц	71	48
Численность туристов, обслуженных туристскими фирмами, человек	31213	32964
Средства, поступившие от реализации туристского продукта, тыс. рублей	454835,0	604935,5

Источник: составлено авторами по материалам [12]

В течение анализируемого периода в Республике Крым значительно сократилось число гостиниц и аналогичных средств размещения со 194 до 172, т.е. на 11,3%, а также специализированных средств размещения со 198 до 187, т.е. на 5,6%. Несмотря на это, в течение исследуемого периода значительно увеличилась численность размещенных лиц (на 422050 чел., или на 86,2%), в том числе возросла доля организованных туристов: численность размещенных лиц по путевкам - на 238775 чел., или 106,6%, доля в общем числе размещенных лиц - с 45,8% в 2014 году до 50,8% в 2016 году, что свидетельствует об увеличении спроса на туристский продукт Республики Крым, формировании устойчивого положительного имиджа анализируемого туристского региона, повышении качества предоставляемых услуг. Также необходимо отметить преобладание количества специализированных средств размещения над числом гостиниц и аналогичных средств размещения, что свидетельствует о наличии курортно-рекреационной специализации туризма в регионе [13].

Коэффициент использования наличных мест показал рост на 0,1%, что связано как с сокращением количества средств размещения, так и с общим увеличением числа размещенных лиц и повышением

спроса на услуги средств размещения. Все это стало причиной увеличения доходов от предоставляемых услуг средств размещения на 11007385,0 тыс. рублей, или 183,1%, в том числе за счет увеличения числа круглогодичных коек на 45,3%, т.е. за счет увеличения предложения продукта туристскими организациями (предприятиями) региона. Положительной тенденцией является также увеличение жилой площади номеров в расчете на 1 номер на 1 кв. м, или 4,0%, что свидетельствует о повышении качества предоставляемых услуг средствами размещения. Число мест (коек) в расчете на 1 КСР уменьшилось на 0,9%, что стало последствием сокращения количества КСР и ростом числа размещенных лиц.

Сокращение также наблюдалось в количестве туристских фирм (на 23 ед., или 32,4%), что на фоне положительных изменений других показателей свидетельствует о повышении уровня качества оказываемых услуг функционирующими организациями и повышении требований к условиям осуществления их деятельности и подтверждает увеличение численности туристов, обслуженных туристскими фирмами, на 5,6% и объемов средств, поступивших от реализации туристского продукта, на 33,0%.

Проведенное исследование свидетельствует о происходящих в настоящее время в регионе стремительных изменениях, которым подвержен, прежде всего, туристический комплекс. Состояние рынка туристических услуг определяется социально-экономическими и политическими процессами, происходящими в Республике Крым и отражающими ход реформирования общественной жизни и реализации планов и стратегий развития региона. Учитывая это, необходимо дальнейшее развитие эффективного механизма государственного регулирования туризма [8].

Итак, для того чтобы туристическая индустрия в Республике Крым заняла ведущее место в экономическом росте, необходимо, наряду с реализацией уже принятых мероприятий, решить следующие первоочередные задачи:

1. Создать службу учета и охраны туристических ресурсов (использование карт Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) каждого района Крыма в целях балльной оценки текущего состояния туристских объектов, определения уровня спроса на них, выявления первоочередности их освоения и реконструкции, разработки системы мероприятий по охране природных ресурсов и восстановления памятников культуры, а также расчета максимально допустимой туристической нагрузки на каждый объект.

2. Скоординировать работу туристических организаций с транспортными агентствами, культурными учреждениями; обосновать порядок, по которому предприятия индустрии туризма должны отчислять часть прибыли в местные бюджеты на формирование инфраструктуры и благоустройства района. Используя данные пункта 1, с помощью транспортной инфраструктуры и системы маркетинга рационально распределять и перераспределять нагрузку на туристические объекты.

Список литературы

1. *The authority on world travel & tourism. Economic impact 2016 Russian Federation.* – London: World travel & tourism council, 2016. – 24 p.
2. *Tourism at a glance. Fact sheet provides information and data on the tourism sector* [Электронный ресурс]: Sectoral policies department. International Labour Organization (ILO). – URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_dialogue/sector/documents/publication/wcms_544196.pdf
3. *UNWTO Annual Report 2016 / Published by the World Tourism Organization (UNWTO).* – Madrid, Spain, 2017. – 77 p.
4. *UNWTO Tourism Highlights / World Tourism Organization.* – Madrid, Spain, 2016. – 16 p.
5. Анисимова А.Н., Базиков А.А., Лыгина Н.И., Павленко И.Г., Рудакова О.В. *Россия на мировых рынках факторов производства: монография.* – Орел, 2013.
6. Голубева В.В., Пилявский В.П., Рицци В.В. *Инновационные технологии в туристической индустрии: монография.* – Санкт-Петербург, 2012.
7. *Инновационные технологии в управлении персоналом / Лытнева Н.А., Полянин А.В., Варламов Н.В., Парушина Н.В., Гончарова М.А., Горбова И.Н., Караева Е.Н., Селивоненко О.Г., Шипунов А.С.; Под общей редакцией Н.А. Лытневой.* – Орёл, 2017.
8. Косолапов А.Б., Лозовская С.А., Руденко Л.Л., Юванен Е.И. *Развитие альтернативной формы бизнеса по системе "Bed & breakfast & excursion" в туризме Приморского края // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета.* – 2005. – № 3 (35). – С. 16-25.
9. Османова Э.У. *Статистический анализ показателей деятельности туристической дестинации Республики Крым // Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях: материалы III Международной научно-практической конференции (г. Саратов, 5-7 декабря 2016).* – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», 2017. – С. 138 - 141.
10. Симченко Н.А., Цёхла С.Ю. *Институциональные условия формирования точек экономического роста в регионе // Дружковский вестник.* – 2017. – № 3 (17). – С. 145-153.
11. *Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года.* [Электронный ресурс]. – URL: <http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-shortvers.pdf>.
12. *Туризм Республики Крым за 2015 год: бюллетень.* – Симферополь: Крымстат, 2016. – 112 с.
13. Цёхла С.Ю., Мурава-Середа А.В., Павленко И.Г. *Экономический рост в низкотехнологичных и среднетехнологичных отраслях трансграничного региона «Черное море»: закономерности и проблемы // Среднерусский вестник общественных наук.* – 2015. – Т. 10. – № 6. – С. 265-271.

УДК 330.322

Трoнина И.А., Кононова Е.Е., Магомeдалиева О.В., Мусатова И.В.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ: ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Tronina I.A., Kononova E.E., Magomedalieva O.V., Musatova I.V.

FEATURES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE RUSSIAN ENTERPRISES IN THE SPHERE OF WASTE PROCESSING: ECOLOGICAL-ECONOMIC ASPECT

Трoнина Ирина Алексеевна, доктор экономических наук, доцент; зав. кафедрой менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С.Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: irina-tronina@yandex.ru

Tronina Irina Alekseevna, Doctor of Economic Sciences, Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: irina-tronina@yandex.ru

Кононова Елена Евгеньевна кандидат экономических наук, доцент; кафедра менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С.Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: len.kononowa@yandex.ru

Kononova Elena Evgenjevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: len.kononowa@yandex.ru

Магомeдалиева Ольга Вячеславовна кандидат экономических наук, доцент; кафедра менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С.Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: olga-magomedalieva@yandex.ru

Magomedalieva Olga Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: olga-magomedalieva@yandex.ru

Мусатова Ирина Владимировна кандидат экономических наук, доцент; кафедра менеджмента и государственного управления, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С.Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 9; e-mail: irina-musatova@yandex.ru

Musatova Irina Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: irina-musatova@yandex.ru

Аннотация: В статье отражены проблемы утилизации и обращения с отходами в России, представлены особенности управления инновационным развитием отечественных предприятий в области мусоропереработки. Рассматривается эколого-экономический аспект управления отходами, акцентированно внимание на направлениях совершенствования системы обращения и утилизации отходов. Авторами делается вывод о необходимости формирования эффективной системы управления инновационным развитием российских предприятий в сфере переработки отходов с учетом эколого-экономического аспекта

Abstract: The problems of recycling and wastes in Russia are reflected in the article. Features of innovative development management of domestic enterprises in the sphere of rubbish processing are presented. Ecological-economic aspect of waste management is considered with special attention to perfection of the system of waste handling and recycling. The authors conclude that it is necessary to form effective control system of innovative development of Russian enterprises in the sphere of waste processing taking into account ecological-economic aspect

Ключевые слова: инновационное развитие, мусороперерабатывающая отрасль, управление отходами, эколого-экономический аспект

Keywords: innovative development, rubbish processing branch, waste management, ecological-economic aspect

В современных условиях развития России возрастает значение организационных и управленческих аспектов, призванных обеспечить эффективное комплексное осуществление инновационной и инвестиционной деятельности предприятий при внедрении экоиноваций. Этот факт обуславливается общим положением дел в сфере управления отходами, а также тем, что динамика инновационного развития отечественных предприятий во многом зависит от реализации эффективных форм взаимодействия бизнеса и государства, выступающих субъектами процесса инновационного развития [5].

Кроме того, следует отметить, что инновации – это не только использование высоких технологий в сфере переработки отходов, но и инновации в сфере управленческих решений при реализации проектов инновационного развития деятельности в сфере обращения с коммунальными отходами. Можно даже говорить о необходимости реорганизации системы управления предприятием на основе новых управленческих технологий.

Одной из главных проблем в инновационном развитии деятельности предприятий в сфере обращения с коммунальными отходами является проблема прогнозирования и организации этой деятельности, то есть проблема эффективного управления проектами инновационного развития. Упомянутая выше проблема неиспользования в России потенциала сферы обращения с коммунальными отходами говорит о

необходимости создания проектов инновационного развития предприятий в сфере переработки отходов.

При этом, как отмечено авторами, в России емкость инвестиционного рынка ограничена. Финансовые структуры пока неохотно идут на масштабное кредитование инвестиционных проектов в промышленности. Кроме того, получение кредитов отечественных инвесторов зависит большей частью от уровня неформальных отношений и доверия между владельцами или топ-менеджментом сотрудничающих компаний [1,2].

Для дальнейшего анализа проблем, связанных с особенностями управления проектами инновационного развития предприятий в сфере переработки отходов, необходимо выявить и конкретизировать отдельные проблемы, затрагивающие все институциональные сферы.

Анализ современных проблем, представленных в посвященных данному вопросу отечественных и зарубежных специальных источниках, позволяет прийти к выводу, что их количество достаточно велико и разнообразно. Главными проблемами управления проектами инновационного развития предприятий в сфере переработки отходов являются: финансовые, структурные, системные, корпоративные, информационные, строительные, маркетинговые, стратегические (рис. 1) [3].

Финансовые трудности вызываются тем, что главным источником компенсации затрат на вывоз и размещение бытовых отходов являются платежи населения, данные тарифы очень занижены и не способны покрыть затраты на безопасное захоронение отходов.

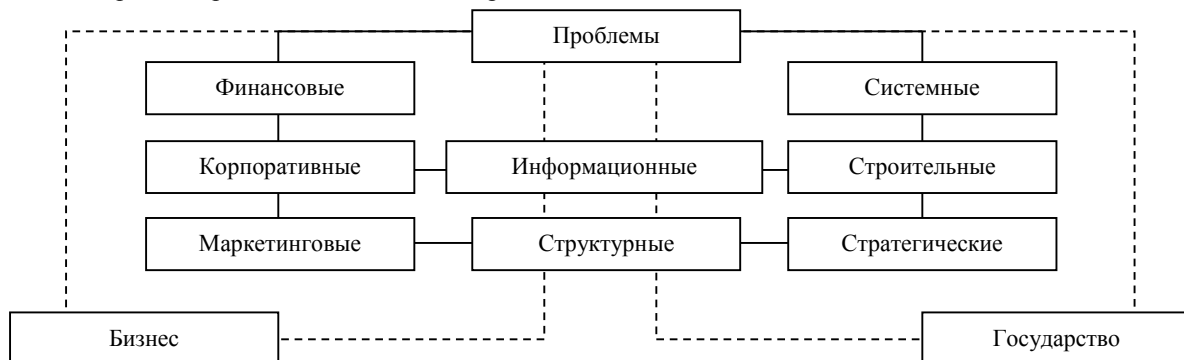


Рисунок 1 – Проблемы управления проектами инновационного развития предприятий в сфере обращения с отходами

В настоящее время в России тариф за обращение с бытовыми отходами не дифференцирован, то есть он не меняется в зависимости от того, собираются ли отходы отдельно или нет.

Структурная проблема характеризуется тем, что в нашей стране в основном утилизацией и переработкой мусора занимаются коммунальные организации, хотя этим должны заниматься специализированные предприятия. Для сравнения: в европейских странах Агентства по охране окружающей среды берут на себя ответственность за всю деятельность по управлению в данной области.

Системная проблема связана с тем, что в нашей стране управление в области обращения с бытовыми отходами осуществляют различные министерства, не связанные друг с другом, при этом каждое из них перекладывает ответственность на других.

Информационная проблема заключается в том, что население нашей страны никто не информирует о проблеме утилизации и переработке отходов. На сегодняшний день мало кто знает о том, насколько эффективна система раздельного сбора мусора. Немаловажно для создания эффективной системы управления отходами проработать методику сбора данных об источниках и количестве отходов, который должен выглядеть следующим образом (рис. 2).

Корпоративная проблема характеризуется тем, что государство не может делегировать свои полномочия по организации обращения с отходами частным компаниям. Именно частные фирмы могут создать более эффективную систему переработки и утилизации коммунальных отходов, как показывает европейский опыт, а также построить свой завод по переработке мусора [8].

Строительная проблема связана с тем, что во многих домах предусмотрен мусоропровод, который исключает возможность раздельного сбора мусора. Стоит заварить существующие мусоропроводы и проектировать новые дома без них.

Маркетинговая проблема связана с ограниченностью рынка вторичного сырья. Для решения данной проблемы необходимо разработать систему требований по обязательному применению вторичного сырья при выпуске новых продуктов, наделение компаний, пользующихся вторичным сырьем при производстве, особыми преимуществами, например, льготы по кредитованию или при участии в тендере в государственных закупках.

Стратегическая проблема заключается в том, что в нашей стране отсутствует долгосрочное планирование на региональных уровнях в сфере переработки бытовых отходов. В каждом регионе и в отдельных районах необходим план, в котором должны быть прописаны цели, которые необходимо достичь в установленный срок, мероприятия, необходимые ресурсы, ответственные за выполнение плана [4].



Рисунок 2 – Сбор сведений об источниках и количестве отходов

Для того чтобы преодолеть вышеупомянутые барьеры, предлагаются следующие направления изменений системы обращения и утилизации бытовых отходов (табл. 1).

Таблица 1 – Направления совершенствования системы обращения и утилизации отходов

Направления совершенствования системы управления отходами	Характеристика
1. Пересмотр системы платежей и тарифов в области утилизации отходов	Необходимо, чтобы система новых тарифов позволяла перерабатывающей компании: окупать вносимые затраты; формировала у производителей и потребителей экологическое сознание по отношению к воспроизводству отходов; присутствовало поощрение использования эколого-экономических методов производства
2. Внедрение программно-целевого подхода в области управления отходами	Необходимо создать специальную структуру, которая осуществляла бы программно-целевой подход в области управления отходами на основе эколого-экономических методов и механизмов
3. Повышение эффективности координации обращения с отходами на региональном и муниципальном уровне	Необходимо дать право региональным властям распоряжаться территориальными отходами, реализовав модель единого координационного агента
4. Реализация принципа расширенной ответственности производителя	Осуществляется в изъятии отслужившего товара из оборота за счет производителя с его последующей переработкой силами производящего предприятия либо путем делегирования этой функции специализированной организации
5. Оптимальное использование типов государственно-частного партнерства для реализации проектов в сфере переработки отходов	Эффективное применение различных типов партнерства частных компаний и государства станет возможным при изменении действующего законодательства с целью создания экономических механизмов стимулирования их внедрения
6. Информационное обеспечение реформ	Статистическая отчетность на уровнях муниципалитета, региона, координационного агента, предприятия
7. Информирование населения	Информация для населения: о влиянии отходов на окружающую среду и здоровье человека; воспитание бережного отношения к использованию ресурсов; информирование о видах отходов, которые пригодны для переработки, преимуществах и особенностях данного вида утилизации; информирование об особенностях действующего законодательства

В настоящее время в ряде технологически развитых стран мира переработка отходов производства и потребления обрела все признаки отраслевой сформированности [7].

Проанализируем основные существующие подходы к управлению отходами и представим их в виде иерархии (рис. 3).



Рисунок 3 – Иерархия подходов к управлению отходами

Подходы к управлению отходами можно представить в виде иерархии, значение которой заключается в том, что при выборе направления развития сферы обращения с отходами должны рассматриваться мероприятия по сокращению объемов отходов и их негативного воздействия на окружающую среду [5].

На следующем этапе должны рассматриваться мероприятия по вторичной переработке и извлечению полезных свойств, веществ, сырья из отходов.

Самые популярные методы вторичной переработки: сжигание, повторное использование и термическое разложение. Последний подход к управлению отходами – это захоронение на полигоне тех отходов, из которых невозможно извлечь пользы. Новым методом захоронения является брикетиrowание. Стоит отметить, что сегодня в России самый популярный метод утилизации – захоронение на полигоне. Так утилизируется большая часть отходов без извлечения вторичного сырья, полезных веществ и энергии.

Одним из важных направлений совершенствования системы обращения с отходами является создание эффективной системы тарификации.

Рекомендации по повышению эффективности тарификации услуг в сфере обращения с отходами состоят в том, что необходимо сделать цепочку тарифных платежей прозрачной для потребителя, внедрить экономические стимулы, предусмотреть льготы для отдельных категорий потребителей с целью компенсировать негативный социальный эффект роста платежей.

Механизмы реализации принципа pay-as-you-throw, или «плати как кидаешь мусор», предусматривают следующее:

- 1) предварительно оплаченную тару для сбора отходов, которая находится на контейнерной площадке вблизи дома либо в специальном пункте сбора. Реализовываться подобная тара может операторами через уполномоченные организации либо самостоятельно по согласованию с координационным агентом;
- 2) предоставление специальных ваучеров, наклеек, которые гарантируют вывоз определенных видов отходов, например, бытовые приборы;
- 3) создание системы тарифов, при которой плата зависит от веса фактически вывезенного в контейнерах мусора.

Для эффективного решения одного из самых главных вопросов развития проектов в сфере обращения с коммунальными отходами, а именно привлечения финансовых ресурсов, необходимо использовать механизм государственно-частного партнерства. Возможности государства по финансированию проектов по инновационному развитию предприятий в сфере переработки мусора ограничиваются их огромной капиталоемкостью. Однако внедрение таких проектов позволит значительно снизить уровень экологических рисков и повысить уровень экологической безопасности [6].

Можно выделить следующие типы государственно-частного партнерства:

- 1) сервисного контракта: оказание частной компанией одной или нескольких услуг в сфере обращения с отходами;

- 2) контракта на управление: оказание частной компанией большинства или всего комплекса услуг;
- 3) соглашения об аренде: долгосрочное комплексное управление системой обращения с коммунальными отходами;
- 4) соглашения о концессии: частная компания несет полную ответственность за предоставление услуг;
- 5) соглашения о строительстве объекта с последующей передачей: частная компания осуществляет строительство отдельного объекта инфраструктуры и управление им;
- 6) совместное предприятие: совместное участие частной компании и местных властей в собственности на объекты инфраструктуры.

На основании информации, размещенной в открытом доступе на сайте поддержки инфраструктурных проектов, а также исследований ряда авторов сделан вывод, что значительная доля проектов на концессионной основе реализуется на муниципальном уровне в коммунальной сфере [10].

Наиболее эффективным типом государственно-частного партнерства в сфере переработки отходов является соглашение о концессии и о строительстве объекта с последующей передачей, так как стоит задача реализации масштабных инвестиционных проектов. Примерами таких проектов являются следующие: строительство полигона, реконструкция инфраструктуры существующего полигона (установка систем сортировки, улавливания свалочного газа), строительство мусороперерабатывающего завода.

Распределение концессионных соглашений по инвестиционной емкости остается неравномерным. На проекты свыше 1 млрд руб. приходится больше 85% частных инвестиций. На малые концессионные проекты (менее 100 млн руб), которые в основном составляют муниципальные соглашения в сфере ЖКХ, приходится незначительный объем инвестиций – всего 17,5 млрд рублей.

В Российской Федерации законодательная база в области управления отходами развита недостаточно, о чем свидетельствуют ограниченное количество законодательных актов. Причиной слабого развития форм и видов концессионных соглашений является, прежде всего, слабая защищенность прав концессионера. Эта незащищенность обозначена не только рисками, связанными с самим проведением работ, в рамках концессионного соглашения, но также и с необходимостью оплаты государству концессионного соглашения [9,11].

Подводя итог, можно сказать, что основной причиной неэффективной работы системы обращения с твердыми коммунальными отходами является то, что для органов управления в России проблемы окружающей среды и максимально рационального использования ресурсов не являются приоритетными. В стране нет системы информирования населения об экономической и экологической эффективности вторичной переработки мусора. Следовательно, возникает необходимость формирования эффективной системы управления инновационным развитием российских предприятий в сфере переработки отходов с учетом эколого-экономического аспекта, внедрения экоинноваций и формирования экологического сознания у населения.

Список литературы

1. Баикина Т.А., Дубовицкая С.А. Управление инновациями в сфере переработки отходов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – № 12. – С. 35-38.
2. Вереникина А.Ю., Горохова Е.Ю. Ресурсный подход к управлению отходами производства и потребления // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 7. – С. 901-918.
3. Волюнкина Е.П., Кузнецов С.Н. Анализ моделей управления отходами и разработка интегрированной модели для регионального управления твердыми бытовыми отходами // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. – 2013. – № 3 (5). – С. 47-59.
4. Ерыгина А.В. Индикативный подход в управлении устойчивым развитием сферы обращения с твердыми коммунальными отходами // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 8. – С. 210-213.
5. Еськова С.В. Анализ существующих подходов к управлению отходами // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2009. – Т. 1. – С. 117-120.
6. Мусатова И.В., Тренина И.А., Кононова Е.Е., Магомедалиева О.В., Карпикова М.О. Анализ и управление экологическими рисками как ключевые факторы экологической безопасности // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2018. – № 1 (60). – С. 468 - 470.
7. Мусоропереработка в России и СНГ, Научно-производственное предприятие «Машпром» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mashprom.ru/musor/>.
8. Доронкина И.Г., Борисова О.Н., Гречишкин В.С. Оптимизация процесса утилизации твердых бытовых отходов (ТБО) // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – №1. – С. 62-67.
9. Правительство Российской Федерации: Стратегия развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/y8PMkQGZLfY7jhn6QMruaKoferAowzJ.pdf>.
10. Савруков А.Н., Савруков Н.Т., Козловская Э.А. Оценка состояния и уровня развития проектов государственно-частного партнерства в субъектах РФ // Вопросы экономики. – 2018. – № 7. – С. 131-141.
11. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «Об отходах производства и потребления» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

УДК 338.431.6

Глотко А.В., Кузнецова И.Г.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА НА ВОСПРОИЗВОДСТВО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Glotko A.V., Kuznetcova I.G.

STATE INFLUENCE ON REPRODUCTION OF HUMAN CAPITAL IN RURAL AREA

Глотко Андрей Владимирович, доктор экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»; РФ, 649000, г. Горно-Алтайск, ул. Ленкина, д. 1; e-mail: ganiish_76@mail.ru

Glotko Andrey Vladimirovich, Doctor of Economic Sciences, Associated Professor; Gorno-Altai State University; 1 Lenkina Street, Gorno-Altai Republic 649000, Russian Federation; e-mail: ganiish_76@mail.ru

Кузнецова Инна Геннадьевна, старший преподаватель кафедры экономики ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный аграрный университет»; РФ, 630039, г. Новосибирск, ул. Добролюбова, 160; тел. 89529154347; e-mail: finka31081988@list.ru

Kuznetsova Inna Gennadjevna, Novosibirsk State Agrarian University; 160 Dobrolyubova street, Novosibirsk 630039, Russian Federation; e-mail: finka31081988@list.ru

Аннотация: В статье определяется роль социальной инфраструктуры при формировании основных компонентов человеческого капитала. В условиях перехода к информационной экономике особую значимость приобретает человеческий капитал, который является главным фактором формирования и развития экономики инновационного типа. В ходе исследования дается определение социальной инфраструктуры, выявляются основные подходы к определению: традиционный, функциональный, неоклассический и управленческий. Авторы приходят к выводу, что развитие социальной инфраструктуры в сельской местности способствует увеличению количественных характеристик человеческого капитала, что приводит к таким социально-экономическим последствиям, как рост эффективности сельскохозяйственного производства, увеличение занятости сельского населения, уменьшение социальной напряженности и создание современной социальной среды для проживания. Также выявлено, что важнейшим объектом инфраструктуры, влияющим на человеческий капитал, является система здравоохранения. Рассматривается роль государственных органов власти в развитии здравоохранения. Основной акцент делается на капитале здоровья как основополагающем факторе формирования человеческого капитала. Рассмотрен уровень развития здравоохранения в Новосибирской области и выявлены основные проблемы демографического развития региона. На основе проведенного анализа приводятся основные направления сохранения капитала здоровья городского и сельского населения.

Abstract: The role of social infrastructure at formation of the basic components of human capital is defined in the article. Under conditions of transition to information economy human capital is of special importance. It is the primary factor of formation and development of innovative economy. In the research definition of social infrastructure is given and basic approaches to definition are highlighted: traditional, functional, neoclassical and administrative. The authors come to the conclusion that development of social infrastructure in rural area promotes increase of quantitative characteristics of human capital. That results in such social and economic consequences as growth of efficiency of an agricultural production, increase of agricultural population employment, reduction of social intensity and creation of modern social environment for residence. It is also revealed that public health services system is the major object of infrastructure influencing human capital. The role of the state authorities in public health services development is considered. Health capital as the basic factor of the human capital formation is underlined. The level of development of public health services in Novosibirsk region is considered and the basic problems of demographic development of the region are revealed. On the basis of the analysis the basic directions of saving of health capital of urban and rural population are presented

Ключевые слова: человеческий капитал, здоровье, медицинская доступность, демография, рождаемость

Keywords: human capital, health, medical availability, demography, birth rate

На сегодняшний день перед сельским хозяйством стоит ряд проблем, от решения которых зависит дальнейшее развитие сельскохозяйственной отрасли. В нынешних условиях развития экономики все больше увеличивается роль человеческого капитала. Не зря в большинстве государственных программ современная экономика именуется информационной экономикой знаний и цифровых технологий [7]. В современных условиях активизация инновационных процессов в сельском хозяйстве приобретает особую

значимость еще и потому, что экстенсивные методы хозяйствования постепенно исчерпывают себя, а природно-климатические ресурсы являются ограниченным источником преимуществ и выгод. В такой ситуации одним из важнейших факторов развития отрасли становится человек, трудовой ресурс, являющийся носителем человеческого капитала. От состояния человеческого капитала, эффективности его формирования и использования зависит результативность деятельности как отдельной организации, так и отрасли в целом, поскольку именно он задает генеральный вектор развития, становится источником научно-технического прогресса. Для аграрного сектора экономики, отмеченного в последние годы снижением показателей кадрового обеспечения, ухудшением кадрового потенциала, проблемами привлечения и закрепления квалифицированных работников, вопросы формирования и использования человеческого капитала требуют поиска новых жизнеспособных методик, ориентированных на специфику функционирования сельского хозяйства.

В своем исследовании мы придерживаемся неоклассического подхода, согласно которому под человеческим капиталом подразумеваются инвестиции в человека, способные в будущем приносить экономический эффект как отдельному индивидууму так и сельскохозяйственной организации в целом.

Человеческий капитал региона – это трудовой потенциал, реально задействованный в производстве, имеющий необходимые характеристики человеческого капитала, воспроизводство которых зависит от инвестиционной активности региона и фирм на его территории.

Субрегиональный человеческий капитал определяется наличием качественного человеческого ресурса, занятого в производстве, по возможности удовлетворяющего его потребности, но процесс накопления которого ограничен неразвитостью институциональных структур.

Общественный человеческий капитал (человеческий капитал государства) – это сформированный и функционирующий человеческий капитал территориальных образований в составе национального хозяйства. Процесс его воспроизводства осуществляется через общественные фонды и социальные институты, а отдача от его использования приносит экономический и социальный эффекты для всего населения страны.

Человеческий капитал, являясь важнейшим фактором развития организации и территории, требует оценки, так как всегда возникает интерес к его приращенной величине. Так как человеческий капитал является объектом управления, то результативность воздействующих сил требует оценки, что называется «до» и «после». Кроме этого динамика величины человеческого капитала свидетельствует об уровне развития экономики, ее конкурентоспособности.

Множество методических приемов оценивания человеческого капитала можно сгруппировать по следующим признакам:

1. Уровень человеческого капитала. Здесь выделяют методы оценивания человеческого капитала индивидуума, организации региона или страны. Как правило, различием выступает степень агрегированности исходных показателей. Так, для оценки индивидуального человеческого капитала учитывают доходы человека и затраты на его образования, а для определения уровня человеческого капитала страны необходимо использовать, к примеру, величину национального дохода и частные и бюджетные расходы на образования и здравоохранение.

2. Этапы формирования человеческого капитала. Здесь выделяют методы человеческого капитала, основанные на определении затрат и доходов (затратный и доходный методы). Затратный подход основан на определении величины вложений в развитие человеческого капитала, соответственно, чем выше вложения, тем выше уровень человеческого капитала. Доходный, в отличие от последнего, акцентирует внимание на доходах, формирующихся в результате вложений.

3. Комплексность оценки. Можно выделить общие и специфические методы: для общих характерен учет всех или ключевых факторов, влияющих на формирование человеческого капитала, специфические определяют лишь некоторые аспекты (здоровье, образование, мобильность).

Ввиду того, что проблема устойчивого развития сельских территорий затрагивает ряд прямых и косвенных вопросов, касающихся улучшения производственной и социальной инфраструктуры, то их первоочередное решение благоприятно воздействует на закрепление квалифицированных работников в сельской местности.

Разработка оптимального механизма системы кадрового обеспечения сельского хозяйства является комплексной государственной задачей, которая должна основываться на слаженном взаимодействии правовых, организационных и экономических мер путем непосредственного вмешательства государственных органов власти различных уровней [2].

Впервые термин «инфраструктура» появился в работах зарубежных ученых в конце 40-х годов XX века, в военной лексике этим понятием обозначался комплекс сооружений, обеспечивающих действие вооруженных сил [9].

Если обратиться к отечественному и зарубежному опыту истолкования термина «социальная инфраструктура», то можно выделить 4 основных подхода, представленных в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Основные подходы к определению социальной инфраструктуры

Подход	Содержание
Традиционный	Социальная инфраструктура - комплекс учреждений и сфер деятельности, которые создают условия для нормальной жизнедеятельности населения, обеспечивают интеллектуальное, культурное и морально-нравственное развитие личности: обслуживание человека (образование, здравоохранение, искусство, социальное обеспечение, культурное, информационное, рекреационное обслуживание, общественное питание); снабжение человека (торговля) и обеспечение комфортных условий проживания и жизнедеятельности (газо-, электро-, водоснабжение, жилищно-коммунальное хозяйство, связь, транспорт, дорожная сеть)
Функциональный	Социальная инфраструктура - сфера обслуживания населения, призванная удовлетворять ряд его насущных традиционных потребностей, и определенный механизм, управляющий развитием образа жизни и способствующий созданию перспективных социальных форм жизнедеятельности субъектов
Неоклассический	Социальная инфраструктура - инвестиции в человеческий капитал путем организации функционирования социальных, медицинских, жилищно-коммунальных и других учреждений, обеспечивающих удовлетворение жизнеформирующих социальных потребностей людей и создающих комфортные условия для их проживания и жизнедеятельности
Управленческий	Социальная инфраструктура - совокупность средств и элементов, которые обеспечивают формирование, поддержание и повышение качества жизни членов общества. Она охватывает социальные и духовные отношения, здоровье и благосостояние, образование, занятость и досуг

Что касается современного состояния объектов социальной инфраструктуры сельской местности, то, Т.Г. Ратьковской писал: «...повсеместно наблюдается низкое качество условий предоставления услуг инфраструктуры (низкий уровень благоустройства, оснащенности объектов), а существующая сеть объектов социальной инфраструктуры во многих регионах не вполне соответствует схемам размещения производительных сил и расселения населения, что требует структурной модернизации» [6].

Необходимо иметь в виду, что развитие социальной инфраструктуры в сельской местности способствует увеличению количественных характеристик человеческого капитала, что приводит к таким социально-экономическим последствиям, как рост эффективности сельскохозяйственного производства, увеличение занятости сельского населения, уменьшение социальной напряженности и создание современной социальной среды для проживания.

Нельзя не согласиться с мнением Л.В. Бондаренко, высказанным в 80-х годах XX века: «социально переустроить село не означает превратить его в точную копию города». Нужно создать качественно равные условия жизни в городе и на селе с учетом отраслевых особенностей сельского хозяйства, специфики расселения, «традиций быта и культуры». «Город и село должны стать элементами единой социально-экономической системы, обеспечивающей высокую доступность социальных благ каждому человеку, независимо от того, где он работает и живет» [1].

Решение этих проблем возможно в рамках разработки региональной политики формирования и развития человеческого капитала. При этом разработка такой политики предполагает следующие этапы:

1. Анализ условий формирования человеческого капитала.
2. Оценка человеческого капитала.
3. Определение целей и задач формирования и развития человеческого капитала.
4. Разработка комплекса мероприятий.
5. Реализация политики.
6. Оценка эффективности политики и ее корректировка.

Основные направления (составляющие) политики формирования и развития человеческого капитала на региональном уровне должны определяться в соответствии с этапами накопления человеческого капитала и его структурой. Из теоретических подходов к определению человеческого капитала, следует, что основными составляющими структуры человеческого капитала являются:

- здоровье – физическое и психическое здоровье;
- знания – общие и профессиональные знания;
- способности – предпринимательские способности, творческие способности, способности к инновациям и др.
- мобильность – территориальная и трудовая мобильность.

Процессы накопления каждой составляющей человеческого капитала имеют свои особенности, которые должны быть учтены при разработке политики формирования и развития человеческого капитала.

Исходя из структуры человеческого капитала и особенностей их накопления, задачи политики формирования и развития человеческого капитала на региональном уровне, можно представить в следующем виде:

1. Создание условий для обеспечения здоровья населения.
2. Создание условий для повышения уровня образования населения.
3. Создание эффективной системы занятости населения.

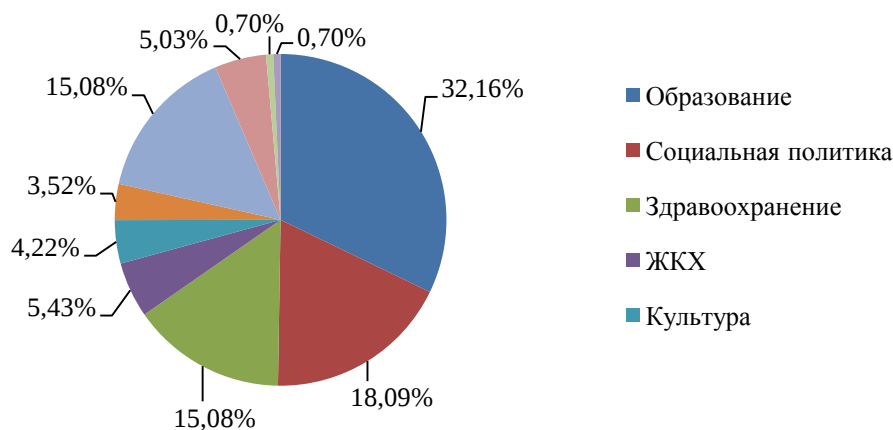
4. Создание условий для формирования способностей населения.
5. Создание условий для повышения уровня жизни населения.
6. Создание условий для обеспечения мобильности населения.

Важнейшим показателем социальной инфраструктуры, играющим важнейшую роль при формировании человеческого капитала, является система здравоохранения. Согласно Уставу Всемирной организации здравоохранения, под здоровьем понимается «состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов. Обладание высшим достижимым уровнем здоровья является одним из основных прав всякого человека без различия расы, религии, политических убеждений, экономического и социального положения». Здравоохранение является весьма емким определением, сопровождающим человека с самого рождения и до конца жизни. Инвестиции в данные объекты увеличивают качество и продолжительность производственной деятельности носителя человеческого капитала [11].

Совершенно очевидно, что продолжительность жизни и состояние психологического и физического здоровья людей главным образом зависят от того, в каких социально-экономических условиях они проживают. В связи с этим только у здорового населения представляется возможным сформировать качественные показатели человеческого капитала. Таким образом, сохранение здоровья сельских жителей и профилактика основных заболеваний должны выступать одним из важнейших направлений государственного регулирования в области социально-экономической политики формирования человеческого капитала.

Доступность медицины далеко не везде соответствует необходимой. За последние 10 лет обеспеченность больничными койками в среднем по России снизилась на 36% при росте заболеваемости за тот же период на 6%. Причем если в среднем по стране на каждую тысячу жителей ежегодно впервые выявляется около 800 заболеваний, то почти в 25% регионов РФ – от 913 до 1,4 тыс. заболеваний с тенденцией к росту. Особенно напряженная ситуация в сельской местности, где в результате «оптимизации» медицинских услуг закрыты фельдшерско-акушерские пункты и больницы, имеется недостаток медицинских кадров, транспортные и другие проблемы [3, с. 90–104]. В городах также наблюдаются проблемы с получением медицинской помощи: невозможность попасть на прием к врачу в момент заболевания, отсутствие необходимых лекарств, недостаток денежных средств для их приобретения, так как значительная доля населения имеет доходы ниже прожиточного минимума и другое [4, с. 52–56].

Стоит отметить, что в настоящее время доля государственных расходов на здравоохранение за 2011–2017 гг. снизилась на 2% и составляет 15,3% расходной части консолидированного территориального бюджета Новосибирской области (рис. 1) [10].



Источник: составлено авторами на основании [10]

Рисунок 1 – Структура расходов консолидированного территориального бюджета Новосибирской области, 2017 г.

Финансирование медицины по остаточному принципу в период проведения экономических реформ привело к крайне неудовлетворительному состоянию здоровья людей – носителей человеческого капитала.

В настоящее время сеть медицинских организаций, оказывающих первичную медико-санитарную помощь сельскому населению в Новосибирской области, представлена 29 центральными районными больницами, 2 районными больницами, 38 офисами общей врачебной практики на базе структурных подразделений центральных районных больниц, 53 участковыми больницами, 106 врачебными амбулаториями, 911 фельдшерско-акушерскими пунктами, 160 домовыми хозяйствами в населенных пунктах с численностью менее 100 человек [10].

Между тем, проблема оказания медицинских услуг в сельской местности региона стоит достаточно остро, поскольку переход от стационарной к амбулаторной форме оказания медицинской помощи привел к сокращению участковых больниц и фельдшерско-акушерских пунктов. В сельской местности Новосибирской области на 10 000 человек приходится 45 больничных коек, в то время как в городской местности – 108 коек. Количество фельдшерско-акушерских пунктов в сельской местности за 2000-2017 гг. сократилось более чем на 4%.

Необходимо иметь в виду, что для большинства сельских жителей фельдшерско-акушерские пункты являются единственными медицинскими учреждениями, оказывающими медицинскую помощь. Поэтому основная задача здравоохранения Новосибирской области – сохранение и развитие ФАПов.

Процент износа объектов здравоохранения в отрасли в среднем по региону составляет 60%, большая часть фельдшерско-акушерских пунктов не соответствует нормативам оказания медицинской помощи (таблица 2) [5].

Таблица 2 – Материально-техническая база лечебно-профилактических организаций Новосибирской области

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.
Городские поселения		
Число больничных организаций	94	91
Число коек в больничных организациях		
Всего	24163	23850
На 10 000 человек населения	110,1	108,2
Сельские поселения		
Число больничных организаций	11	11
Число коек в больничных организациях		
Всего	2713	2638
На 10 000 человек населения	46,3	45,1

Источник: составлено авторами на основании [5]

Мощность поликлиник в смену на 10 000 человек в городской местности ежегодно прирастает на 10-12%, в то время как в сельской местности данный показатель имеет отрицательную динамику (табл. 3) [10].

Таблица 3 – Амбулаторно-поликлинические организации Новосибирской области

Показатели	Годы		
	2016	2017	2017/2016
Городские поселения			
Число амбулаторно-поликлинических организаций	202	289	143,1
Мощность амбулаторно-поликлинических организаций, посещений в смену:			
Всего	55676	62548	112,3
На 10 000 человек населения	253,8	283,8	111,8
Число фельдшерско-акушерских пунктов	54	54	100,0
Сельские поселения			
Число амбулаторно-поликлинических организаций	10	10	100,0
Мощность амбулаторно-поликлинических организаций, посещений в смену:			
всего	8186	8062	98,5
На 10 000 человек населения	139,7	137,9	98,7
Число фельдшерско-акушерских пунктов	911	911	100,0

Источник: составлено авторами на основании [5]

Какие бы финансовые сложности в условиях социального кризиса не присутствовали в государстве, необходимо отчетливо понимать, что сохранение здоровья является неотъемлемой частью человеческого капитала, и недофинансирование системы здравоохранения непременно отразится на последующих поколениях государства. Будущее страны зависит от того поколения, которому предстоит появиться на свет.

Уменьшение количества фельдшерско-акушерских пунктов, плохая материально-техническая оснащенность и низкая доступность медицинской помощи привели к увеличению заболеваемости сельского населения, снижению качества жизни и преждевременной смертности людей.

Решение данных проблем должно предусматривать разработку и реализацию следующих мероприятий:

1. Создание системы профилактики и ранней диагностики различных заболеваний с высоким уровнем риска смертности, социально значимых заболеваний, заболеваний у детей и подростков.

2. Обеспечение доступности и качества медицинской помощи различным категориям населения.

Реализация данных мероприятий предполагает улучшение материально-технического и кадрового

обеспечения учреждений здравоохранения, совершенствование системы управления в здравоохранении, совершенствование и применение новых, более современных технологий в медицине и др.

3. Реализация государственных мер по повышению рождаемости.
4. Создание системы мер укреплению института семьи и семейных отношений.
5. Регулирование внешней и внутренней миграции.

Следующим направлением является развитие системы здравоохранения. Данное направление включает разработку и реализацию следующего комплекса мероприятий:

1. Мероприятия профилактического и диагностирующего характера, направленные на снижение уровня заболеваемости населения. Для развития системы диагностики заболеваний необходимо создавать диагностические центры в крупных населенных пунктах.

2. Развитие и оптимизация сети учреждений здравоохранения, в том числе учреждений здравоохранения в сельской местности. Оптимизация сети учреждений здравоохранения возможна за счет улучшения материально-технической базы этих учреждений, развития системы семейных врачей.

3. Совершенствование системы кадрового обеспечения учреждений здравоохранения за счет формирования регионального и муниципального заказа на подготовку врачей, совершенствования системы повышения квалификации, развития системы внутриорганизационного обучения медицинского персонала, создание дополнительных условий (система материального стимулирования, создание жилищных условий, улучшение условий труда и др.) для комплектования квалифицированными врачами учреждений здравоохранения в сельской местности.

4. Внедрение инновационных технологий в систему здравоохранения как в процесс лечения, так и процесс организации и управления в учреждениях здравоохранения (ведение электронного паспорта здоровья пациентов, электронной системы персонифицированного учета пациентов, введение системы электронной записи на прием к врачу и др.).

Для того чтобы решить важнейшую проблему сельского хозяйства, касающуюся закрепления населения в сельской местности, государству необходимо принять ряд мер по повышению качества и уровня жизни сельского населения с непосредственным прямым участием государства. Стратегия развития кадрового обеспечения сельскохозяйственной отрасли должна опираться на уже сложившиеся в экономике условия. Для достижения устойчивого развития сельских территорий необходимо решение задачи возрождения и развития аграрного производства в размерах, способных увеличить продовольственную безопасность государства [8].

Список литературы

1. Бондаренко Л.В. Формирование социальной инфраструктуры села. – М.: Сов. Россия. – 1987. – с. 208.
2. Калашников К.Н. Социальная Инфраструктура Сельских Территорий: Возможности Интегральной Оценки // К.Н. Калашников, Г.В. Белехова, М.А. Антонова / Регион: экономика и социология, 2013, № 2 (78), с. 309-323.
3. Казанцева Л.К., Тагаева Т.О. Общественное здоровье и проблемы здравоохранения в России и регионах // Экономика Сибири в условиях глобальных вызовов XXI века: сборник статей в 6 т. Т. 1: Социальные детерминанты развития Сибири в пространстве и во времени / Под ред. С.В. Коржук. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2018. 200 с.
4. Калугина З.И. Институциональное обеспечение развития человеческого капитала // Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия / Под общ. ред. проф. З. Х. Саралиевой: в 2 т. Т. 1. Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2017. 644 с.
5. Основные показатели социально-экономического положения городских округов и муниципальных районов Новосибирской области. – 2017: Территориальный орган Росстата по Новосибирской области. – Новосибирск. – 2017. – С. 179
6. Ратьковская Т.Г. Социальная инфраструктура Сибири: вопросы исследования и развития / Ратьковская Т.Г. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2010. – 176 с.
7. Рудой Е.В., Поддубева И.С. Ключевые изменения государственной поддержки сельскохозяйственной отрасли в РФ / Е.В. Рудой, И.С. Поддубева // Экономика сельского хозяйства России, 2018. – № 1. – С. 2-11.
8. Кузнецова И.Г. Совершенствование государственной поддержки формирования человеческого капитала в сельском хозяйстве / И.Г. Кузнецова, С.А. Шелковников // Вестник НГАУ. – 2018. – №1. – С. 174-180.
9. Солюс Г.П. Инфраструктура. – Экономическая энциклопедия. – Т. 2. – М. – 1975. – С. 61.
10. Статистический ежегодник. Новосибирская область. 2018: стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – С. 63.
11. Устав Всемирной Организации Здравоохранения [Электронный ресурс]. – URL: http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_ru.pdf.

УДК 358.242:325.1

Звягинцева Ю.А., Сотникова Е.А.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МИГРАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Zvyagintseva Ju.A., Sotnikova E.A.

ORGANIZATIONAL AND FINANCIAL AND ECONOMIC TOOLS OF GOVERNMENT
MIGRATION CONTROL IN THE RUSSIAN FEDERATION

Звягинцева Юлия Александровна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ; 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: yguliazv@yandex.ru

Zvyagintseva Julia Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: yguliazv@yandex.ru

Сотникова Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ; 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: sotnikovae76@mail.ru

Sotnikova Elena Anatoljevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: sotnikovae76@mail.ru

Аннотация: В условиях нестабильности экономической ситуации в стране, нарастания социального напряжения среди населения особую значимость приобретает обеспечение устойчивого социально-экономического развития регионов и страны в целом. Разработка направлений совершенствования социально-экономического развития территорий и мер по повышению эффективности использования трудовых ресурсов становится одной из актуальных задач руководства страны. Это обусловлено тем, что эффективное функционирование и управление территориальным развитием в большей части детерминировано его трудовыми ресурсами, изменяющимися под действием миграционных процессов.

В последние годы миграционные процессы, оказывающие значительное влияние на структуру трудовых ресурсов практически любого региона, носят крайне непредсказуемый характер, предопределяемый в большинстве случаев настроениями мигрантов, а не предпринимаемыми действиями со стороны властей по привлечению мигрантов. В связи этим проблемы регулирования миграционного потока вошли в число приоритетных направлений в рамках разрабатываемых государственных программ и проектов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. С учетом этого, особую актуальность приобретает применение комплекса организационных и финансово-экономических инструментов государственного регулирования миграционных потоков в Российской Федерации при разработке целевых программ и проектов

Abstract: Under conditions of instability of economic situation in the country and increase of social tension among the citizens, provision of steady social and economic development of the regions and the country as a whole is of special importance. Working out of the directions of perfection of social and economic development of the territories and measures to increase the efficiency of manpower use is one of the actual problems of the country leaders. It is stipulated by the fact that effective functioning and management of territorial development is determined by its manpower changing under the influence of migratory processes.

Migratory processes, influencing manpower structure practically of any region considerably, are extremely unpredictable. They are predetermined, in most cases, by the moods of migrants, rather than by the actions of the authorities to attract migrants. In this connection, the problems of migratory stream regulation are among the priority directions within the developed government programs and projects at federal, regional and municipal levels. Taking these into account, the use of the complex of organizational and financial and economic tools of state regulation of migratory streams in the Russian Federation is of special urgency when working out of target programs and projects.

Ключевые слова: миграционная активность; факторы, влияющие на миграционную активность; трудовые ресурсы; региональная трудовая миграция; развитие территорий; программа переселения соотечественников

Keywords: migration; migratory activity; factors influencing migratory activity, manpower; regional labour migration; territories development; resettlement program of compatriots

В современном мире значительно возросла роль трудовой миграции населения, которая оказывает значительное влияние на изменение численности и состава населения отдельных стран и регионов, особенно в условиях снижающегося естественного прироста, характерного для большинства развитых государств. Указанная тенденция характерна и для России, где наблюдается увеличение миграционного потока населения как из соседних республик, так и из регионов, характеризующихся низким уровнем социально-экономического развития. В связи с этим все больше возрастает роль государственного регулирования миграционных потоков на основе использования организационных и финансово-экономических инструментов. В свою очередь, перечень инструментов регулирования миграции указан в рамках мероприятий,

определенных: государственной программой по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом; законом Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» и приоритетной программой «Повышение производительности труда и поддержка занятости».

Так, оценивая структуру государственной программы переселения соотечественников, необходимо отметить ее направленность на объединение потенциала соотечественников, проживающих за рубежом, с потребностями развития российских регионов, что реализуется в первую очередь с целью решения демографической проблемы. Однако проведенное исследование программы показало, что в настоящее время отсутствуют единые количественные характеристики численности участников данной программы в связи с тем, что ведомства-участники применяют для оценки различные показатели. Возможно, что по этой причине данные Росстата, характеризующие масштабы переселения соотечественников в Россию и их динамику, отличаются от данных МВД России и Минтруда России (табл.1).

Таблица 1 – Динамика прибытия населения в Российскую Федерацию при содействии программы переселения соотечественников

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Численность участников Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, включая членов их семей (тыс. чел.)										
Данные Росстата ¹	0,7	8,3	7,4	11,8	29,6	56,6	33,8	105,4	179,7	142,9
Прибыло в Российскую Федерацию и поставлено на учет в территориальных органах ФМС России в отчетном году соотечественников и членов их семей (тыс. чел.)										
Данные МВД РФ ²	-	-	-	-	29,9	56,9	34,7	106,3	183,1	146,6
Прибыло на территорию Российской Федерации и поставлено на учет в территориальных органах ФМС России в отчетном году участников Государственной программы и членов их семей (тыс. чел.)										
Данные Минтруда РФ ³	-	-	-	-	-	-	34,7	106,3	183,1	146,6

Источник: составлено авторами с использованием данных:

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/migrac/mtm_2017.htm.

² Государственная программа по содействию добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников [Электронный ресурс]. – URL: https://мвд.рф/мвд/structure1/Glavnie_upravlenija/guvn/compatriots.

³ Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosmintrud.ru/docs>.

Значительные расхождения по численности миграционного потока наблюдаются между Центром государственной статистики и данными Министерства труда и Министерства внутренних дел. Так, например, если по данным Росстата, в 2018 году прибыло 142,9 тыс. чел., то по данным двух других ведомств на 3,7 тыс. чел. больше, то есть 146,6 тыс. чел. Такие различия в статистике обусловлены тем, что Росстат собирает информацию из всех ведомств в середине четвертого квартала, что не позволяет учесть прибывших на территорию России в последние два месяца квартала, в то время как информация непосредственно из ведомств передается на дату запроса вследствие ее обработки в информационной системе учета миграции. Тем не менее, наблюдающийся рост численности участников госпрограммы переселения соотечественников позволил обеспечить миграционный прирост населения страны и тем самым содействовал решению демографических проблем в анализируемом периоде.

Заметно, хотя и неустойчиво, повышался в динамике удельный вес численности участников Госпрограммы переселения соотечественников в общем объеме внешней (межгосударственной) миграции по прибытию (рис.1). Динамика прибытия имела неоднозначный характер. Если в 2014 году по программе переселения прибыло 13,9% от общей численности мигрантов, то уже в послекризисный период их удельный вес сократился до 7,2% вследствие неблагоприятной экономической ситуации в стране, наблюдавшейся в указанный период. Однако 2017 год характеризуется значительным приростом мигрантов, прибывших в Россию по программе переселения соотечественников. Но стоит отметить, что основная часть прибывших - это жители соседних государств, при этом большинство из них из таких стран, как Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан и Украина. Прирост числа мигрантов создавал предпосылки для реального воздействия не только на количественные, но и на качественные параметры внешней (межгосударственной) миграции (демографические, социальные и пр.) посредством данной программы. Также стоит отметить тот факт, что, согласно данным МВД России и Минтруда России, рост численности населения, прибывающего в Россию в рамках Госпрограммы переселения соотечественников, сопровождался изменением его демографических и образовательных характеристик (рис.2).

Удельный вес населения, имеющего профессиональное образование, прибывающего в рамках Госпрограммы переселения соотечественников, выше, чем среди всех мигрантов, прибывающих в Россию из-за рубежа: в 2018 году, например, 81,7%, а в 2017- 80,6% соответственно.

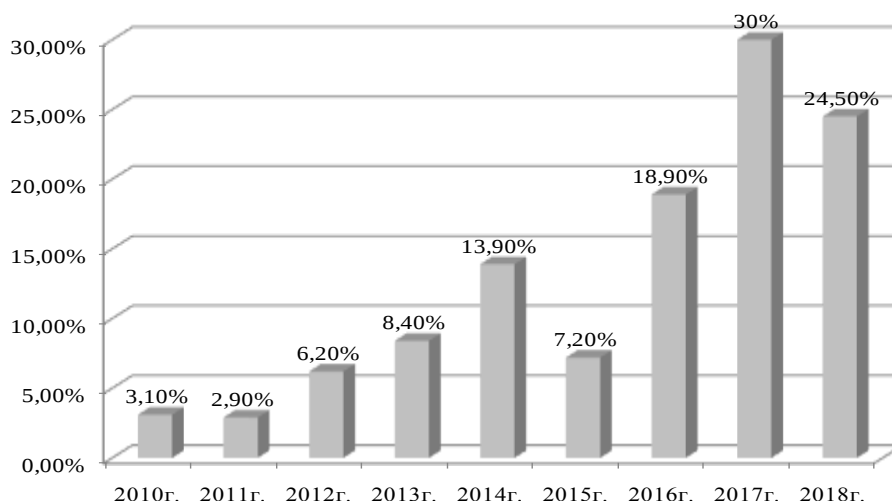


Рисунок 1 – Удельный вес участников Госпрограммы переселения соотечественников в численности мигрантов, прибывших в Россию из-за рубежа за 2010–2018 годы



Рисунок 2 – Структура иммигрантов-соотечественников по уровню профессионального образования за 2014–2018 годы

По данным Минтруда России, среди участников Госпрограммы переселения соотечественников преобладают лица, имеющие профессиональное образование (высшее или неоконченное высшее и среднее профессиональное образование). Доля лиц, не имеющих профессионального образования (лица со средним общим (полным), основным общим (средним общим неполным), начальным общим (начальным) и не имеющие образования), в составе участников данной программы значительно ниже (18,3% в 2018г.).

Преобладание лиц, имеющих профессиональное образование, среди прибывающих в рамках Госпрограммы переселения соотечественников, способствует решению не только демографических, но также кадровых проблем Российской Федерации за счет пополнения национального рынка труда рабочей силой, обладающей необходимыми знаниями и навыками. Также стоит отметить, что в динамике в составе участников:

- снижалась доля мужчин и повышалась доля женщин;
- повышалась доля лиц в трудоспособном возрасте и сокращался удельный вес несовершеннолетних и лиц пенсионного возраста, что способствовало росту уровня экономической активности населения страны.

В то же время данные Росстата показывают, что направления миграции участников Госпрограммы переселения соотечественников, география их расселения в Российской Федерации в 2012–2018 годах заметно изменялись (табл. 2). В качестве положительной тенденции регулирования миграции населения необходимо отметить увеличение числа федеральных округов, принимающих соотечественников. Так, с 2012 года переселение стало проводиться в Южный федеральный округ, а с 2014 года – в Северо-Кавказский федеральный округ.

Таблица 2 – Динамика расселения прибывающих соотечественников по федеральным округам РФ в 2018 году

Федеральный округ	Численность прибывающих соотечественников в расчете на 10 тыс. постоянного населения (чел.)	Естественный прирост на 1000 населения (промилле)
Российская Федерация	9,7	-
Центральный федеральный округ	17,2	-1,8
Уральский федеральный округ	12,3	1,8
Дальневосточный федеральный округ	10,8	0,8
Сибирский федеральный округ	9,7	0,8
Северо-Западный федеральный округ	8,0	-0,8
Приволжский федеральный округ	5,5	-0,8
Южный федеральный округ	4,0	-1,1
Северо-Кавказский федеральный округ	0,9	8,0
Российская Федерация	9,7	-
Центральный федеральный округ	17,2	-1,8

Однако, как показали расчеты на основе данных Росстата за 2018 год, расселение участников Госпрограммы переселения соотечественников в федеральных округах не всегда осуществлялось с учетом демографической ситуации в регионах и в интересах преодоления отрицательного естественного прироста. Несмотря на естественную убыль населения в Южном федеральном округе в 2018 году в 1,1 промилле на 1000 населения, число прибывших мигрантов составило всего 4 тыс. чел. на 10 тыс. чел. постоянного населения. В то время как в Уральский федеральный округ число переехавших соотечественников было в четыре раза больше – 12,3 тыс. чел. при наблюдающемся естественном приросте в 1,8 промилле. Подобная ситуация является результатом нежелания ряда субъектов Российской Федерации участвовать в Госпрограмме переселения соотечественников, разрабатывать и реализовывать собственные региональные программы переселения, в том числе в связи с необходимостью их софинансирования за счет средств региональных бюджетов. Например, до настоящего момента не разработан проект региональной программы переселения и не представлено мотивированное обращение о предоставлении отсрочки разработки такой программы Белгородской областью. Таким образом, сложившаяся тенденция позволяет сделать вывод о том, что миграционные процессы, происходящие на уровне локализованных территорий, носят инерционный характер, предопределяемый в большей степени настроениями мигрантов, чем научно обоснованный и управляемый процесс.

Анализ программы по переселению соотечественников показал, что расходы федерального бюджета на ее реализацию в 2016–2017 годах значительно возросли по сравнению с уровнем 2012 года как в абсолютном, так и в относительном выражении (табл.3).

Таблица 3 – Показатели бюджетного финансирования Госпрограммы переселения соотечественников, 2012–2018 годы

Показатель	2012 год	2017 год	2018 год
Исполнено по подразделу «Миграционная политика» раздела «Национальная безопасность и правоохранительная деятельность» федерального бюджета (тыс. руб.), в том числе: на переселение в Россию соотечественников, проживающих за рубежом (тыс. руб.)	23 307 460,7 301 502,0	38 632 521,8 2 867 617,0	31 831 444,7 2 831 711,7
Удельный вес расходов на переселение в Россию соотечественников, проживающих за рубежом, в сумме расходов федерального бюджета на миграционную политику (%)	1,3	7,4	8,9

Источник: составлено авторами с использованием: «О мерах по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом»: указ Президента РФ от 22.06.2006 N 637 [Электронный ресурс]. –URL: <http://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-22062006-n-637/>.

Как следует из данных, представленных в таблице 3, в 2018 году показатели бюджетного финансирования Госпрограммы переселения соотечественников сократились по сравнению с 2017 годом вследствие проведения оптимизации бюджетных расходов. С учетом этого можно предположить, что причиной нежелания ряда субъектов Российской Федерации участвовать в Госпрограмме явилось сокращение объемов бюджетного финансирования в отчетном году, а также сокращение числа участников программы по сравнению с предыдущим годом. Но несмотря на это, в рамках реализации государственной программы Российской Федерации «Обеспечение общественного порядка и противодействие преступности» на будущий период запланирован рост численности участников Госпрограммы переселения соотечественников и расходов федерального бюджета на реализацию данной программы, но его объемы все же ниже достигнутых в 2017–2018 годах (табл.4).

Таблица 4 – Плановые показатели Госпрограммы по переселению соотечественников в Российскую Федерацию на 2019–2021 годы

Показатель	2019 год	2020 год	2021 год	2021 год
Численность участников Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, и членов их семей, прибывших в Российскую Федерацию и поставленных на учет в территориальных органах МВД России в соответствующем году, человек (план)	51 000	52 000	53 000	54 000
Объем финансирования основного мероприятия 1.5 «Реализация Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом», тыс. руб. (план)	2 274 821,9	2 168 942,0	2 166 395,2	2 167 155,0
Расходы федерального бюджета на финансирование основного мероприятия 1.5 «Реализация Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом» в расчете на одного переселенца, тыс. руб. (план)	44,6	41,7	40,9	40,1

Обоснование причин запланированного практически трехкратного уменьшения численности участников Госпрограммы переселения соотечественников по сравнению с уровнем 2017–2018 годов отсутствует. Между тем подобное сокращение не соответствует динамике внешней (межгосударственной) миграции по прибытию в Российскую Федерацию и неизбежно приведет к сокращению позитивных демографических и социальных эффектов переселения соотечественников.

Приводимые данные свидетельствуют о рисках снижения эффективности Госпрограммы переселения соотечественников с позиций регулирования внешней (межгосударственной) миграции и использования средств федерального бюджета на ее реализацию.

Реализация мероприятий, связанных с регулированием миграции, определена также Законом о занятости, в рамках которого предусматривается реализация трех групп мероприятий, планирующих территориальное перемещение населения, а именно:

- содействие безработным гражданам в переезде в другую местность для временного трудоустройства по имеющейся у них профессии (специальности) путем предоставления услуг органами службы занятости;
- содействие безработным гражданам и членам их семей в переселении в другую местность на новое место жительства для трудоустройства по имеющейся у них профессии (специальности) путем предоставления услуг органами службы занятости;
- содействие работодателям в привлечении трудовых ресурсов для трудоустройства из других субъектов Российской Федерации в рамках региональных программ повышения мобильности трудовых ресурсов.

Так, целевые индикаторы, определяющие параметры предоставления содействия безработным гражданам в переезде в другую местность для временного трудоустройства по имеющейся у них профессии (специальности), зафиксированы в государственной программе «Содействие занятости населения», фактические - в годовых отчетах Минтруда России о реализации данной программы. Но анализ указанных документов показал, что используемый в них целевой показатель/индикатор («Доля безработных граждан, трудоустроенных в другой местности при содействии органов службы занятости, в общей численности безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости») не позволяет оценить ни уровень результативности предоставления данной государственной услуги, ни ее влияние на миграционные процессы. При этом значения показателя/индикатора предоставления содействия безработным гражданам в переезде в другую местность для временного трудоустройства не предполагают заметного роста в 2015–2018 годах и, более того, достигались лишь один раз, в 2013 году, что создает риски для выполнения плана в 2019–2021 годах.

Как следует из отчетов Минтруда России о реализации государственной программы «Содействие занятости населения», невыполнение показателя обусловлено низким уровнем финансовой поддержки безработных граждан, осуществляемой субъектами Российской Федерации в рамках предоставления государственной услуги «содействие безработным гражданам в переезде и безработным гражданам и членам их семей в переселении в другую местность для трудоустройства по направлению органов службы занятости».

Согласно статистическим данным, в 2015–2018 годах число безработных граждан, получивших государственную услугу по содействию в переезде в другую местность для временного трудоустройства,

было достаточно невысоким. Соответственно, крайне низкой была их доля в общем объеме внутренней миграции в России. Преобладающая часть граждан, воспользовавшаяся данной услугой, в результате переезда в другую местность, за пределы субъекта Российской Федерации. Это естественно не заинтересовывает администрации регионов выезда в финансировании данной услуги за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации. Ограниченность масштабов миграции населения в рамках данной услуги обусловлена отсутствием действенных стимулов и помощи, оказываемой безработным при переезде в другую местность для трудоустройства.

Таким образом, содействие безработным гражданам в переезде в другую местность для временного трудоустройства с точки зрения масштабов в настоящее время не может рассматриваться в качестве инструмента регулирования внутренней миграции, что является следствием крайней ограниченности используемых для его организации льгот и компенсаций, применения в этих целях возможностей лишь бюджетов регионов-доноров, но не регионов-реципиентов.

С учетом результатов проведенного анализа, а также материалов публикаций в СМИ можно сделать вывод о том, что повышению эффективности государственного регулирования миграции населения будет способствовать:

- корректировка положений, характеризующих цели, задачи, приоритеты миграционной политики России в документах стратегического планирования Российской Федерации и субъектов Российской Федерации;
- улучшение межведомственной координации федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере миграции населения, для укрепления обоснованности ряда положений документов стратегического планирования, использования более эффективных мер регулирования, совершенствования механизмов бюджетного финансирования и пр.;
- дифференциация системы льгот и компенсаций переселенцам, а также финансовой помощи работодателям в зависимости от категорий привлекаемых работников и регионов вселения;
- использование подходов, применяемых в рамках государственно-частного партнерства, при компенсации расходов на переезд работников.

Список литературы

1. Асеева О.Ю. Мониторинг и перспективы развития урбанизации в регионах России // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент.* – 2016. – № 4 (21). – С. 298-308.
2. Бардовский В.П. Программно-целевое регулирование миграционных потоков в регионе // *Научные записки ОрелГИЭТ.* – 2018. – № 4 (28). – С. 34-37.
3. Грищенко В.В., Бражник Ю.В., Ефременкова М.Н., Катровский А.П., Ковалёва Ю.В., Мураценкова Н.В., Смотрова Т.Н. Свои или чужие: социально-психологическая адаптация соотечественников в России // *Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки.* – 2018. – № 4 (93). – С. 103-115.
4. Данилов К.Д. Влияние миграционных процессов на экономический рост и благосостояние населения // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования.* – 2016. – № 4. – С. 269-272.
5. Евсенова Д.А. Формирование трудовых ресурсов на рынке труда Брянской области и социальная адаптация // *Экономическая среда.* – 2016. – № 2 (16). – С. 172-176.
6. Захаркина Н.В., Соколова Н.Н. Региональный рынок труда: текущие тенденции и направления регулирования // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования.* – 2016. – № 1. – С. 306-311.
7. Иванова Р.В. Возвратная миграция в Россию: еще одна эмиграция? // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика.* – 2017. – Т. 33. – № 1. – С. 141-161.
8. Каримова А.Б. Постсоветский дизайн человеческой мобильности // *Мировая экономика и международные отношения.* – 2017. – Т. 61. – № 8. – С. 85-95.
9. Крылова А.В., Димитрова Е.В. Безработица в современном мире // *Научные записки ОрелГИЭТ.* – 2016. – № 4 (16). – С. 110-113.
10. Кузнецова Л.М. Особенности социально-экономической политики российского правительства в области занятости // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования.* – 2016. – № 1. – С. 120-126.
11. Низова Л.М., Андреева Е.А. Регулирование трудовой миграции (региональный аспект) // *Журнал экономической теории.* – 2018. – Т. 15. – № 1. – С. 66-75.
12. Парицкина И.Г. Стратегическое управление социально-экономическим развитием г. Орла // *Научные записки ОрелГИЭТ.* – 2017. – № 1 (19). – С. 47-51.
13. Соколов В.В. Государственное регулирование трудовой миграции в Орловской области // *Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки.* – 2017. – № 7. – С. 87-90.
14. Цапенко И.П. Регионализация миграционных процессов // *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право.* – 2017. – Т. 10. – № 4. – С. 70-85.
15. Шманев С.В. Миграционные процессы как фактор формирования человеческого капитала регионов // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования.* – 2017. – № 5. – С. 85-88.

УДК 331.55:332.13

Илюхина И.Б., Ильминская С.А.

ВЗАИМОУСЛОВЛЕННОСТЬ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ НЕРАВНОМЕРНОСТИ ДИНАМИКИ НАСЕЛЕНИЯ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ УРОВНЯ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Ilukhina I.B., Ilminskaya S.A.

INTERDEPENDENCE OF SPATIAL NONUNIFORMITY OF THE POPULATION DYNAMICS AND DIFFERENTIATION OF THE LABOUR ACTIVITY LEVEL IN THE REGIONS OF RUSSIA

Илюхина Ирина Борисовна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irboil@mail.ru

Ilukhina Irina Borisovna Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: irboil@mail.ru

Ильминская Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Ilminskaya Svetlana Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru

Аннотация: Одним из основных факторов устойчивого социально-экономического развития региона является формирование и эффективное использование трудового потенциала региональной экономической системы. Цель статьи заключается в выявлении взаимосвязи между неравномерностью динамики населения в регионах России и дифференциацией уровня трудовой активности. Задачами исследования является оценка демографических изменений, происходящих в регионах, и определение направлений их демографического развития, а также комплексная оценка трудовой активности региональных экономических систем и выявление степени обусловленности трудовой активности демографическими процессами в регионах. Методология данного исследования опирается на фундаментальные положения региональной и пространственной экономики. В работе реализован системный подход с опорой на методологию теоретического обобщения и анализа. Статистической базой исследования послужили показатели социально-экономического положения регионов РФ, публикуемые Федеральной службой государственной статистики

Abstract: Formation and effective use of labour potential of the regional economic system is one of the major factors of steady social and economic development of the region. The purpose of the article is to reveal the interrelation between nonuniformity of the population dynamics in the regions of Russia and differentiation of the labour activity level. The problems of the research are to estimate demographic changes in the regions, to define the directions of their demographic development, to estimate labour activity of the regional economic systems comprehensively and to reveal the strength of casualty of labour activity by demographic processes in the regions. The methodology of the research is based on the fundamental positions of regional and spatial economy. In the work the system approach is realized with the support on the methodology of theoretical generalization and analysis. Indicators of social and economic state of the regions of the Russian Federations published by the Federal Department of State Statistics serve as a statistical basis of the research

Ключевые слова: демографическое развитие, трудовая активность социально-экономическая региональная система, трудовая активность

Keywords: demographic development, labour activity social and economic regional system, labour activity

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (Научный проект 18-010-01011 А)

Постановка проблемы

Количественным показателем трудового потенциала является численность трудовых ресурсов, которая определяется процессами естественного и механического движения населения. Трудовой потенциал конкретных территорий зависит от интенсивности и тенденций демографических изменений в указанных границах. Изучению демографических процессов посвящено множество трудов зарубежных и отечественных экономистов, представителей различных экономических школ и течений. Однако большинство исследований проводилось на макроуровне или в масштабах всей мировой экономической системы. Объектом нашего исследования является динамика численности населения и трудовых ресурсов на региональном уровне. Среди современных научных работ, посвященных проблемам неравномерности демографического развития российских регионов, следует выделить труды профессора Л.Л. Рыбаковского. Автором для сравнительной оценки демографической ситуации в регионах России было предложено использовать коэффи-

циент демографического неблагополучия – интегральный показатель, учитывающий влияние рождаемости, смертности и миграции на характер демографической динамики [9]. В своих исследованиях Л.Л. Рыбаковский отмечает, что «сокращение рождаемости и ее увеличение наступало в разных регионах страны в разное время. ... исходные уровни, с которых началось сокращение рождаемости, темпы этого сокращения повсеместно были различными» [8].

Анализу демографических процессов в отдельных регионах России посвящено достаточное количество публикаций, однако мы считаем необходимым использование системного подхода в исследованиях пространственной неравномерности динамики населения России. В этой связи особого внимания заслуживает анализ региональных диспропорций в воспроизводстве населения, представленный в работе В.В. Елизарова. Автор отмечает, что динамика численности экономически активного населения в субъектах Российской Федерации существенно различается, и это в свою очередь обуславливает на рынках труда одних регионов дефицит трудовых ресурсов, на других – избыток [3]. В.В. Елизаров указывает, что неравномерность демографического развития России во многом усугубляется процессами внутренней миграции.

Анализ изменения возрастной структуры занятого населения в Российской Федерации и оценка ее региональных особенностей представлена в исследованиях В.А. Ионцева и А.Г. Магомедовой [5]. Т.Л. Бородина, исследуя региональные особенности демографических изменений, утверждала, что устойчивым трендом последних двух десятилетий является усиление пространственной неравномерности процессов динамики населения, вызывающее значительную поляризацию пространства [2]. Ряд авторов отмечает, что поляризация пространства приводит к появлению урбанистических образований, ярким примером которых являются центры крупных областей, г. Москва и г. Санкт-Петербург. Таким образом, наблюдается центростремительная концепция развития пространства в сочетании с существенными внутрорегиональными различиями в динамике численности населения и активизацией центростремительных тенденций в Центральном и Северо-Западном федеральных округах [13].

А.Ю. Завалишин считает, что территориальная мобильность отдельных индивидуумов и социальных групп, определяется их экономическими интересами и экономическим образом мышления [4]. В работе В.Я. Фокина доказано, что такие факторы, как безработица и уровень жизни, являются решающими в формировании направленности и интенсивности миграционных потоков населения [12]. Проблемы, связанные с занятостью населения на региональном уровне, исследованы в работе Г.Н. Строевой [11]. Определенный интерес вызывают труды В.А. Черешнева и А.И. Татаркина в области социально-демографической безопасности регионов. Авторы придерживаются мнения, что важнейшим аспектом исследуемой проблемы является социальная безопасность и связанные с ней понятия занятости и безработицы [10]. Вопросам территориального и межотраслевого перераспределения трудовых ресурсов посвящено исследование В.В. Матвеева, в котором главная роль в преодолении структурных диспропорций отводится инфраструктурным инвестициям [7].

Многие российские экономисты предпринимали попытки ранжировать регионы по уровню трудового потенциала, однако в основе таких рейтингов использовался один выбранный в зависимости от целей исследования показатель. Для более глубокого анализа, позволяющего выявить точки приложения основных усилий по восстановлению трудовой активности, необходимо провести ее комплексный анализ, используя статические и динамические показатели. При этом должны быть учтены происходящие в регионе демографические процессы и их влияние на уровень трудовой активности.

Анализ демографических процессов на региональном уровне

Проведенный анализ статистических данных, отражающих демографические изменения в целом в Российской Федерации и в отдельных ее регионах, выявил следующее. Несмотря на рост численности населения России в период с 2010 г. по 2017 г., в 50 субъектах РФ она сокращалась. Наиболее заметной поляризация демографического развития оказалась в двух федеральных округах: Центральном и Северо-Западном. При общем росте населения в ЦФО за анализируемый период почти на 2% в Орловской и Тверской областях убыль составила 4%, в Московской области наблюдался прирост на 4,5%, а в г. Москве – на 7,3%. Аналогичная динамика характерна и для СЗФО. Общий рост населения федерального округа составил 2%, при этом убыль населения в Псковской области оказалась на уровне 4,3%, в Архангельской области – 4,8%. В то же время численность населения Ленинградской области выросла на 4,2%, а г. Санкт-Петербурга – на 7,8%³.

Исследования показывают, что в настоящее время общий прирост численности населения в России обеспечивается за счет миграционного прироста при наблюдаемой естественной убыли. Однако в 2016 г. фиксировался естественный прирост в таких традиционно «старых» (с высокой долей лиц пожилого возраста в структуре населения) регионах, как г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург. Так, в г. Москве на долю естественного прироста приходилось около 43% общего прироста, а в г. Санкт-Петербурге – около 20%. На диаграмме рисунка 1 представлено распределение регионов России в зависимости от направления естественного движения.

³ Регионы России. Социально - экономические показатели. 2017. Стат. сб. /Росстат. – М., 2017. – 1402 с.

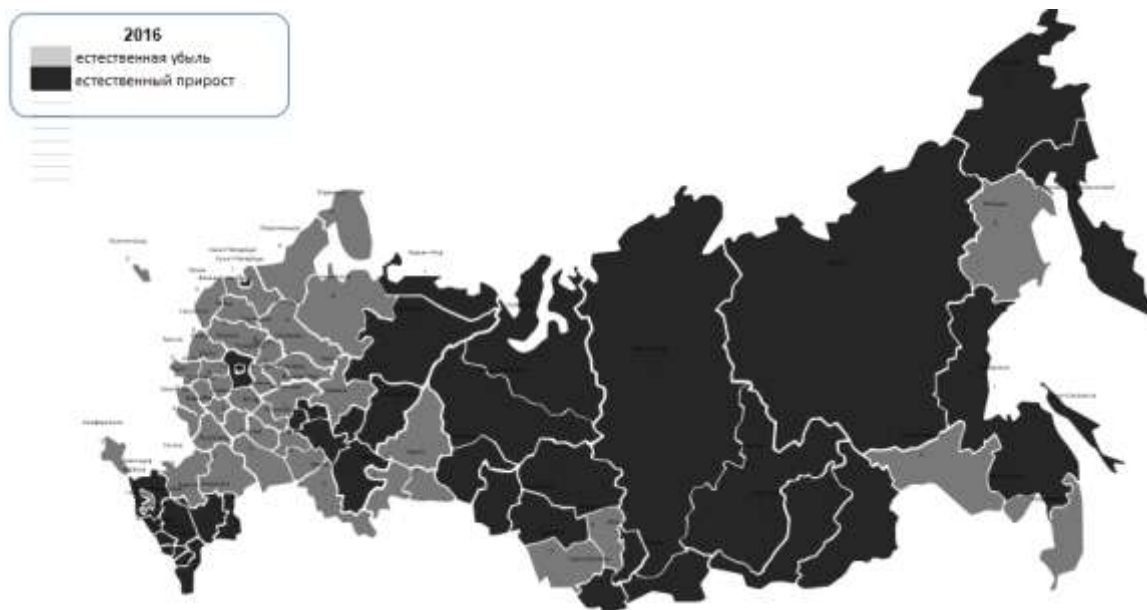


Рисунок 1 – Распределение субъектов РФ в зависимости от направления естественного движения населения, 2016 г.

Динамика численности населения обусловлена как естественным движением населения, так и механическим. В России в 2016 г. общая численность населения увеличилась лишь за счет миграционного прироста. На рисунке 2 представлено распределение субъектов РФ в зависимости от значения коэффициента миграционного прироста.

Очевидно, что главными центрами притяжения мигрантов являются Московская область (+141), Ленинградская область (+121), Тюменская область (+114), Краснодарский край (+101), что связано в первую очередь с уровнем средней заработной платы в регионах.



Рисунок 2 – Распределение субъектов РФ в зависимости от значений показателя миграционного прироста, 2016 г.

Особое место в усилении дифференциации уровня трудовой активности в регионах занимает межрегиональная миграция, причиной которой является значительный разрыв в уровнях доходов населения и качества жизни в целом. Наибольший миграционный поток наблюдается внутри Центрального федераль-

ного округа, где центром притяжения являются г. Москва, Московская область, а также Воронежская область. Остальные субъекты этого округа имеют устойчивое отрицательное сальдо межрегиональной миграции. Наибольший урон в 2016 г. был нанесен Орловской области, являющейся и так одной из самых малочисленных в ЦФО. В другие регионы России из области за год уехало 9,7 тыс. человек, что составило 1,3% от численности населения на начало года.

В своей работе, посвященной анализу демографической нагрузки в ДВФО, С.Н. Киселев отмечает, что «в территориях, длительное время выступающих в роли доноров миграции, вследствие вымывания наиболее активной части населения постепенно формируется структура населения, отличающаяся преобладанием лиц пожилых и пенсионных возрастных групп и резко выраженными стагнационными процессами в отношении показателей рождаемости, смертности и естественного прироста» [6].

В результате естественного и механического движения возрастная структура населения становится все более дифференцированной в региональном разрезе, что приводит к неравномерности в демографической нагрузке различных регионов. Данный показатель также является отражением процесса поляризации регионального демографического развития (рис.3).

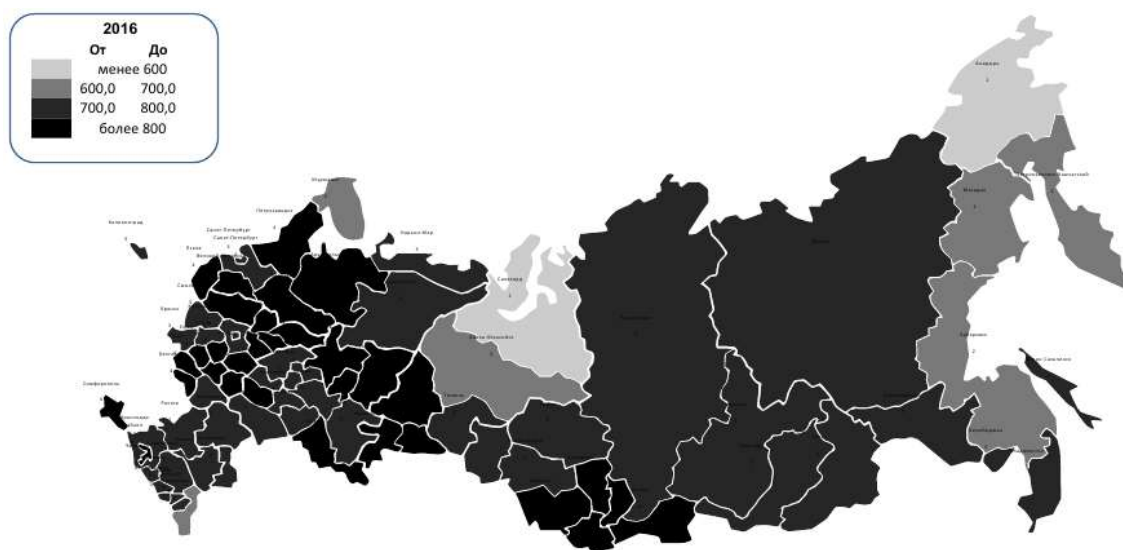


Рисунок 3 – Распределение субъектов РФ в зависимости от значений показателя миграционного прироста, 2016 г.

Как свидетельствуют данные статистики, наибольшую демографическую нагрузку несет европейская часть Российской Федерации и, прежде всего, Центральный и Северо-Западный федеральные округа. Кроме того, внутри самих округов наблюдается высокая дифференциация по данному показателю. Для примера рассмотрим ЦФО (рис. 4). Наибольшую демографическую нагрузку в данном округе несут Владимирская, Костромская, Орловская, Рязанская и Тверская области, их показатели существенно отличаются от ситуации, сложившейся в московском регионе.

Рассмотренные показатели демографической ситуации могут быть положены в основу интегральной оценки уровня демографического развития регионов. В качестве объектов анализа мы считаем целесообразным принять регионы ЦФО, где в большей мере проявляются центростремительные тенденции в демографическом развитии.

Оценка проводилась на основе следующих статистических показателей: коэффициента естественного прироста населения на 1000 человек; коэффициента миграционного прироста на 10000 человек населения; коэффициента демографической нагрузки. По каждому показателю были выделены минимальные и максимальные значения, а также интервалы, в которых варьируются значения [1].

Поскольку коэффициенты естественного и миграционного прироста могут принимать как положительные, так и отрицательные значения, формулы расчета балльной оценки для этих двух показателей будут иметь следующий вид:

$$I_n = \frac{(100+K_n)-K_{min}}{(K_{max}-K_{min})} \times 100, \quad (1)$$

где I_n – присваиваемый региону балл,

K_n – фактическое значение показателя,

$K_{max/min}$ – максимальное/минимальное значение показателя на анализируемом пространстве.

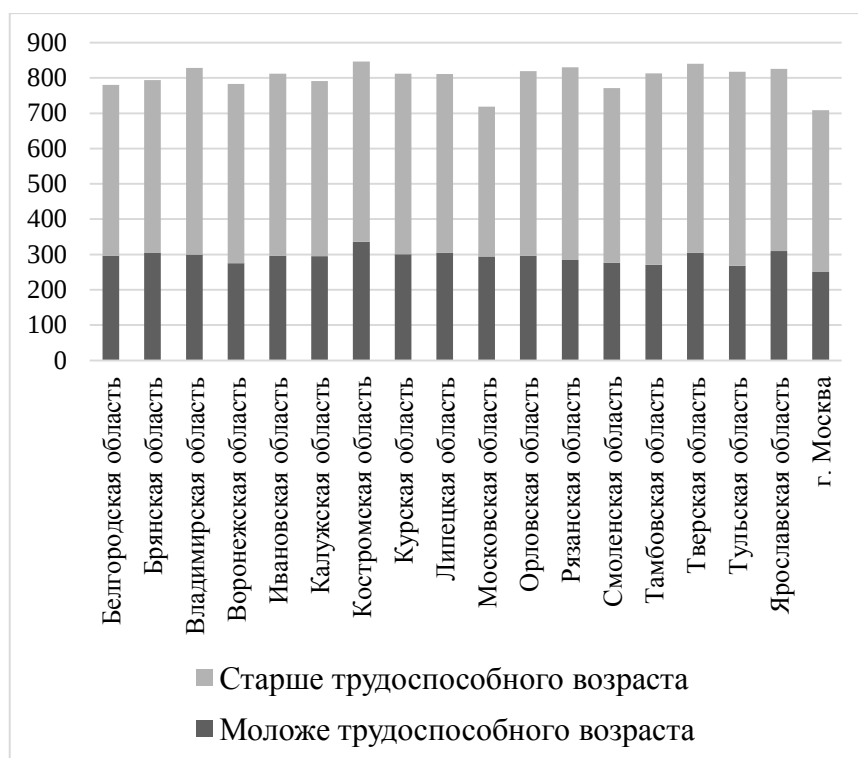


Рисунок 4 – Коэффициент демографической нагрузки в 2016 г. в субъектах ЦФО

Для балльной оценки региона по показателю демографической нагрузки формула может быть модифицирована следующим образом:

$$I_n = \frac{(K_{max} - K_n)}{(K_{max} - K_{min})} \times 100 \quad (2)$$

Итоговый рейтинговый балл для каждого региона рассчитывается как средняя арифметическая простая присвоенных баллов.

Сравнительный анализ регионов ЦФО на основе интегральной оценки уровня демографического развития представлен на рисунке 5.

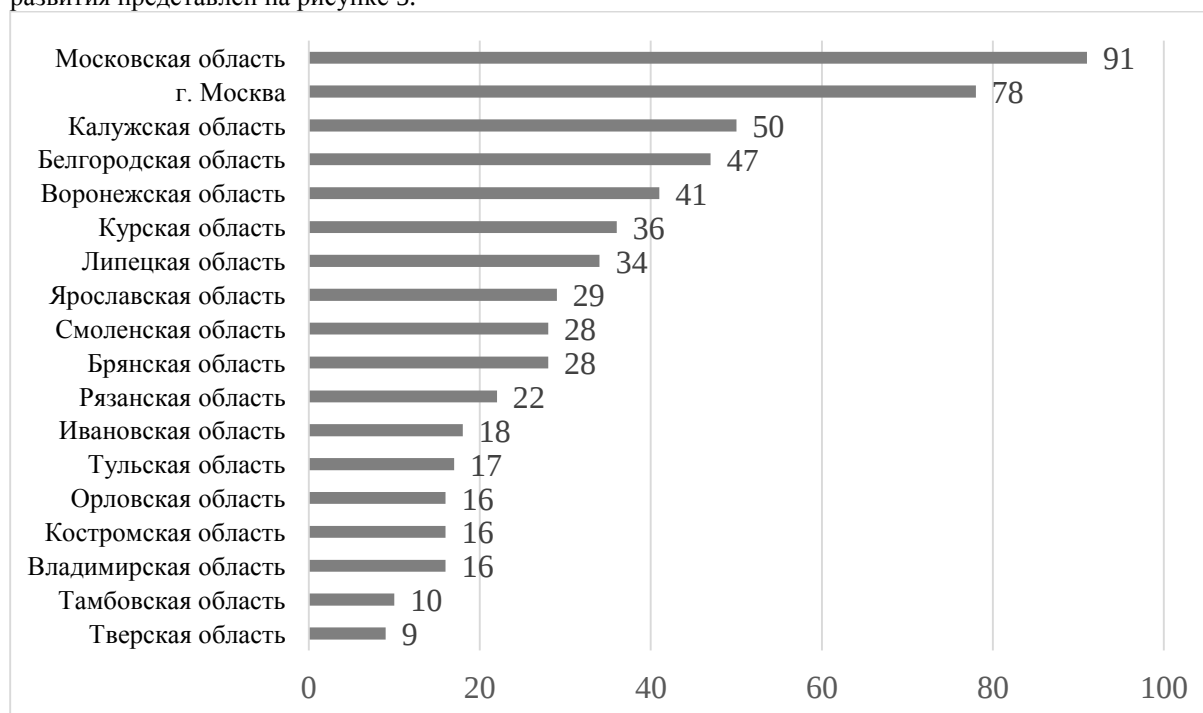


Рисунок 5 – Рейтинг регионов ЦФО по уровню демографического развития в 2016 г.

Данные рейтинга свидетельствуют о значительном отрыве лидеров рейтинга от аутсайдеров. У семи областей (Тверской, Тамбовской, Владимирской, Костромской, Орловской, Тульской и Ивановской) рейтинг демографического развития оказался менее 20 баллов. В числе лидеров (несмотря на значительный отрыв от московского региона) оказалась Калужская и Белгородская области (50 и 47 баллов) соответственно.

Поляризация демографического развития обуславливает различие в трудовом потенциале территорий. С одной стороны, нехватка трудовых ресурсов существенно тормозит социально-экономическое развитие многих субъектов Российской Федерации и снижает уровень их трудовой активности. С другой - рост дифференциации в уровне благосостояния регионов приводит к росту пространственной концентрации экономически активного населения.

Анализ уровня трудовой активности на региональном уровне

Трудовая активность региональной социально-экономической системы определяется эффективностью использования ее трудового потенциала в целях достижения устойчивого экономического роста. Наиболее значимыми факторами, влияющими на уровень трудовой активности в регионе, являются демографические изменения, развитие системы профессионального образования и емкость регионального рынка труда.

Показателем оценки эффективности реализации трудового потенциала в первую очередь является производительность труда в регионе. Однако при оценке трудовой активности в регионе целесообразно использовать следующие показатели:

- 1) производительность труда как отражение эффективности трудовых затрат;
- 2) динамику численности трудовых ресурсов как один из индикаторов ресурсного потенциала региона;
- 3) уровень безработицы как индикатор емкости рынка труда.

Численность трудовых ресурсов является одним из показателей ресурсного потенциала региональных социально-экономических систем, однако недоиспользование этого потенциала, выраженное в узости регионального рынка труда и неэффективной занятости, приводит к снижению трудовой активности в регионе. На рисунке 6 наглядно представлены среднегодовые темпы роста занятого населения по регионам ЦФО.

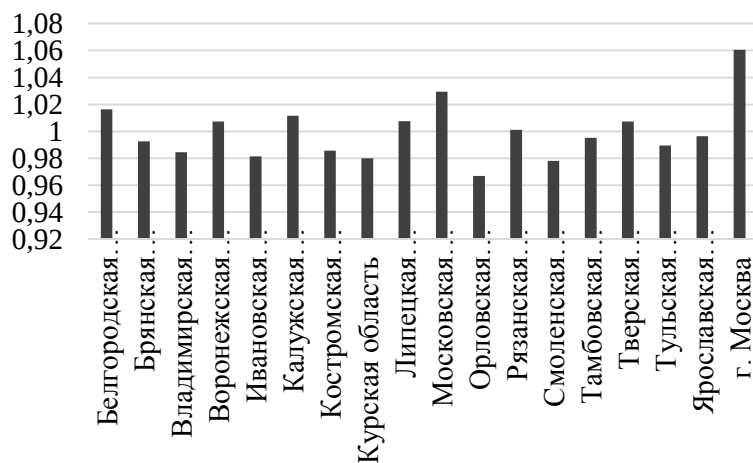


Рисунок 6 – Среднегодовые темпы роста занятого населения в регионах ЦФО за 2010-2016 гг.

В таблице 1 представлены данные, позволяющие оценить уровень трудовой активности в регионах ЦФО. Аналогично рейтингу регионов по уровню демографического развития нами был построен рейтинг по уровню трудовой активности путем анализа данных о производительности труда в регионах, динамики численности трудовых ресурсов и занятого населения (рис.7).

Таким образом, нами были определены следующие регионы-аутсайдеры: Ивановская область, где фиксируется наименьший показатель производительности труда, – 330 тыс. руб./чел., Владимирская область, где наблюдалось наибольшее сокращение численности трудовых ресурсов, – (-3%), Ярославская и Смоленская области, продемонстрировавшие в 2016 г. наиболее высокий уровень безработицы (6,7% и 6,1% соответственно), а также Тверская область, имеющая низкие значения по всем трем анализируемым показателям. Также следует выделить Орловскую область, которая, не попав пока в группу регионов с наименьшим рейтингом трудовой активности, стремительно скатывается в нее, демонстрируя на протяжении 2010-2016 гг. наибольшие темпы сокращения занятого населения (в среднем на 3%) в год и достаточно высокий показатель уровня безработицы – 6,4%.

Таблица 1 – Показатели трудовой активности в регионах ЦФО в 2016 г.

Регион	ВРП, млн руб.	Численность занятого населения, тыс. чел.	Производительность труда	Темп роста численности трудовых ресурсов, %	Уровень безработицы, %
Белгородская область	730562	757	965	102	4,0
Брянская область	285848	541	529	100	4,6
Владимирская область	392052	647	606	97	5,6
Воронежская область	841376	1095	769	100	4,5
Ивановская область	179633	447	402	98	5,6
Калужская область	373404	509	734	101	4,2
Костромская область	160705	293	548	101	5,5
Курская область	364602	521	700	100	4,3
Липецкая область	470239	566	832	100	4
Московская область	3565258	3377	1056	101	3,3
Орловская область	213924	330	648	100	6,4
Рязанская область	336974	506	667	100	4,4
Смоленская область	262318	444	591	98	6,1
Тамбовская область	311433	492	633	99	4,5
Тверская область	359345	609	591	98	5,8
Тульская область	517741	732	708	100	4,1
Ярославская область	469805	627	750	99	6,7
г. Москва	14299801	8692	1645	102	1,8

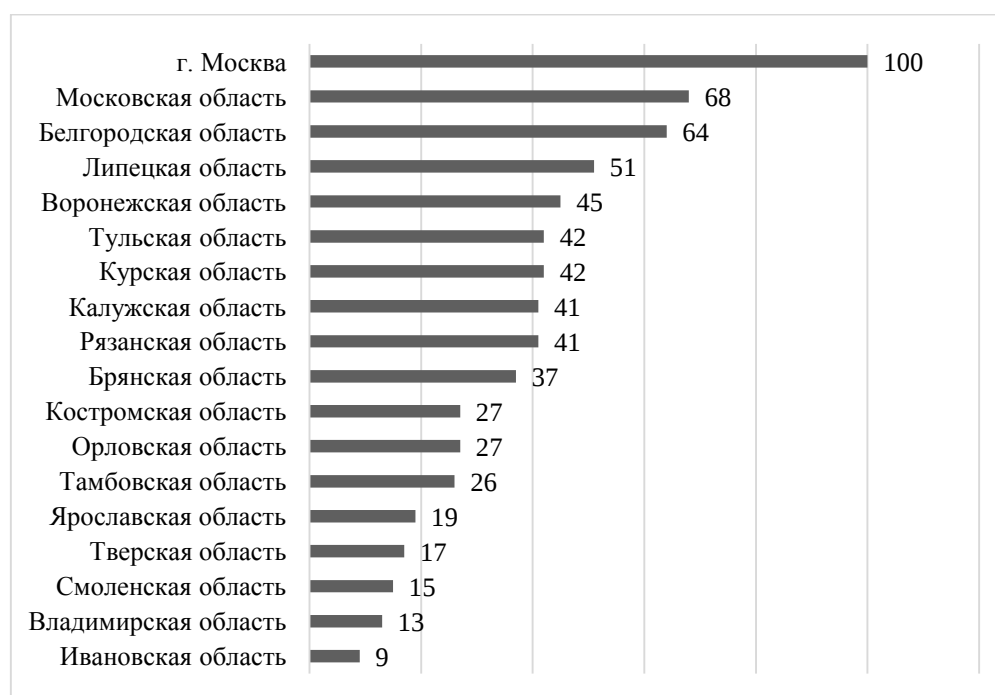


Рисунок 7 – Рейтинг регионов ЦФО по уровню трудовой активности (по данным 2016 г.)

Необходимо отметить, что высокая концентрация трудовой активности в регионе, являющимся явным лидером экономического развития, четко прослеживается не только в Центральном, но и в Северо-Западном и в Южном федеральных округах.

Результаты исследования

Сопоставляя построенные рейтинги по уровню демографического развития и уровню деловой активности, мы можем констатировать взаимообусловленность пространственной неравномерности динамики населения и дифференциации уровня трудовой активности в регионах России. Доказательством этому служит проведенный корреляционно-регрессионный анализ, в результате которого был получен коэффициент детерминации, равный 0,8 (рис. 8).

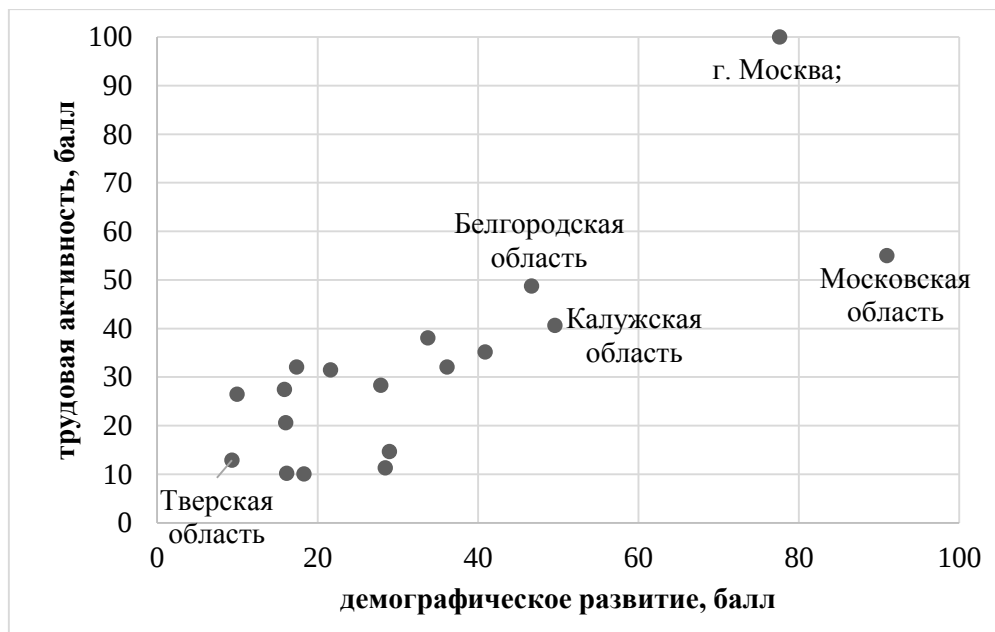


Рисунок 8 – Анализ взаимосвязи уровня демографического развития и трудовой активности в регионах ЦФО

В регионах-лидерах, которыми, помимо Москвы и Московской области, являются Белгородская, Калужская, Воронежская и Липецкая области, складывается демографическая ситуация, положительно влияющая на их социально-экономическое развитие: восполняется образующийся дефицит трудовых ресурсов, растет потребительский спрос, обеспечивая рост валового регионального продукта. Но фактически это происходит за счет соседних регионов. Крупнейшие городские агломерации «вытягивают» трудовые ресурсы с периферии и тем самым усиливают региональную дифференциацию в уровне трудовой активности, создавая препятствия для сбалансированного экономического роста как в рамках отдельных территорий, так и на национальном уровне.

Список литературы

1. Бабкова Э.Г. Рейтинговая оценка сбалансированного развития регионов Центрального федерального округа / Э.Г. Бабкова, А.У. Панахов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2018. – № 2. – С. 19-27.
2. Бородин Т.Л. Региональные особенности динамики населения России в постсоветский период. /Т.Л. Бородин // Известия Российской академии наук. Серия географическая. – 2017. – № 1. – С. 47-61.
3. Елизаров В.В. Демографическое развитие России и ее регионов: общее и особенное. /В.В. Елизаров // Уровень жизни населения регионов России. – 2014. – № 1 (191). – С. 57-72.
4. Завалишин А.Ю. Исследование территориального поведения региональной общности в социологии /А.Ю. Завалишин // Региональные проблемы. – 2010. – Т. 13. – № 1. – С. 105-110.
5. Ионцев В.А. Демографические аспекты развития человеческого капитала в России и ее регионах /В.А. Ионцев, А.Г. Магомедова // Экономика региона. – 2015. – № 3. – С. 89-102.
6. Киселев С. Н. Тенденции демографической нагрузки и экономичности роста населения дальневосточного федерального округа в начале XXI-го века /С.Н. Киселев // Дальневосточный медицинский журнал. – 2017. – № 1. – С. 78-82.
7. Матвеев В.В. Роль инфраструктурных инвестиций в национальном процессе воспроизводства /В.В. Матвеев // Экономические науки. – 2011. – № 83. – С. 68-72.
8. Рыбаковский Л.Л. Результативность демографической политики в регионах России: сравнительный анализ / Л.Л. Рыбаковский, В.И. Савинков, Н.И. Кожевникова // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2017. – № 6. – С. 35-42.

9. Рыбаковский Л.Л. Сравнительная оценка демографического неблагополучия регионов России / Л.Л.Рыбаковский. //Социологические исследования. – 2008. – № 10 (294). – С. 81-87.
10. Социально-демографическая безопасность России /Под. ред. В. А. Черешнева. А. И. Татаркина. – Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2008. – 885 с.
11. Строева Г.Н. Основные тенденции развития регионального рынка труда /Г.Н. Строева // Региональная экономика: теория и практика. –2015. – № 12. – С. 12–22.
12. Фокин В.Я Территориальная мобильность населения в контексте поисков счастья /В.Я. Фокин //Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2013. – № 4 (28). – С. 70-81.
13. Mahrova A. G. Poljarizacija prostiranja Central'no Rossijskogo megalopolisa i mobil'nost' naselenija / A. G. Mahrova, T. G. Nefedova, A. I Trejvish //Vestnik Moskovskogo Unviersiteta. Seriya Geografiya. – 2016. – No 5. — S. 77–85.

УДК 331.41

Мосина Е.И., Минакова Е.И., Думнова Н.А.

ВЛИЯНИЕ УСЛОВИЙ ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Mosina E.I., Minakova E.I., Dumnova N.A.

THE INFLUENCE OF WORKING CONDITIONS OF STAFF ON THE EFFECTIVENESS OF THE INDUSTRIAL ORGANIZATION

Мосина Екатерина Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: caterinamosina@yandex.ru

Mosina Ekaterina Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: caterinamosina@yandex.ru

Минакова Елена Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lena_57_78@mail.ru

Minakova Elena Ivanovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lena_57_78@mail.ru

Думнова Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: dnataly.76@mail.ru

Dumnova Natalia Alexandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associated Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: dnataly.76@mail.ru

Аннотация: В данной статье проведен анализ затрат на предупреждение случаев заболеваемости на фабрике ОАО «Гамма». Рассмотрены производственные и непроизводственные причины травматизма и заболеваемости. С помощью статистического метода оценен уровень микротравматизма и потери рабочего времени.

Полученные результаты позволяют рекомендовать мероприятия, которые окажут значительное влияние на улучшение организации труда персонала фабрики

Abstract: Costs analysis for prevention of morbidity at JSC Gamma factory is carried out in the article. Production and non-production causes of injuries and morbidity are considered. Level of microtraumatism and days lost are estimated with the statistical method.

The results obtained allow us to recommend the activities which will significantly influence the improvement of labour organization of the factory personnel

Ключевые слова: заболеваемость, травматизм, условия труда, дни нетрудоспособности, затраты, потери рабочего времени

Keywords: morbidity, injuries, working conditions, days of disability, costs, days lost

Под тяжестью труда понимается степень совокупного воздействия всех элементов, составляющих условия труда, на работоспособность человека, его здоровье, жизнедеятельность и восстановление рабочей силы. Поэтому тяжесть труда отражает функциональное напряжение работающего организма, возникающее под воздействием производственных условий. Степень тяжести труда отражается в реакциях и изменениях в организме человека под влиянием условий труда [2].

Рассмотрим организацию труда персонала ОАО «Гамма» по следующим направлениям: выявление потерь рабочего времени вследствие заболеваемости и травматизма; анализ текучести кадров из-за неудовлетворительных условий труда; состояние санитарно-гигиенической обстановки; проведение специальной оценки условий труда персонала.

В течение 2016 г. и 2017 г. на фабрике наблюдается тенденция снижения заболеваемости, что говорит о резервах улучшения использования рабочего времени, но не позволяет определить их связь с условиями труда. Число дней заболеваемости в 2017 г. составило 4210 чел.-дней, а показатель изменения заболеваемости - 66,3%, что на 34,4% меньше по сравнению с 2016 г.

Для выявления всех потерь рабочего времени целесообразно сгруппировать данные о заболеваемости и травматизме в таблицу 1.

Таблица 1 – Причины заболеваемости и травматизма в ОАО «Гамма» за 2015 – 2017 гг.

Виды заболеваемости и травматизма	Группы причин заболеваемости и травматизма	Количество, человеко-дней нетрудоспособности		
		2015 г.	2016 г.	2017 г.
Общая заболеваемость	Производственные и непроизводственные	6068	5301	4210
В том числе производственно-обусловленная заболеваемость	В основном, производственные	2427	1880	1020
Производственный травматизм, в том числе микротравматизм	В основном, производственные	121	81	45

Из данных таблицы видно, что общая заболеваемость на предприятии в 2017 г. снизилась по сравнению с 2016 г. на 25%, а с 2015 г. – на 30,6%, в том числе производственно-обусловленная заболеваемость уменьшилась на 45% по отношению к 2016г., на 58% - к 2015г., производственный травматизм также сократился вдвое. Из этого следует, что практически все дни нетрудоспособности связаны с условиями труда.

Улучшение условий труда приводит к сокращению профессиональной, производственно-обусловленной, общей заболеваемости, производственного травматизма, микротравматизма и потерь рабочего времени, связанных с ними, увеличивает эффективный фонд рабочего времени и тем самым способствует повышению годовой выработки.

Рассмотрим состояние производственного травматизма на фабрике. С этой целью был использован статистический метод, с помощью которого уровни травматизма оценивались на основании двух показателей в отчетном периоде:

- коэффициента частоты (число несчастных случаев) (Кч), рассчитываемого на 100 работников:

$$Кч = n * 100 / Чр, \quad (1)$$

где n - число учитываемых несчастных случаев;

Чр - списочная численность работников;

- коэффициента тяжести труда (Кт), отражающего среднее число дней нетрудоспособности по одному несчастному случаю:

$$Кт = T / n, \quad (2)$$

где T - число дней нетрудоспособности по закрытым листам нетрудоспособности.

Оценивая работу по улучшению условий труда, следует учитывать, что в промышленности и других отраслях народного хозяйства имеет место так называемый микротравматизм, который не учитывается в общегосударственной отчетности и вызывает скрытые потери рабочего времени. Последствием микро-травматизма является временная нетрудоспособность (менее суток). Как правило, обращение работника в здравпункт с микротравмой ограничивается одноразовым посещением. В ряде случаев пострадавшего сопровождает в здравпункт работник цеха (теряется рабочее время двух работников), иногда пострадавшего отпускают домой до окончания смены, что также вызывает потери рабочего времени.

Оценка потерь рабочего времени из-за микротравматизма на фабрике за 2016 г. и 2017 г. проведена на примере вязально-швейного цеха (табл. 2).

По результатам анализа потери рабочего времени в расчете на одну микротравму в вязальном цехе фабрики являются незначительными и в течение исследуемого периода оставались неизменны на уровне 0,8 часа, но при этом количество микротравм уменьшилось на 8 случаев в 2017 году по отношению к 2016 году.

На предприятии у работников заболевания периферийной нервной системы и мышечно-суставного аппарата снизились в 2017 г. на 21%. Это связано с введением механизированной и автоматизированной систем рабочих мест и соответствующими изменениями технологического процесса.

Оценка потерь рабочего времени из-за случаев заболеваемости и экономической эффективности затрат на разработку и внедрение мероприятий по организации труда производится на основе показателей нетрудоспособности, материальных последствий травматизма, затрат на предупреждение несчастных случаев, рассчитываемых на 100 работающих.

Таблица 2 – Потери рабочего времени из-за микротравматизма в вязально-швейном цехе ОАО «Гамма» за 2015-2017 гг.

Вид микротравмы	Год	Количество микротравм	Количество пострадавших, которых сопровождали работники цеха	Средние затраты, времени, мин		Общие затраты времени из-за микротравм, мин	Потери рабочего времени в расчете на 1 микротравму, ч
				на приход от рабочего места в здравпункт и обратно	на оказание медицинской помощи		
Порезы, ссадины, незначительные ушибы	2015	108	13	22	17	4040	-
	2016	106	11			3930	-
	2017	105	9			3890	-
Попадание инородных тел в глаза	2015	64	31	22	39	4460	-
	2016	64	30			4440	-
	2017	59	18			4437	-
Итого	2015	181	-	-	-	8585	0,9
	2016	182	-	-	-	8680	0,9
	2017	190	-	-	-	8870	0,9

Показатели материальных последствий и затрат на предупреждение случаев заболеваемости в ОАО «Гамма» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Материальные последствия и затраты на предупреждение случаев заболеваемости в ОАО «Гамма» за 2015-2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Среднесписочная численность работников (Чр), чел.	900	860	816
Число дней нетрудоспособности у пострадавших (Д), чел./дни	7068	5301	4210
Среднегодовая зарплата одного работника (Зд.з.), руб.	22,8	22,7	22,4
Коэффициент, учитывающий все элементы материальных затрат (Ф), ед.	0,2	0,2	0,2
Материальные последствия случаев заболеваемости (Мп), тыс. руб.	168,69	130,72	89,2
Затраты на предупреждение случаев заболеваемости (З), тыс. руб.	270	240	239
Показатель нетрудоспособности (Пд.н.), чел.-дни/на 100 чел.	1001,33	731,56	560,23
Показатель материальных последствий (Пм), чел.-дни/на 100 чел.	26,95	21,05	19,05
Показатель затрат на предупреждение случаев заболеваемости (Пз), чел.-дни/на 100 чел.	27,16	22,54	20,20

Динамика потерь рабочего времени из-за случаев заболеваемости выявляется путем сопоставления показателя нетрудоспособности за несколько лет. Показатель нетрудоспособности Пд.н., рассчитываемый на 100 работающих, определяется по формуле:

$$Пд.н. = Д * 100 / Чр, \quad (3)$$

где Д - число человеко-дней нетрудоспособности у пострадавших;

Чр - среднесписочная численность работников за отчетный период.

Материальные затраты в связи с несчастными случаями на производстве (Мп) определяют следующим образом:

$$Мп = Дв * Зд.з. * Ф, \quad (4)$$

где Д - потери рабочего времени у пострадавших, чел.-дни;

Зд.з. - среднедневная заработная плата одного работающего, руб.;

Ф - коэффициент, учитывающий все элементы материальных затрат (выплаты по листкам нетрудоспособности, возмещение ущерба, пенсии и доплаты к ним и т. п.) по отношению к заработной плате, в среднем для текстильной промышленности равен 2,0.

Материальные потери (последствия) случаев заболеваемости определялись коэффициентом (показателем) материальных потерь:

$$Пм = Мп * 100 / Чр, \quad (5)$$

где Мп - материальные последствия (затраты) несчастных случаев в соответствии с актами формы Н-1, тыс. руб.

Кроме того, учитывались затраты на предупреждение случаев заболеваемости за отчетный период с помощью показателя затрат:

$$Пз = 3 * 100 / Чр, \quad (6)$$

где 3 - затраты на предупреждение несчастных случаев, тыс. руб.

Рассчитанные данные показывают снижение показателя нетрудоспособности в течение последних трех лет с 1001,33 чел.-дн. / на 100 чел. в 2015 году до 560,23 чел.-дн. / на 100 чел. в 2017 году, что свидетельствует о положительной работе чулочно-носочного предприятия по охране труда.

Наблюдается и тенденция снижения показателя материальных последствий на 26% в 2017 году по отношению к 2015 году и показателя затрат на предупреждение случаев заболеваемости на 34%. Причем показатель материальных последствий на протяжении исследуемого периода меньше показателя затрат на предупреждение случаев заболеваемости, что свидетельствует об эффективности используемых на охрану труда средств. Снижение показателя материальных последствий показывает правильность определения работниками фабрики причин несчастных случаев и финансирования мероприятий, направленных на охрану труда.

Коэффициент оборота по приему кадров в 2017 году по отношению к 2015 году уменьшился на 32,1%. Коэффициент оборота по выбытию кадров увеличился в течение исследуемого периода с 0,02 в 2015 году до 0,05 единиц в 2017 году. Об этом свидетельствует и увеличение числа работников, уволившихся по собственному желанию.

С данным увеличением связан и рост коэффициента текучести кадров, который возрос с 0,001 ед. в 2015 году до 0,02 ед. в 2017 году. В течение последних двух лет на предприятии ОАО «Гамма» в связи с сокращением численности выбыло 30 человек. Это обусловлено проведенными в данный период мероприятиями по переводу работников в благоприятные условия труда.

Коэффициент потерь рабочего времени из-за текучести кадров, связанной с неудовлетворительными условиями труда, показывает, какое количество рабочего времени было потеряно в связи с увольнением работника. Анализ рассчитанных данных свидетельствует об увеличении потерь рабочего времени в 2017 году по отношению к 2015 году на 1 чел.-дней. Это связано с ростом числа работников, уволившихся по собственному желанию с комбината (табл. 4).

Таблица 4 – Расчет коэффициента потерь рабочего времени из-за текучести кадров, связанной с неудовлетворительными условиями труда в ОАО «Гамма» за 2015 – 2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Численность работников, уволенных по собственному желанию из-за неудовлетворительных условий труда, чел.	8 * 0,094	12 * 0,094	17
Расчет коэффициента потери рабочего времени	8 * 0,094	12 * 0,094	17*0,094
Коэффициент потерь рабочего времени из-за текучести кадров, связанной с неудовлетворительными условиями труда, чел.-дней	2	3	3

Основной причиной, как уже было сказано выше, является боязнь работников потерять здоровье вследствие неблагоприятных условий труда. Оценку санитарно-гигиенической обстановки на участках (в цехах, расположенных в изолированных помещениях) следует производить по отклонениям от санитарно-гигиенических норм.

Поскольку абсолютные размеры отклонений могут колебаться в большом диапазоне, их принято относить к трем зонам: благоприятной (работать удобно), неблагоприятной (ощущение неудобства), недопустимой. Определив удельный вес показателей, относящихся к благоприятной зоне, можно составить представление о санитарно-гигиенической обстановке. Таким образом, санитарно-гигиенические факторы – это внешняя производственная среда, а именно: микроклимат (температура, относительная влажность, скорость движения воздуха), чистота воздушной среды (наличие паров, газов, аэрозолей), освещенность, шум, вибрация, ультразвук, различные излучения, биологические и другие воздействия. Почти все они нормируются путем установления стандартов, санитарных норм и требований и количественно оцениваются с помощью методов санитарно-гигиенических исследований.

Проведем оценку санитарно-гигиенической обстановки ОАО «Гамма» по следующим показателям:

1. Удельный вес рабочих мест, отнесенных по условиям труда к благоприятной зоне, Кр.м. определяется по формуле:

$$Кр.м. = Мб / Мо * 100\%, \quad (7)$$

где Мб - количество рабочих мест с благоприятными условиями труда;

Мо - общее количество рабочих мест.

Кр.м.2016 = 110 / 150 * 100% = 73%.

Таким образом, на фабрике 73% рабочих мест относится к благоприятным условиям труда.

2. Удельный вес показателей санитарно-гигиенических условий труда K_c , имеющих отклонения от предельных норм в меньшую сторону, рассчитывается по следующей формуле:

$$K_c = M_n / M_o * 100\%, \quad (8)$$

где M_n - количество рабочих мест с неблагоприятными условиями труда.

$K_{c.2016} = 40 / 150 * 100\% = 27\%$.

Следовательно, 27% рабочих мест относится к неблагоприятным санитарно-гигиеническим условиям труда.

Данные о количестве рабочих мест, отнесенных к благоприятным и неблагоприятным условиям труда на предприятии, были получены на основе аттестации рабочих мест. В целом аттестация представляет собой комплексную оценку рабочих мест на их соответствие передовому научно-техническому и организационному уровню, а также нормативным требованиям условий труда и техники безопасности. По результатам такой оценки принимается одно из следующих решений:

- аттестовать (фактические показатели полностью соответствуют установленным требованиям или превышают их);
- рационализировать (отдельные параметры рабочих мест не соответствуют нормативному уровню, но могут быть доведены до него);
- ликвидировать (если выявлены лишние или не соответствующие нормативным требованиям рабочие места, рационализация которых экономически неэффективна).

Далее необходимо рассмотреть санитарно-гигиеническую обстановку ОАО «Гамма», на которой были выявлены следующие допускаемые отступления от санитарно-гигиенических норм и требований по 5-ти балльной экспертной оценке (табл. 5).

Таблица 5 – Оценка санитарно-гигиенических измерений на ОАО «Гамма»

Показатели санитарно-гигиенических измерений	Баллы					
Измерение температурно-влажного режима в рабочих помещениях	5	*	*	*	*	*
Отсутствие/наличие сквозняков	3			*	*	*
Отсутствие/наличие утепленных переходов между производственными и бытовыми помещениями	2				*	*
Недостаточность вентиляционных систем в цехах со значительными тепловыделениями	4		*	*	*	*
Максимальная герметизация оборудования для обвалки нити	4		*	*	*	*
Воздействие интенсивного производственного шума, превышающего допустимые санитарные нормы	3			*	*	*
Обеспечение работников предприятия спецодеждой и спецобувью (санитарной одеждой)	5	*	*	*	*	*
Выдача молока (0,5 л. в смену) для работ с вредными и (или) опасными условиями труда, а также работ, выполняемых в особых температурных условиях или связанных с загрязнением	5	*	*	*	*	*
Входной контроль за качеством поступающих средств индивидуальной защиты	0					

В 2017 г. комиссией фабрики была проведена специальная оценка условий труда. Председателем комиссии является главный механик, членами комиссии - начальник СОТ, начальник ОТПиЦ, начальник отдела кадров и эксперт организации, проводившей специальную оценку условий труда. Из 816 работников, занятых на рабочих местах, на которых проведена специальная оценка условий труда, составляет 20 чел., в том числе 8 чел. – класса 2, 12 чел. – класса 3.

ОАО «Гамма» осуществляет финансирование мероприятий по улучшению условий охраны труда в размере не менее 0,1% суммы затрат на производство продукции. На фабрике обеспечивается надлежащее техническое оборудование всех рабочих мест и создаются условия работы, соответствующие единым отраслевым правилам по охране труда, а также санитарным нормам и правилам.

Полученные результаты позволяют рекомендовать мероприятия, которые окажут значительное влияние на улучшение организации труда персонала:

- формирование благоприятной производственной среды на предприятии;
- разработка программы профессионального развития;
- внедрение нематериальной мотивации в виде активной помощи в построении личной карьеры.

Список литературы

1. Алехина Л.Л., Болтёнок Т.А., Прошляков С.В. Адаптация новых сотрудников на предприятии в современных условиях хозяйствования // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (16). – С. 63-67.
2. Беляков Г.И. Охрана труда и техника безопасности. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 404 с.

3. Жариков В.В., Лыжникова М.А. Инновационные технологии отбора персонала // Экономинфо. – 2016. – №21. – С. 71-79.
4. Ильминская С.А., Обухова М.А., Текин А.А. Анализ трудовых ресурсов Орловской области // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – № 1 (19). – С. 65-70.
5. Михайлов Ю.М. Промышленная безопасность и охрана труда. Справочник руководителя (специалиста) опасного производственного объекта. – М.: Альфа-Пресс, 2016. – 232 с.
6. Новикова Х.В. Повышение качества и обеспечение безопасности жизни населения: системный подход // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 5. – С. 239-243.
7. Соболева Ю.П. Методические основы управления кадровым потенциалом организации // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 6. – С. 147-152.
8. Baron R. A., Franklin R. J., Hmieleski K. M. Why Entrepreneurs Often Experience Low, Not High, Levels of Stress: The Joint Effects of Selection and Psychological Capital // Journal of Management. – 2016. – Т. 42, № 3. – С. 742-768.
9. Hughes A. M., Gregory M. E., Joseph D. L., Sonesh S. C., Marlow S. L., Lacerenza C. N., Benishek L. E., King H. B., Salas E. Saving Lives: A Meta-Analysis of Team Training in Healthcare // Journal of Applied Psychology. – 2016. – Т. 101, № 9. – С. 1266-1304.
10. Kurtessis J. N., Eisenberger R., Ford M. T., Buffardi L. C., Stewart K. A., Adis C. S. Perceived Organizational Support: A Meta-Analytic Evaluation of Organizational Support Theory // Journal of Management. – 2017. – Т. 43, № 6. – С. 1854-1884.
11. Leroy H., Anseel F., Gardner W. L., Sels L. Authentic Leadership, Authentic Followership, Basic Need Satisfaction, and Work Role Performance: A Cross-Level Study // Journal of Management. – 2015. – Т. 41, № 6. – С. 1677-1697.
12. Ruiz C., Conejo A. J. Robust transmission expansion planning // European Journal of Operational Research. – 2015. – Т. 242, № 2. – С. 390-401.

УДК 331.101.6

Орлова Н.Н.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДА И ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕЮ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Orlova N.N.

LABOUR EFFICIENCY AND FEATURE OF ITS CONTROL SYSTEM AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT

Орлова Нелли Николаевна, аспирант, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: director@tver.ranepa.ru

Orlova Nelly Nikolaevna, PhD student, Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: director@tver.ranepa.ru

Аннотация: Категория эффективности рассматривается во многих науках и входит в число важнейших показателей человеческой активности, рассматриваемой с точки зрения ее способности к обеспечению конечного результата. Категория производительности труда пребывала в фокусе экономической науке в течение всего XX века. Возникновение категории эффективности труда ряд исследователей связывает с формированием постиндустриального общества. Очевидным является тот факт, что ни одна организация не в состоянии добиться успеха без эффективного управления. Совершенствование и развитие системы управления эффективностью труда является залогом успешного и стабильного функционирования любой структуры

Abstract: The category of efficiency is considered in many sciences and is among the major indicators of human activity considered from the point of view of its ability to provide final result. The category of labour productivity was in the focus of economic science in the XXth century. Appearance of the category of labour efficiency is connected with formation of postindustrial society by a number of researchers.

It is obvious, that any organization cannot be successful without efficient control. Perfection and development of the control system of labour efficiency is a pledge of successful and stable functioning of any structure.

Ключевые слова: эффективность производства, производительность труда, управление эффективностью, управление эффективностью работы персонала

Keywords: production efficiency, labour productivity, efficiency management, efficiency management of the personnel

На протяжении всей истории существования человечества в качестве важнейшей проблемы социально-экономического развития выступала проблема эффективности. Категория эффективности рассмат-

ривается во многих науках и входит в число важнейших показателей человеческой активности, рассматриваемой с точки зрения ее способности к обеспечению конечного результата. Рассматриваемой категории посвящено множество исследований и научных публикаций, в которых даны ее многочисленные трактовки, рассмотрены основы формирования и предложены методы измерения.

Широкое распространение рассматриваемой категории во многом обусловило то, что на сегодняшний день все еще не выработано однозначной и общепринятой трактовки понятия «эффективность». В философской науке под категорией понимают предельно общее фундаментальное понятие, отражающее наиболее существенные, закономерные связи и отношения реальной действительности и познания [17]. Поскольку эффективность является свойством любого процесса, дающего определенный результат, то ее следует рассматривать как абсолютное свойство процесса или взаимодействия. В современном понимании эффективность объединяет в себе не только полученный эффект, но и затраты для его достижения. Тогда в общем виде под эффективностью следует понимать осуществление данного процесса с минимальными усилиями или затратами.

Эффективность следует трактовать как социально-экономическую категорию. Особенностью экономической категории является то, что она отражает соответствующие экономические отношения. Специфичность социальной категории состоит в наличии имеющихся в обществе связей и не может существовать вне совокупности людей и отношений между ними. Если в экономической эффективности выражается экономическая цель хозяйствования, то в социальной эффективности – социальные цели. Следует согласиться с тем, что для общественного развития имеет значение не только оптимальный результат трудовой деятельности, но и то, какой социальной ценой он получен [5]. При этом следует учитывать, что в отдельных случаях социальные и экономические цели однонаправлены и совместимы, но чаще всего они противоречивы или даже взаимоисключающи.

Чаще всего категория эффективности употребляется в контексте хозяйственной деятельности, т.е. экономики. Следует согласиться с тем, что проблема экономической эффективности находит свое выражение и реальное воплощение в деятельности любой хозяйственной структуры и хозяйственной системы любого уровня, будь это отдельная фирма, предприятие, домохозяйство, отрасль, регион или вся экономика в целом [8]. В экономической эффективности выражается экономическая цель хозяйствования — максимизация результата при минимизации затрат. Действительно, осуществление хозяйственной деятельности на всех ее уровнях (микро, мезо, макро) требует постоянного соизмерения результатов и затрат, поиска наиболее эффективного варианта действий. Экономическая эффективность отражает связь между затраченным в процессе хозяйственной деятельности количеством единиц ограниченных ресурсов и полученным в результате этого процесса объемом продукта. При этом она присуща как всему производственному процессу в целом, так и всем его фазам (производство, распределение, обмен, потребление). Проблема определения экономической эффективности производства существует столько же, сколько существует само производство, т.к. целесообразным является лишь эффективное производство, т.е. производство, обеспечивающее желаемый результат.

Экономическая природа эффекта и эффективности определяет многообразие их форм. Экономическая эффективность выступает не только условием успешного ведения расширенного воспроизводства, но и как оценочный показатель функционирования отдельных производственных элементов. Так, следует отличать категорию эффективности производства от категории эффективности труда. Если при определении эффективности производства учитываются затраты всех экономических ресурсов (материальных, финансовых, трудовых), то при определении эффективности труда учитывают только трудовые ресурсы. Таким образом, эффективность труда выступает как частный показатель эффективности производства.

Категории производительности и эффективности труда пребывали в фокусе экономической науки уже в течение всего XX века и сегодня продолжают там оставаться. И при их исследовании необходимо обратить особое внимание на разграничение понятий. Следует отметить, что наиболее продолжительную историю становления и развития имеет категория производительности труда. Сегодня в общем виде производительность труда трактуется как показатель, характеризующий отдачу каждой единицы используемого ресурса труда. Производительность труда определяется количеством продукции, произведенной в единицу рабочего времени, или затратами труда на единицу произведенной продукции (выполненных работ). Иными словами, производительность труда следует рассматривать как экономическую категорию, позволяющую дать оценку использованию живого и овеществленного труда с учетом фактора времени.

В 70-е годы XX века формируется и находит все большее распространение категория эффективности труда, характеризующаяся не только уровнем производительности труда, но и степенью его качества на основе принципа оптимального использования трудовых ресурсов [11]. В данном контексте производительность труда выступает в качестве показателя экономической эффективности трудовой деятельности работников. Очевидно, что эффективность труда будет тем выше, чем будут меньше затраты труда, обеспечивающие необходимое качество работы, и чем выше производительность труда. Следует отметить, что эффективность труда представляет собой баланс социальной и экономической эффективности, достигаемый посредством трудовых отношений на основе принципа экономного расходования рабочей силы.

Иными словами, эффективность труда как экономическая категория определяет достижение наибольших результатов, соответствующих интересам общества, при минимизации затрат имеющихся производственных ресурсов.

Возникновение категории эффективности труда ряд исследователей связывает с формированием постиндустриального общества. Если в индустриальном обществе основными источниками прибавочной стоимости были труд и капитал, то в индустриальном ими становятся информация и знания. Иными словами, если самым ценным активом любой организации в течение почти всего XX века было производственное оборудование, то с конца 70-х годов таким активом становятся работники умственного труда. Постиндустриальное общество характеризуется интеллектуализацией и информатизацией производственных процессов и общества в целом. В таком обществе сфера услуг становится основным сектором экономики; уменьшается доля физического и растет доля высококвалифицированного и творческого труда. На этом основании отдельные экономисты полагают, что производительность труда характеризует его результативность в сфере материального производства, а эффективность труда охватывает весь общественно-полезный труд (как производственный, так и непроизводственный) [1]. Следует признать справедливость тезиса о росте производительности труда от одного этапа развития общества к другому. С диалектической точки зрения этот рост выражается в том, что производительность труда растет не только количественно, но и качественно, эволюционируя как социально-экономическая категория и трансформируясь в эффективность труда.

Очевидным является тот факт, что ни одна организация не в состоянии добиться успеха без эффективного управления. Целью управленческой деятельности является повышение эффективности организации посредством эффективного управления ее ресурсами. Очевидно, что важнейшей составляющей ресурсного потенциала любой организации является ее персонал. В этой связи проблемы организации и управления трудовой деятельностью занимают особое место во всей системе управления. Именно совершенствование и развитие системы управления эффективностью труда является залогом успешного и стабильного функционирования любой структуры. Управление эффективностью деятельности персонала превратилось сегодня в важнейшую составляющую общей системы управления организацией.

На современном этапе социально-экономического развития, в условиях глобализации рынков, обострения конкуренции, качественных изменений самого бизнеса руководителям потребовалось уделить особое внимание вопросам эффективности их организаций. В управлении бизнесом сегодня доминирует стратегический подход, предполагающий предвидение изменений внешней среды и самой организации в будущем. Стратегическое управление человеческими ресурсами организации основывается на его интегрировании в общую стратегию организации. При этом система стратегической организации выступает как инструмент подчинения управления персоналом и других видов деятельности реализации долгосрочных целей организации.

Система управления эффективностью труда направлена на решение основных задач, стоящих перед организацией в области человеческих ресурсов. Основной задачей, которую решает любая организация, является удержание квалифицированных сотрудников. Еще более сложной задачей является воспитание лояльности сотрудников, решение которой заключается в идентификации работника с организацией, разделение ее целей, принципов и ценностей. Самой же сложной задачей, стоящей перед организацией, является повышение эффективности персонала. В современной трактовке управление эффективностью деятельности персонала выступает как инструмент достижения стратегических целей организации посредством качественного решения задач отдельными сотрудниками и группами в рамках своей должности [10].

Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами реализуется посредством конкретных методов, моделей и техник управления, способных повысить эффективность работы персонала. Наиболее современным и комплексным подходом в управлении персоналом, позволяющим повысить эффективность его труда, по мнению большинства специалистов, является Continuous Performance Management (CPM) – управление эффективностью работы персонала. Названную концепцию отличают четыре основных принципа:

- смещение акцента с формального механизма проведения контроля за исполнением задач сотрудником к его стимулированию достижения целей в будущем;
- регулярная актуализация целей и отслеживание процесса выполнения в режиме реального времени;
- регулярный мониторинг работы сотрудников;
- доработка системы, подбор комбинации элементов подхода, наиболее эффективной для каждой конкретной организации [16].

Следует отметить, что Continuous Performance Management находит все большее распространение в СНГ, в том числе и в России. По данным опроса «Делойт», проведенного в конце 2017 г, среди представителей крупных российских и международных компаний, осуществляющих деятельность на территории Российской Федерации, 45% организаций уже внедрили процесс непрерывного управления эффективностью персонала, а среди тех компаний, которые все еще используют традиционную методологию, больше

половины (66%) собираются сделать это в ближайшее время [16].

Система управления эффективностью труда способствует совмещению интересов организации и работника. Первой она позволяет эффективнее контролировать основные показатели своей деятельности, а вторым предлагает четкие правила игры (сотрудник знает, что от него ждет компания, и понимает, как он может способствовать увеличению своего дохода). Управление деятельностью персонала не является разовым мероприятием, реализуемым на какой-то одной стадии управленческого цикла. Напротив, оно представляет собой непрерывный воспроизводящийся процесс. Система управления эффективностью, основываясь на регулярной оценке персонала, является базой кадровой политики. Управление эффективностью вносит свои положительные качества в работу персонала и компании в целом и является одним из важнейших элементов управления.

Список литературы

1. Василенко В. Оценка эффективности функционирования предприятий и качества системы менеджмента // *Вестник экономической науки России*. – 2012. – Т.22. – №2. – С. 121–127.
2. Воробьев И. Система управления эффективностью персонала: опыт России и Казахстана [Электронный ресурс] // ЭКОПСИ-консалтинг. – URL: <http://www.ecopsy.ru/publikatsii/sistema-upravleniya-effektivnostyu-personala-opyt-rossii-i-kazahstana.html>.
3. Голованов А.И. От производительности к эффективности труда // *Вестник Томского государственного университета*. – 2013. – №376. – С. 137–141.
4. Зоткина Н.С. Эффективность труда: основные концепции и перспективы развития [Электронный ресурс] // *Проблемы современной экономики*. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=691>.
5. Исаева Л.А. Экономическая и социальная эффективность в воспроизводственном процессе // *Вестник ВГУ. Серия: экономика и управление*. – 2012. – №1. – С. 18–22.
6. Колесниченко С.И., Рудакова О.В. Показатели экономической эффективности в современных информационных системах // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2010. – №2(12). – С. 1–14.
7. Марченкова Л.М., Плотников А.В., Рудакова О.В. Человеческий и интеллектуальный капитал как основа инновационного развития промышленности // *Известия Юго-Западного государственного университета*. – 2012. – №1(40). – Ч. 2. – С. 205–210.
8. Николаев М.В. Содержание категории «эффективность» // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: экономика и финансы*. – 2005. – Выпуск 1(7). – С. 392–397.
9. Орлова Н.Н. Эффективность труда: Россия на фоне мировых тенденций // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2017. – №3(41). – С. 94–98.
10. Орловская О.В. Управление эффективностью работы персонала в системе управления крупной компанией // *Вестник ОГУ*. – 2008. – №6(88). – С. 43–49.
11. Панкратов А.Б. Результативность труда как социально-экономическая категория [Электронный ресурс] // *Проблемы экономики и менеджмента*. – 2011. – №1. – С. 7–18. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezultativnost-truda-kak-sotsialno-ekonomicheskaya-kategoriya>.
12. Пестрякова С.В. Производительность труда как основа эффективности функционирования организации // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. – 2018. – №2(43). – С. 229–231.
13. Рудич К. Как оценить эффективность управления персоналом [Электронный ресурс] // *ClubTK*. – URL: <https://clubtk.ru/kak-otsenit-effektivnost-upravleniya-personalom>.
14. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2017. – №5(23). – С. 5–9.
15. Строков М.А., Рудакова О.В. Конкурентоспособность российских предпринимательских структур в условиях глобализации мировой экономики: монография. – Орел: Издательство ОрелГУЭТ, 2016. – 112 с.
16. Управление эффективностью персонала: как это делать правильно? [Электронный ресурс] // *Deloitte*. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/upravlenie-ehffektivnostyu-personala.pdf>.
17. Философский энциклопедический словарь / под ред. Л.Ф. Ильичева, Н.Н. Федосеева, С.М. Ковалева, В.Г. Панова. – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Вестник ОрелГИЭТ» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Материалы для публикации рекомендуется отправлять по адресу: gio-ogiet@mail.ru. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, принятых к публикации.

2. Редакция принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора или кандидата наук). Кроме того, для публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Редакция направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление (научную дисциплину); член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних пяти лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство образования и науки Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, возвращенная автором в редакцию после устранения замечаний, направляется для повторного рецензирования тому же члену редакционной коллегии, который осуществлял первичное рецензирование данной статьи.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Статья должна носить аналитический, а не описательный характер, автор должен четко сформулировать круг рассматриваемых вопросов (проблем), их актуальность, цели исследования и результаты (выводы, рекомендации). Позиция автора должна быть аргументирована и логически выдержана.

2. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10 000–40 000 знаков).

3. Обязательным элементом является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

4. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления» (в квадратных скобках указывается номер источника в списке литературы).

5. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

6. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152–ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Вестник ОрелГИЭТ» (http://orelgiel.ru/public/Vestnik_OrelGIET), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

7. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с данными требованиями.

МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

AUTHORS GUIDELINES

Editorial board reviews, carries out necessary scientific and stylistic editing of all the materials published in the journal by all means. Reviewing and editing of manuscripts (scientific, stylistic, technical) is carried out by the editorial council according to requirements of Higher Attestation Commission of Russian Federation to scientific literature publication. The editorial board has the right to decline the work out of line with the requirements to the publication. Editorial is not obliged to explain the authors nontechnical reasons for articles rejection. Highly skilled experts co-operate with the journal and their opinion is defining.

Editorial board does not guarantee any publication terms of articles having positive review. On the average, it takes 3–6 month to pass through the technical control and to get positive decision of the editorial board.

The Orel State University of Economy and Trade and editorial board of «OrelOSIET Bulletin» invites lecturers, practical workers, post-graduate students and students to cooperate. The journal subscribers will have priority at publication.

THE REVIEWING PROCEDURE OF SCIENTIFIC ARTICLES

1. Editorial Board of «OrelSIET Bulletin» reviews only the materials sent by e-mail. Materials for publication should be sent to: rio-ogiet@mail.ru. The articles are reviewed, and all necessary scientific and stylistic editing of the materials published in magazines OrelSUET is done by the Editorial Board according to the requirements of High Attestation Commission of Russian Federation

2. Materials and articles should correspond scientific views, results and achievements of fundamental and theoretical-applied researches in the sphere of economic science and other social-humanitarian sciences and a number of natural-technical sciences (mathematics, informatics, commodity study, technology and nutrition hygiene). Materials out of line with the themes of the subject areas are not considered.

3. Each article must have a review of a specialist (Doctor of Science, Professor). The articles of post-graduate students and applicants for scientific degree must also have a recommendation for publication written by the scientific supervisor.

4. The Chief Editor sends the article to the member of the Editorial Board in charge of the topic. If the member in charge is absent or is the author of the article, the material is sent to external reviewers.

5. The external reviewers can be well-known specialists in the sphere who have had published articles for the last 5 years in the reviewed journals. They should have the same or higher scientific degree.

6. The reviewer must send a review or motivated refusal within 2 weeks since the date of getting the material by post of Russian Federation or email.

7. All the articles having a review of Editorial Board are discussed at the regular meeting and a decision on publication is made. The author is sent a letter concerning the decision (by post or e-mail).

8. The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and its copies may be put at the disposal of the Ministry of Education and Science on demand. Editorial Staff puts corresponding reviews of the articles at the disposal of authors and Councils of Experts of High Attestation Commission on demand without the name of the reviewer.

9. The article submitted to the Editor for the second time after correction is reviewed again.

10. External reviewing is possible if:

- The member of the Editorial Board in charge of the topic is absent;
- The member is not able to make a review;
- The Editorial Board does not agree with the opinion of the member of the Board;
- The member of the Board is the author of the article.

There should be a decision of the meeting of the Editorial Board to ask a scientist in the corresponding field of science to review the material. He is sent a letter with the request for reviewing, the article and recommended review form.

General Review of the Article

The review should highlight the following issues:

- Urgency and correspondence to the themes of the journal;
- Scientific level and novelty of the results submitted for publication and their practical importance;
- Advantages and disadvantages of the content and style;
- Concrete recommendations to improve the article;
- Possibility/impossibility of publication of the reviewed article in the journal.

TABLE OF CONTENTS

AGROINDUSTRIAL COMPLEX AND AGRICULTURE

Letyago Ju.A., Belkina R.I. WHEAT QUALITY OF TYUMEN REGION	7
Tuchkova L.E., Verkhovets I.A., Tikhoikina I.M., Fedotova I.E. INFLUENCE OF DEFECATION MUD ON SOIL CONDITION AND ESTIMATION OF ECONOMIC DAMAGE OF SOME ENTERPRISES OF OREL REGION	12

ACCOUNTING, ANALYSIS AND STATISTICS

Gulyaeva T.I., Kyshtymova E.A., Kidanova N.L. PROGNOSTIC MODELS OF EQUITY CAPITAL IN THE ORGANISATIONS STRATEGIC ANALYSIS	17
Karaleu Y.Y., Golaido I.M. REASONS FOR THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF ABC	24
Mazur L.V., Bobrova E.A. ESTIMATION OF THE STATE AUDIT EFFICIENCY AT TAX YIELD FORMATION OF THE ACCOUNTING SYSTEM	29

MARKETING AND MANAGEMENT

Gambarov T.R. INFLUENCE OF MANAGEMENT INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS ON DECISION-MAKING	36
Dokukina I.A., Pyanova N.V. PROBLEM OF SOCIAL MARKETING USE FOR CONSUMERS RETENTION IN SMALL-SCALE BUSINESS	42
Konobeeva O.E., Konobeeva E.E. LOGISTICAL APPROACHES TO THE BUSINESS ENTERPRISES MANAGEMENT	49
Lygina N.I., Pyanova N.V., Andrianova M.V. MODERN METHODS OF SALE STIMULATION	53
Makarova Ju.L., Kuznetsova L.M. ESTIMATION OF CORPORATE CULTURE DEVELOPMENT IN ENTREPRENEURIAL STRUCTURES	59
Mertsalova S.L., Karpova I.V. FEATURES OF CONDUCTING BUSINESS NEGOTIATIONS WITH FOREIGN PARTNERS	68
Sokolova N.N., Zakharkina N.V., Mosina E.I. INTERNAL SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF THE COMPANY OF OIL AND GAS INDUSTRY	72

WORLD AND REGIONAL ECONOMY

Armanshina G.R., Ilminskaya S.A. INTERREGIONAL DISPROPORTIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA: REASONS AND CONSEQUENCES	79
--	----

Kononova E.E., Magomedalieva O.V., Musatova I.V., Jakovleva T.V. ESTIMATION OF INFLUENCE OF INDUSTRIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF THE OREL REGION ON THE ECOLOGICAL CONDITION OF AREA: PROBLEMS AND FEATURES OF MANAGEMENT	85
Migunova G.S., Butenko I.V. STATE-PRIVATE PARTNERSHIP AS THE FACTOR OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF RUSSIA	93
Morkovkin D.E., Umnov V.A., Shmanev S.V. MODERN PROBLEMS AND TRAJECTORIES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGION (ON THE EXAMPLE OF SAMARA REGION)	99
Simonova E.V. EVOLUTIONARY MODELS OF COMPETITIVENESS MAINTENANCE OF MODERN ECONOMY	108

RECREATION AND TOURISM

Pashkevich L.A., Baturina N.A., Pokrovsky N.V. RISKS IN TOURISM: CONCEPT AND NATURE	114
Rudenko M.N., Shabanova N.V. SYSTEM CONTRADICTIONS AND PROBLEMS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT UNDER MODERN SOCIAL AND ECONOMIC CONDITIONS	121
Sribny V.I., Sereda I.A. APPROACHES TO THE ECONOMIC ESSENCE OF THE CATEGORY MEDICAL TOURISM	125
Shmarkov M.S., Malyavkina L.I. ASPECTS OF RISK-ORIENTED APPROACH TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE TOURISM MARKET	129

ECONOMIC ANALYSIS

Kyshtymova E.A. FORMATION OF THE CRITERIA OF PROFIT ESTIMATION AND ANALYSIS OF THE ORGANISATION EQUITY CAPITAL MANAGEMENT	134
Makarova T.N., Lebedeva O.A., Skvortsova N.A. ORGANIZATION AND REALIZATION OF SYSTEM ANALYSIS OF THE RETAIL ENTERPRISES LOCATION	140

ENTERPRISES AND SECTORS ECONOMY

Goloktionova Ju.G., Lisichkina N.V. ESTIMATION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIA IN SECTORAL ASPECT	147
Lygina N.I., Parshikov N.A., Rudakova O.V. DEVELOPMENT FEATURES OF IMPRESSIONS ECONOMY	151
Petrukhina E.V., Dudina E.V. MODERN PROBLEMS OF SERVICE QUALITY MANAGEMENT	158
Rudenko M.N., Rozhkov D.V. LEGAL BASES OF MEDICAL SERVICE RENDERING IN THE SYSTEM OF NATIONAL PUBLIC HEALTH CARE	164

Sribny V.I., Chelpanov A.V. THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF STRATEGIC IMPORTANCE OF THE CRIMEA REPUBLIC	167
Tronina I.A., Kononova E.E., Magomedalieva O.V, Musatova I.V. FEATURES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE RUSSIAN ENTERPRISES IN THE SPHERE OF WASTE PROCESSING: ECOLOGICAL–ECONOMIC ASPECT	170
ECONOMIC DEMOGRAPHY AND LABOR ECONOMICS	
Glutko A.V., Kuznetcova I.G. STATE INFLUENCE ON REPRODUCTION OF HUMAN CAPITAL IN RURAL AREA	175
Zvyagintseva Ju.A., Sotnikova E.A. ORGANIZATIONAL AND FINANCIAL AND ECONOMIC TOOLS OF GOVERNMENT MIGRATION CONTROL IN THE RUSSIAN FEDERATION	181
Ilukhina I.B., Ilminskaya S.A. INTERDEPENDENCE OF SPATIAL NONUNIFORMITY OF THE POPULATION DYNAMICS AND DIFFERENTIATION OF THE LABOUR ACTIVITY LEVEL IN THE REGIONS OF RUSSIA	187
Mosina E.I., Minakova E.I., Dumnova N.A. THE INFLUENCE OF WORKING CONDITIONS OF STAFF ON THE EFFECTIVENESS OF THE INDUSTRIAL ORGANIZATION	195
Orlova N.N. LABOUR EFFICIENCY AND FEATURE OF ITS CONTROL SYSTEM AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT	200
AUTHORS GUIDELINES	204

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ**



***Адрес: г. Орел, ул. Октябрьская, д.12,
телефон: 8 (4862) 25-50-32
(проезд троллейбусами №№ 6, 4, 8 и автобусами №№ 3, 11
до остановки «Дворец спорта» или «Часовой завод»)***

**Сайт ВУЗа: www.orelgiet.ru
E-mail: Ogiet@ogiet.ru
E-mail: 113.fdo@mail.ru
Страница в ВК: <https://vk.com/oguet>**

**Государственная лицензия на ведение образовательной деятельности
Серия 90Л01 № 0009216 от 03 июня 2016 года.**

**Свидетельство о государственной аккредитации
Серия 90А01 № 0001014 от 08 июля 2016 года.**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И
ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

приглашают научных и научно–педагогических работников общего и профессионального образования принять участие в научно–практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

Цели и задачи конференции:

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация новейших достижений науки и техники;
- обмен актуальной научно–технической информацией, укрепление деловых контактов между российскими и зарубежными учеными, специалистами и руководителями предприятий различных отраслей экономики.

Место проведения:

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Сайт: www.orelgiet.ru

E–mail: ogiet-konferenciya@yandex.ru

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (486) 225–50–43 (Шелепина Наталья Владимировна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500–249X), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, а также индексируется в базе данных РИНЦ (eLIBRARY.RU).