

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

№ 3 (25)
сентябрь 2018

Журнал издается с сентября 2012 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс Е29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации:

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель (издатель):

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Редакция журнала «Экономическая среда»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 255037 e-mail: economicsreda@mail.ru
© ОрелГУЭТ, 2018

Подписано в печать 21.09.2018 г.
Дата выхода в свет 28.09.2018.
Заказ №40. Формат 60х84¹/₈
Объем 6,4 п.л. Тираж 1000 экз.
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

Паршутина И.Г. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Редакционный совет:

- Глотко А.В.** доктор экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»
- Карлина Е.П.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
- Лазаренко А.Л.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Лочан С.А.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Лыгина Н.И.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Рудакова О.В.** доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Сироткина Н.В.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
- Цёхла С.Ю.** доктор экономических наук, профессор
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Юрзинова И.Л.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Ответственный редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

Лытнева Н.А., Петрова Ю.М., Джабарова С.С.

Управление материально-производственными запасами на основе информации налогового учета

5

Кыштымова Е.А., Медведева О.П.

Анализ НДС по экспортным операциям как фактор формирования собственного капитала

11

Банин С.Н.

Теоретико-методические аспекты оценки имущества как инструмента управления предприятием

20

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Бардовский В.П., Шапорова О.А.

Формирование инвестиционной инфраструктуры региона

27

Кудряшов В.С.

Зарубежный опыт политики импортозамещения

30

Бурец Ю.С.

Оценка инновационной комплементарности регионов

40

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

Орлова С.А., Ташанова Е.С.

Финансовая политика коммерческого банка

50

Закутаева К.В.

Электронный банкинг (интернет-банкинг)

54

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

Шелепова А.С., Кузнецов Р.В.

Динамика конъюнктуры рынка недвижимости города Орла как фактор изменения конкурентоспособности магазинов стройматериалов

59

Романчикова Б.И. Кросс-маркетинг как эффективный инструмент продаж в современных условиях: преимущества и недостатки	64
Царева М.И., Маякова В.В. Динамика цен на продукцию птицеводства в России	67
Банкова А.А. Малое предпринимательство как сектор национальной экономики: проблемы и перспективы развития	72
Раздолянскй С.В. Проблемы управления человеческими ресурсами на современном этапе	76
НАУКА БУДУЩЕГО	
Генералова А.А. Особенности спроса на гастрономический туризм	81
Каленина М.Ю. Отношение студентов к внедрению комплекса ГТО в образовательный процесс	85
Морозова Е.А. Конкурентное преимущество как рыночная сила предприятия	90
Рослякова А.Ю. Возможности эковолонтерства в регионе	95
Ставцева А.Е. Образ современного предпринимателя: основные черты	98
УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	102

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ И СТАТИСТИКА

УДК 657.42:331.103.255

Лытнева Н.А., Петрова Ю.М., Джабарова С.С.

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЗАПАСАМИ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИИ НАЛОГОВОГО УЧЕТА

Лытнева Наталья Алексеевна, доктор экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Петрова Юлия Михайловна, кандидат экономических наук, доцент; 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: petrova_orel@mail.ru

Джабарова Севиндж Сакитовна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: sevindzh.dzhabarova.96@mail.ru

В статье рассматриваются современные подходы к управлению материально-производственными запасами с использованием информации налогового учета как фактора снижения непроизводительных рисков предприятия. Исследована сущность и классификация материально-производственных запасов в соответствии с Налоговым Кодексом РФ. Раскрыт порядок организации налогового учета материальных расходов. Отражены особенности составления регистров налогового учета, которые формируют информацию о движении материально-производственных запасов – от поступления до списания их на затраты, признаваемые при определении налоговой базы при расчете налога на прибыль.

Ключевые слова: налоговый учет, материально-производственные запасы, налогообложение, регистры, затраты.

Lytneva N.A., Petrova Ju.M., Dzhabarova S.S.

MANAGEMENT OF MATERIAL-INDUSTRIAL INVENTORY ON THE BASIS OF TAX ACCOUNTING INFORMATION

Lytneva Natalya Alekseevna, doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Petrova Juliya Mikhailovna, candidate of economics 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: petrova_orel@mail.ru

Dzhabarova Sevinzh Sakitovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: sevindzh.dzhabarova.96@mail.ru

In the article modern approaches to management of material-industrial inventory using tax accounting information, as a factor of decrease of unproductive risks of the enterprise are considered. The essence and classification of material-industrial inventory according to the Tax Code of the Russian Federation are investigated. The organization order of tax accounting of material expenses is disclosed. Features of drawing up of tax accounting registers which form the information about the movement of material-industrial inven-

tory from receipt to their write-off on the expenses acknowledged at defining the tax base in profit tax calculation are reflected.

Keywords: tax accounting, material-industrial inventory, taxation, registers, expenses.

В процессе осуществления хозяйственной деятельности перед каждой организацией возникает задача управления своими товарно-материальными ценностями, запасами как сырья и материалов, так и готовой продукции. Руководителями структурных подразделений организации предусматриваются различные цели, которые объединяются в общую цель – максимизация прибыли от рационального использования материальных ресурсов.

Важным фактором повышения эффективности хозяйственной деятельности, бизнес-процессов организаций является повышение эффективности управления движением материальных запасов. Как показало исследование зарубежной практики хозяйствования, в компаниях промышленно развитых стран одним из основных ориентиров в управлении производственными процессами является управление запасами, а именно поиск возможностей их минимизации в установленных пределах. Это связано с ускорением оборота имеющихся в собственности и привлеченных ресурсов, повышение на основе этого конкурентоспособности, укрепление позиций на товарном рынке. Российские компании еще в недостаточной степени уделяют внимание управлению запасами как одному из основных направлений стратегии развития их производства, выхода и укрепления в рыночной среде в целях повышения их конкурентоспособности.

Актуальность исследования проблемы управления оптимизацией материальными запасами организации обусловлена тем, материальные запасы влияют на финансовое состояние организации, формирование его финансовых результатов. Обеспечение высокого уровня качества выпускаемой продукции зависит от оптимизации запасов готовой продукции, запаса сырья и материалов, запасов незавершенного производства. Снижение запасов ниже потребности производства ведет к убыткам, потере прибыли.

Процесс управления материально-производственными запасами предусматривает последовательное решение комплекса поставленных задач на разных этапах производства (рисунок 1).

Под материально-производственными запасами предприятия подразумевается присущая ей собственность, которая используется в качестве сырья, материалов при изготовлении продукта, специализированная с целью реализации или применяемая с целью административных потребностей предприятия [2]. В зависимости от роли, которая отведена материально-производственным запасам в ходе изготовления продукта, работ и услуг, они классифицируются на сырье и основные материалы, вспомогательные материалы, покупные полуфабрикаты, топливо, тару и тарные материалы, технологические отходы, специальные приспособления, специализированное оборудование, готовая продукция (рисунок 2).

Распределение материалов на основные и вспомогательные считается относительным и нередко находится в зависимости только лишь от количества материалов, которые применяются для изготовления разнообразных типов продукта.

Сырьем и основными материалами, предназначенными для процесса производства, считаются те предметы труда, которые потребляются с целью производства продукта, вследствие чего они создают вещественную (материальную) базу продукта. Вспомогательными представляются те материалы, которые употребляются для влияния на сырье и определенные материалы, придания продукту конкретных потребительских свойств.

В отдельности от категории вспомогательных и добавочных материалов рассматривается тара и тарные материалы, горюче-смазочные материалы и запасные части. Тарой и тарными использованными материалами являются объекты, которые используются с целью упаковки, сохранения и транспортировки разных материалов и продуктов. Горюче-смазочные материалы разделяют на техническое, моторное и хозяйственное топливо. В особую категорию относят специализированные приспособления, необходимое оборудование и особую одежду, несмотря на это, они считаются средствами труда.

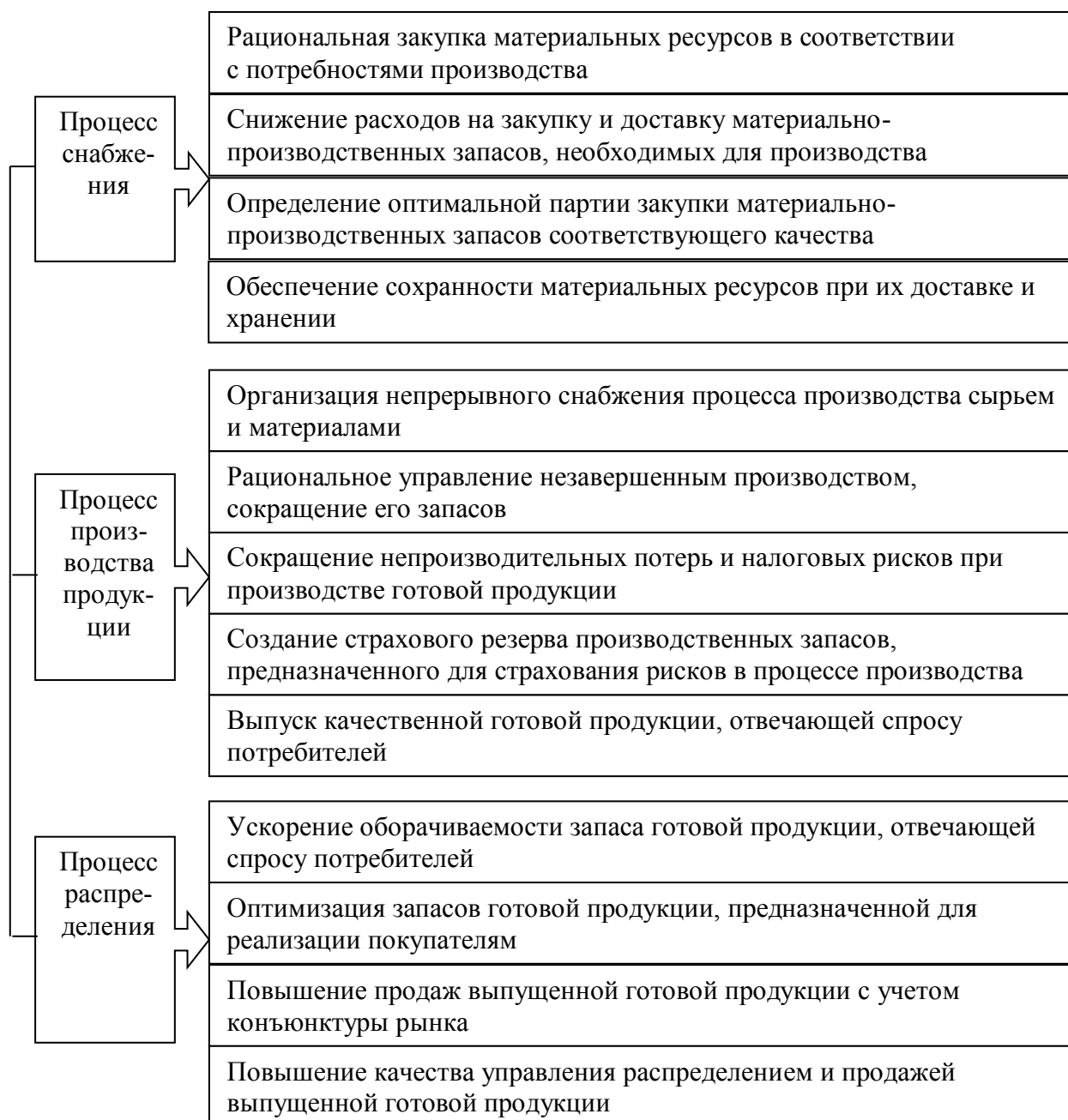


Рисунок 1 – Задачи управления материально-производственными запасами на предприятиях



Рисунок 2 – Состав материально-производственных запасов производственного предприятия

Основными информационными источниками для управления материально-производственными запасами служат данные бухгалтерского, налогового и управленческого учета. В системе управленческого учета источником информации является как первичная документация, так и управленческая отчетность [1].

В системе бухгалтерского учета нормативными документами, регламентирующими формирование информации по движению материально-производственных запасов, считается Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01), утвержденное Приказом Минфина РФ от 09 июня 2001 года №44н, которое соответствует международному стандарту МСФО 2 «Запасы». Согласно международному стандарту к материально-производственным запасам относятся неполное изготовление продукции и недвижимое имущество, специализированное с целью продажи. В ПБУ 5/01 никоим образом не используется взаимоотношение активов, которые применяется при изготовлении продукта, исполнении работ или оказании услуг.

Материальные запасы характеризуются как затраты предприятия на получение определенных активов [3]. В системе бухгалтерского учета в составе материально-производственных запасов в соответствии с ПБУ 5/01 учитываются активы:

- сырье, материалы, используемые в процессе производства продукции, которая предназначена для продажи;

- материалы, которые предназначены для продажи;

- материалы, необходимые для организации процесса управления организацией.

При использовании в процессе управления материально-производственными запасами данных бухгалтерского учета следует учитывать, что их оценка при оприходовании осуществляется по сформированной фактической себестоимости. В случае покупки запасов их фактическая себестоимость складывается из совокупности фактических затрат по их приобретению, исключая налог на добавленную стоимость и иные возмещаемые налоги. При этом в составе фактических затрат на покупку запасов могут учитываться:

- стоимость материально-производственных запасов, определенная договором поставки;

- стоимость информационных и консультационных услуг, связанных с покупкой запасов;

- суммы таможенных пошлин;

- сумма невозмещаемых налогов, уплачиваемых при приобретении материально-производственных запасов;

- предусмотренный размер вознаграждений посредническим организациям;

- транспортно-заготовительные расходы, связанные с заготовкой и доставкой запасов до места назначения, с учетом страховых расходов.

Оценка запасов при отпуске в производство и других направлениях выбытия осуществляется по выбранному предприятием одному из способов:

- способ оценки по себестоимости каждой единицы запасов;

- по средней себестоимости материально-производственных запасов;

- по себестоимости первых по времени приобретения материально-производственных запасов (способ ФИФО).

Выбранный метод должен быть закреплен учетной политикой организации [4].

Совершенно иные требования к использованию информации для управления материально-производственными запасами предъявляет система налогового учета. Материально-производственные запасы в налоговом учете характеризуются как расходы налогоплательщика на получение и использование активов (рисунок 3)

Затраты предприятия на приобретение материалов признаются для определения налоговой базы с целью исчисления налога на прибыль [5]. Неправильное их признание в налоговом учете может привести к необоснованным налоговым рискам.

При признании материальных расходов в налоговом учете необходимо руководствоваться статьей 254 Налогового кодекса РФ, согласно которой к таким расходам налогоплательщики могут относить стоимость использованных материальных ценностей, вещественной формы, не учитываются при этом основные средства. Состав материально-производственных расходов включает затраты на материалы, которые используются как в производстве, так и для осуществления общехозяйственных нужд.

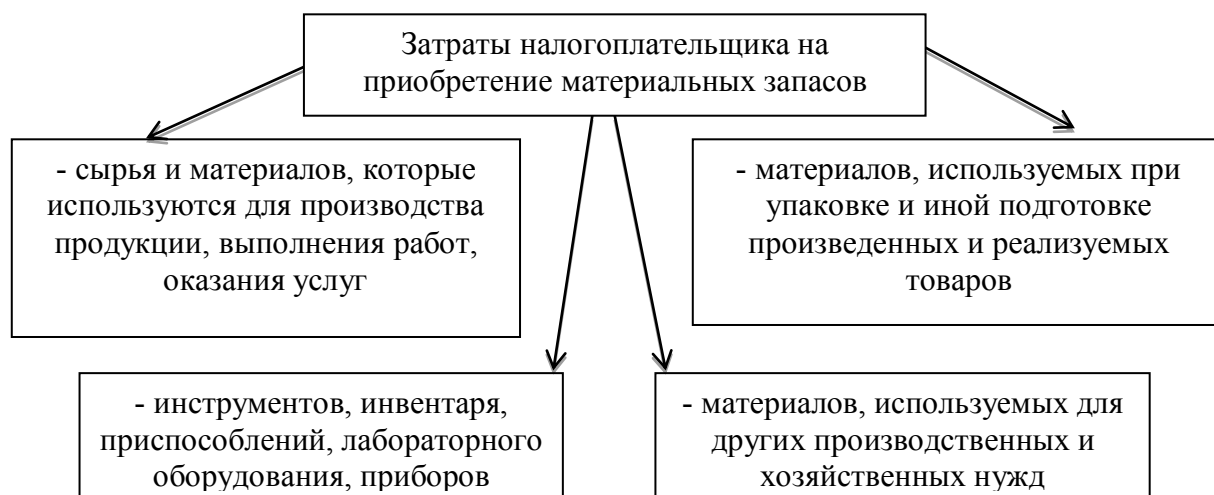


Рисунок 3 – Затраты налогоплательщика на приобретение материальных запасов

Вместе с тем, следует учитывать, что перечень затрат, входящих в состав материальных расходов, который приведен в статье 254 НК РФ, остается открытым. Он включает также перечень затрат, связанных с оплатой работ (услуг) производственного назначения, которые выполнены другими организациями, а также сумму расходов, связанных с содержанием и эксплуатацией производственного имущества, сумму технологических потерь и др.

Как и в бухгалтерском учете, в налоговом учете информация для управления материально-производственными запасами формируется в два этапа:

- затраты, возникающие при приобретении материалов;
- затраты при списании материальных запасов в производство.

Стоимость материальных запасов в системе налогового учета, которые включаются в материальные затраты, равны цене их приобретения, за исключением налога на добавленную стоимость и суммы акцизов. При этом в стоимость включаются суммы комиссионных вознаграждений, которые могут уплачиваться посреднической организации, суммы ввозных таможенных пошлин и сборов, расходов на транспортировку и суммы иных затрат, связанных с приобретением запасов.

При списании материальных запасов в производство возникают особенности по распределению затрат [7]. Определенная доля стоимости материальных запасов, которые переданы в производственный процесс, относят к прямым, они распределяются в соответствии с порядком, предусмотренным статьей 319 НК РФ. Данная статья устанавливает требования к оценке возникающего остатка незавершенного производства, остатка выпущенной готовой продукции. В связи с чем информация в налоговом учете по материальным затратам в производстве должна формироваться по стадиям движения материалов и их трансформации в готовую продукцию (рисунок 4).

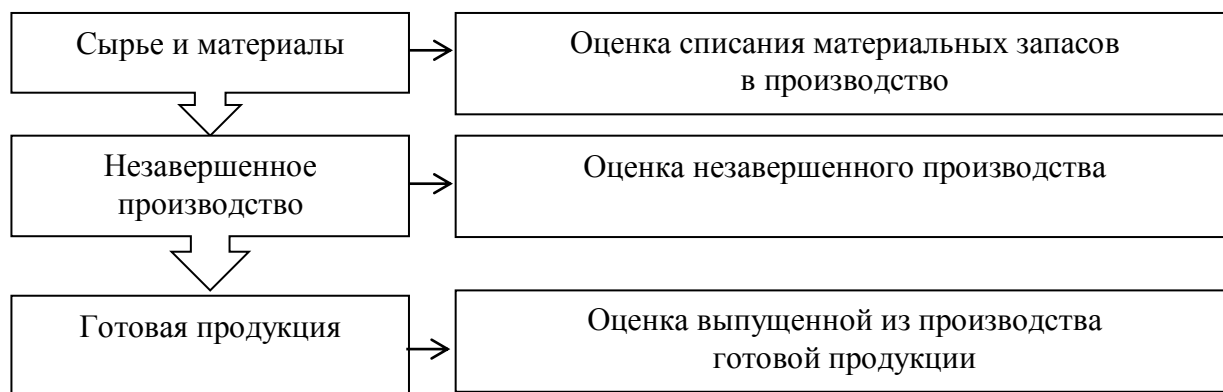


Рисунок 4 – Оценка материальных затрат в налоговом учете при трансформации материалов в готовую продукцию

Для оценки затрат незавершенного производства следует понимать, что в налоговом учете учитывается его состав и то, как происходит оценка. Налоговым кодексом РФ незавершенное производство характеризуется как стоимость продукции, которая готова частично, а также продукция, которая еще не прошла всех стадий обработки или производства, предусмотренных технологией. Кроме того, в состав незавершенного производства входят законченные работы, которые заказчик еще не принял. Также в этот перечень могут быть включены не выполненные до конца заказы, полуфабрикаты, находящиеся в производстве, при их возможной обработке.

Оценка имеющихся остатков незавершенного производства осуществляется, как правило, на конец месяца; для этого используются данные первичных документов по движению материальных ресурсов и возникших остатках, а также информация налоговых регистров о сумме возникших в данном периоде прямых расходов.

Для предприятий, у которых производственный процесс связан с различными видами обработки и переработки сырья, прямые расходы распределяются на остатки незавершенного производства в доле, которая соответствует доле таких остатков в используемом сырье за минусом возникших технологических потерь.

Для формирования информации в налоговом учете по материальным затратам предприятия составляют регистры налогового учета, накапливающие нужные сведения об их движении – от поступления до списания на расходы. Формирование фактической себестоимости материально-производственных запасов отражают в регистре учета операций приобретения имущества, работ, услуг, прав, а также в регистре-расчете «Формирование стоимости объекта учета». Регистр учета операций получения имущества, работ, услуг, прав заполняют, формируют по данным первичных документов, в которых отражены расходы, связанные с приобретением материалов.

В сводном регистре-расчете стоимости партий израсходованного сырья и материалов в отчетном периоде отражают фактическую себестоимость списанных материалов. На основе регистров осуществляется налоговый анализ материальных затрат [6].

При продаже материалов на сторону составляется регистр учета стоимости реализованного имущества, а также регистр учета операций по выбытию имущества, работ, услуг, прав. Регистры заполняются на основе накладных и договоров (при отпуске материалов на сторону), первичных документов на отпуск материалов, сведений из налогового учета по формированию фактической стоимости материалов.

Таким образом, для целей управления материально-производственными запасами с использованием данных налогового учета необходимо учитывать особенности их признания в составе расходов, принимаемых для целей налогообложения, что позволит снизить налоговые риски при исчислении налога на прибыль предприятия, уменьшить влияние негативных факторов на обеспечение устойчивости хозяйственной деятельности.

Список источников:

1. Боброва Е.А. Методологические основы управленческого анализа в механизме управления затратами организации // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – №12-6. – С. 1179-1184.
2. Казакова О.В. Налоговый и бухгалтерский учет материалов на предприятиях промышленности // *Молодежь Сибири – науке России: материалы международной научно-практической конференции*. – Красноярск: Сибирский институт бизнеса, управления и психологии, 2018. – С. 75-76.
3. Кыштымова Е.А., Боброва Е.А. Формирование информации по затратам на производство для калькулирования себестоимости // *Аудиторские ведомости*. – 2008. – №5. – С. 30-39.
4. Мангибаева Д. Организация учета материальных затрат и их влияние на управление затратами // *Вестник Кыргызско-Российского славянского университета*. – 2009. – Т. 9. – №7. – С. 141-143.

5. Мялкина А.Ф., Оводкова Т.А. Особенности налогового учета материально-производственных запасов // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – №6. – С. 34-41.

6. Парушина Н.В., Губина О.В., Руднев Р.В. Прикладные аспекты методики налогового анализа деятельности организации [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами: электронный журнал. – 2013. – №9 (57). – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs57-572013/item/2343-2013-09-12-08-04-21>.

7. Сафина З.З., Халилова Р.Р. Бухгалтерский и налоговый учет материально-производственных запасов: сходства и различия // Российский научный журнал. – 2016. – №4 (22). – С. 150-159.

УДК 657.446

Кыштымова Е.А., Медведева О.П.

АНАЛИЗ НДС ПО ЭКСПОРТНЫМ ОПЕРАЦИЯМ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

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

***Медведева Ольга Петровна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина»; РФ, 302019, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: rosa-13@yandex.ru*

В статье рассмотрен налог на добавленную стоимость по экспортным операциям как фактор, влияющий на формирование собственного капитала посредством правильности его исчисления на момент признания экспортной выручки. Проанализирован порядок организации учета и документального оформления налога на добавленную стоимость по движению экспортного товара. Раскрыта методика отражения на счетах бухгалтерского учета «входного» НДС по поступившим товарам, а также «исходящего» налога, подлежащего уплате в бюджет от стоимости отгруженного на экспорт товара, с признанной выручки от продажи экспортного товара при нарушении документального подтверждения экспорта товаров. Исследованы формы и способы контроля правильности исчисления и уплаты налога предприятиями-экспортерами на примере субъекта малого предпринимательства.

Ключевые слова: учет, экспорт, контроль, налог, бюджет, вычет, уплата, выручка, стоимость.

Kyshtymova E.A., Medvedeva O.P.

THE ANALYSIS OF VAT ON EXPORT OPERATIONS AS THE FACTOR OF EQUITY CAPITAL FORMATION

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

***Medvedeva Olga Petrovna**; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: rosa-13@yandex.ru*

In the article the value-added tax on export operations as the factor influencing formation of equity capital by correctness of its calculation at the moment of acceptance of export earnings is considered. The order of accounting organization and documentary registration of value added tax according to the movement of

export goods is considered. The technique of reflection of the “entrance” VAT on the received goods on book keeping accounts and “outgoing” tax on the value of goods shipped for export subject to payment in the budget, and on acknowledged proceeds from sale of export goods at infringement of documentary acknowledgement of goods export is disclosed. Forms and ways of the control of calculation and payment correctness of the tax by the enterprises-exporters on the example of small business subject are investigated.

Keywords: accounting, export, control, tax, budget, deduction, payment, gain, cost.

Осуществление внешнеэкономической деятельности является одним из важнейших источников получения дохода организаций [1], который влияет на формирование собственного капитала, обеспечивает устойчивое ее функционирование, предоставляет им возможность использования преимуществ внешней торговли, выхода на внешний товарный рынок, что повышает эффективность их хозяйственной деятельности и способствует реализации поставленных задач [7].

В современных условиях возникла необходимость исследования внешнеторговых операций, анализа и оценки их налогообложения, поскольку правильный учет и своевременность уплаты налогов становятся одним из резервов повышения капитала организации. Одним из основных налогов по экспортным операциям является налог на добавленную стоимость. Движение экспортных операций связано с возникновением как «входного», так и «исходящего» НДС, подлежащего уплате в бюджет [2].

Налог на добавленную стоимость относится к косвенным налогам. Требования к исчислению и уплате налога определены главой 21 Налогового Кодекса РФ [4]. Налоговый Кодекс РФ предусматривает НДС, предъявленный организации по поступившим товарам или фактически оплаченный ею при ввозе товара на таможенную территорию России, не включается в состав расходов, принимаемых при расчете налоговой базы по налогу на прибыль. НДС по поступившим товарам подлежит вычету. Невозмещаемую сумму НДС могут учитывать в стоимости приобретенных товаров (рисунок 1).

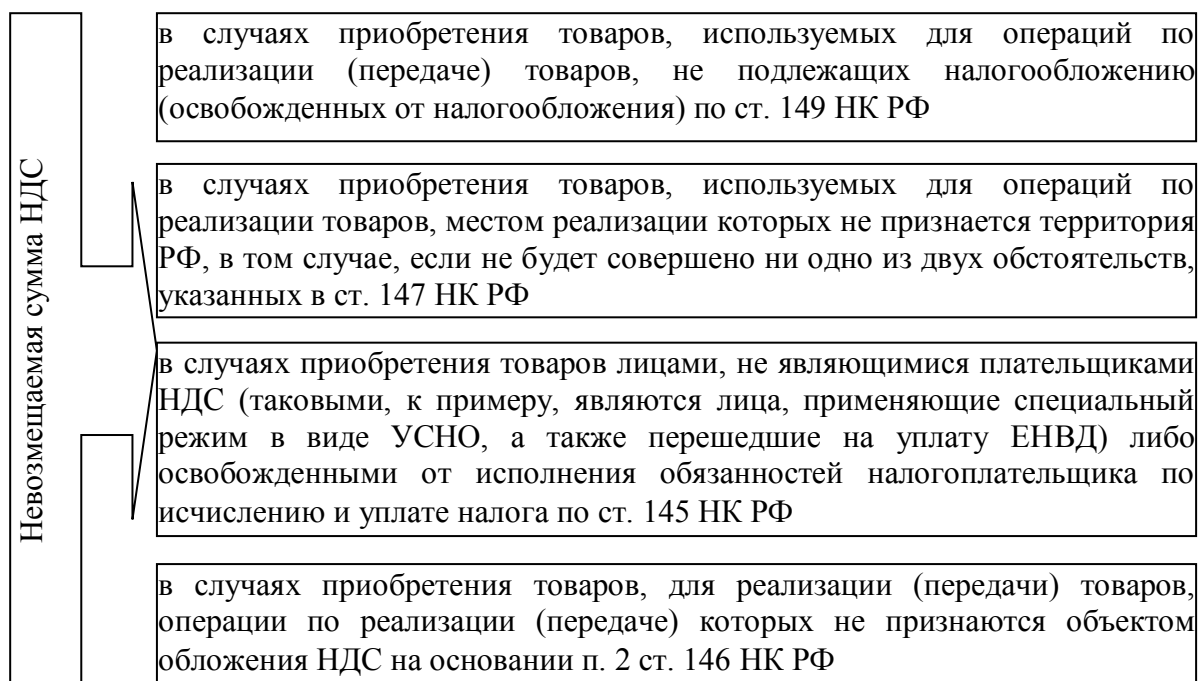


Рисунок 1 – Невозмещаемые суммы налога на добавленную стоимость

Для признания суммы «входного» НДС в состав налоговых вычетов организациям необходимо соблюдение ряда правил:

- товар приобретается для операций, облагаемых НДС;

- товар должен быть принят к учету;
- наличие оформленного счета-фактуры поставщика.

Принятие к учету товаров осуществляется по товарным накладным, с которыми поставщики предоставляют покупателям счета-фактуры. Счета-фактуры представляют собой документы для принятия покупателем к вычету НДС, который им был уплачен за поступивший товар. Счет-фактуру подписывает руководитель и главный бухгалтер предприятия либо иные уполномоченные лица.

В учете «входной» НДС должен быть отражен в бухгалтерском учете в соответствии с выставленным в счете-фактуре данными. Для организации бухгалтерского учета «входного» НДС Планом счетов бухгалтерского учета предусмотрен синтетический счет 19 «НДС по приобретенным материальным ценностям», к которому открыты следующие субсчета для учета НДС по экспортным операциям [6]:

- 19/01 «НДС по приобретенным основным средствам»;
- 19/03 «НДС по приобретенным МПЗ»;
- 19/04 «НДС по приобретенным услугам»;
- 19/05 «НДС по товарам, ввезенным на территорию России»;
- 19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%».

Бухгалтерские записи по входному НДС отражаются в регистрах по счету 19 «НДС по приобретенным материальным ценностям», таких как карточка счета, анализ счета, журнал-ордер. Суммы НДС по импортным и экспортным операциям отражаются отдельно, что позволяет осуществлять контроль правильности исчисления предъявленного к вычету НДС. Информация счета 19 «НДС по приобретенным материальным ценностям» свидетельствуют о том, что поступление товаров может осуществляться как от российских, так и иностранных поставщиков.

Операции по движению «входного» НДС по поступившим товарам по данным анализа счета 19 «НДС по приобретенным материальным ценностям» в разрезе субсчетов исследованы на основе документации малого предприятия ООО «Каскад», система учетных записей представлена в таблице 1. Поставка товаров на малое предприятие в текущем году осуществлялась только от российских поставщиков.

Таблица 1 – Бухгалтерские записи по НДС при поступлении материальных ценностей

Хозяйственные операции	Корреспонденция счетов		Сумма, руб.
	Дебет	Кредит	
Операции по отражению НДС по приобретенным МПЗ по ставке 18%			
Отражена сумма входного НДС по товарам, полученным от российских поставщиков	19/03 «НДС по приобретенным МПЗ»	60/01 «Расчеты с российскими поставщиками и подрядчиками»	1214814,64
Предъявлена к вычету сумма входного НДС по товарам, полученным от российских поставщиков	68 «Расчеты по налогам и сборам»	19/03 «НДС по приобретенным МПЗ»	1254582,89
Отражена сумма входного НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%	19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»	19/03 «НДС по приобретенным МПЗ»	985818,69
Операции по отражению НДС по приобретенным услугам производственного характера по ставке 18 %			
Отражена сумма входного НДС по услугам, полученным от российских поставщиков	19/04 «НДС по приобретенным услугам»	60/01 «Расчеты с российскими поставщиками и подрядчиками»	43243.78
Предъявлена к вычету сумма входного НДС по услугам, полученным от российских поставщиков	68 «Расчеты по налогам и сборам»	19/04 «НДС по приобретенным услугам»	43243.78
Операции по отражению НДС по приобретенным импортным товарам по ставке 18%			
Отражена сумма входного НДС по импортным товарам	19/05 «НДС по товарам, ввезенным на территорию России»	76/05 «Расчеты с таможенными органами»	-

Хозяйственные операции	Корреспонденция счетов		Сумма, руб.
	Дебет	Кредит	
Предъявлена к вычету сумма входного НДС по импортным товарам	68 «Расчеты по налогам и сборам»	19/05 «НДС по товарам, ввезенным на территорию России»	-
Операции по отражению НДС по приобретенным товарам, реализуемым по ставке 0%			
Отражена сумма входного НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%	19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»	19/03 «НДС по приобретенным МПЗ»	985818,69
Отражена сумма входного НДС по услугам, относящимся к товарам, реализуемым по ставке 0%	19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»	60/01 «Расчеты с российскими поставщиками и подрядчиками»	7921,11
Отражена сумма входного НДС по таможенным услугам, относящимся к товарам, реализуемым по ставке 0%	19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»	76/05 «Расчеты с таможенными органами»	1519,44
Предъявлена к вычету сумма входного НДС по товарам, реализуемым по ставке 0% после подтверждения реального экспорта	68 «Расчеты по налогам и сборам»	19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»	205535,63

Для учета предъявленных счетов-фактур малым предприятием ведет журнал, форма которого утверждена учетной политикой. В журнале учета полученных счетов-фактур общество хранит счета-фактуры, полученные от поставщиков и прочих контрагентов. Журнал предназначен для учета счетов-фактур по мере их поступления от продавцов. Поэтому в журнале зафиксирована дата поступления счета-фактуры. Журнал учета полученных счетов-фактур прошнурован, а его страницы пронумерованы.

Кроме того, для определения общей суммы НДС по поступившему товару и предъявляемого к возмещению бюджетом ведется книга покупок. Ведение книги покупок – обязанность плательщиков НДС (п. 3 ст. 169 НК РФ) [6]. Отражение НДС в книге покупок производится на основании документов, подтверждающих право организации на вычет. В книге покупок регистрируются документы, перечень которых представлен на рисунке 2.

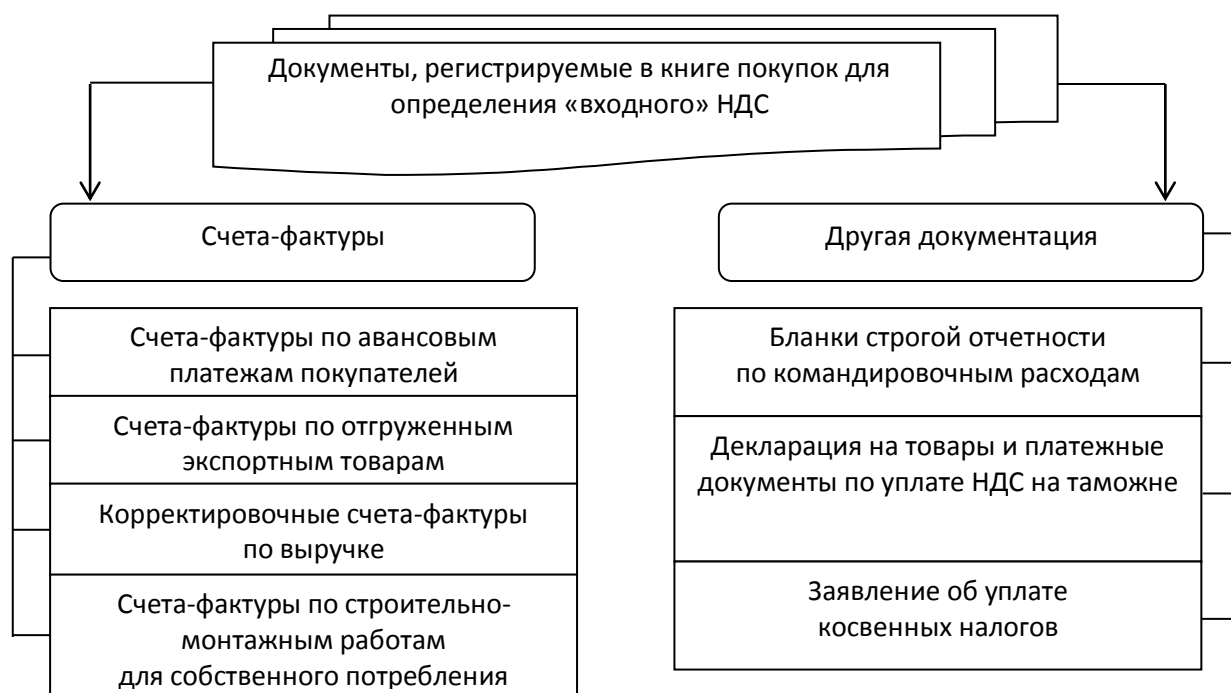


Рисунок 2 – Перечень документов, подлежащих регистрации в книге покупок по экспортным операциям

На основе первичных документов сумму «входного» НДС, подлежащую вычету из бюджета по поступившим товарам, отражает запись:

Дебет 68/2 «Расчеты с бюджетом по НДС»

Кредит 19/3 «НДС по приобретенным МПЗ»

Порядок исчисления и уплаты НДС торговыми организациями определен Налоговым кодексом РФ. К объектам налогообложения для расчета НДС относятся:

- продажа товаров на территории России, в том числе продажа предметов залога и передача товара по соглашению об отступном, передача имущественных прав (под продажей товаров понимается передача лицами на возмездной основе права собственности на товар);
- передача товаров для собственных нужд, расходы по которым не предъявляют к вычету при расчете налога на прибыль предприятия;
- объем выполненных строительно-монтажных работ для собственных нужд организации;
- импорт товаров на таможенную территорию России.

Схема синтетического учета «входного» НДС по товарным операциям малого предприятия с учетом товарных операций на внутреннем и внешнем рынках представлена на рисунке 3.

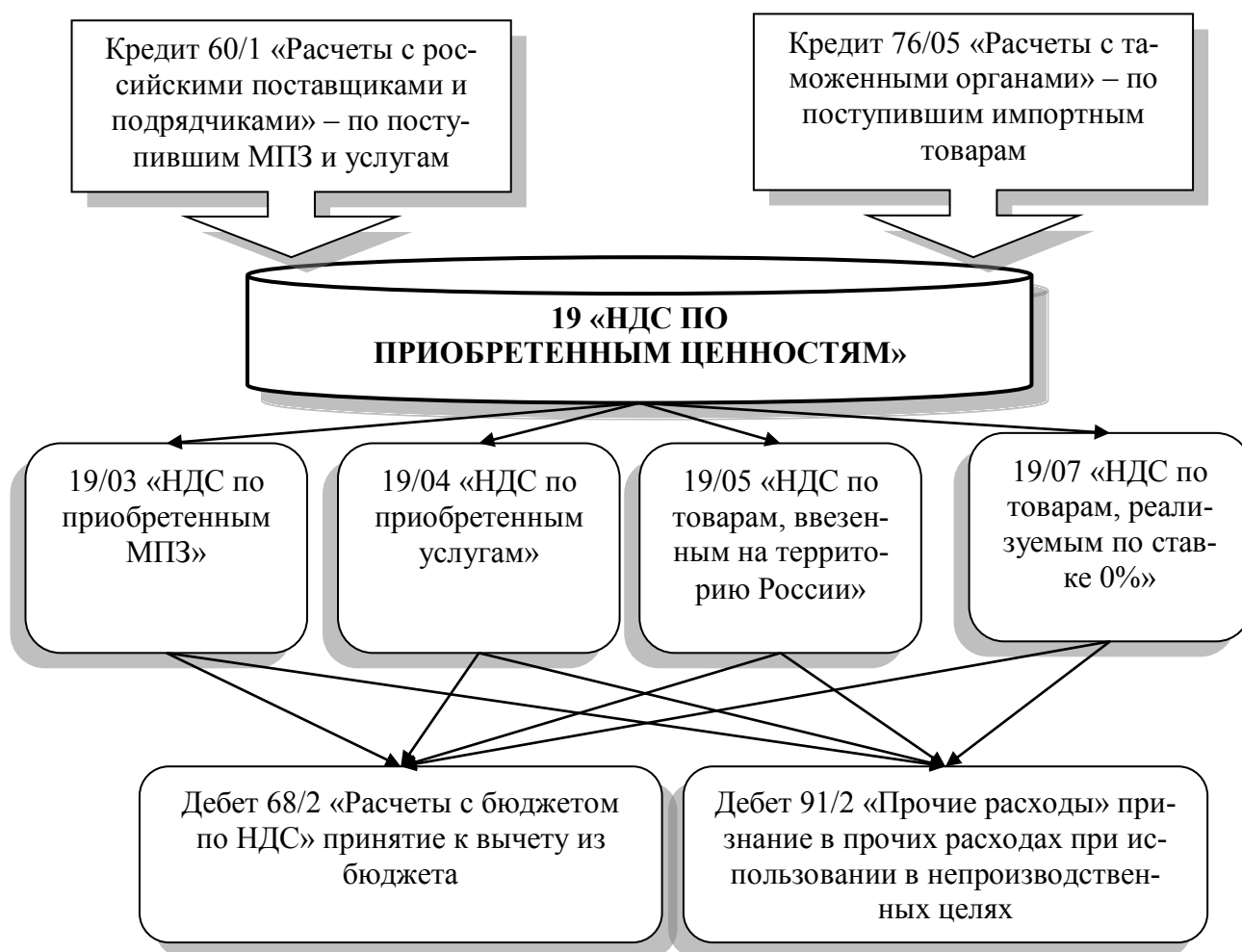


Рисунок 3 – Методика синтетического учета «входного» НДС по экспорту товаров малого предприятия

Сумма налоговой базы при продаже товаров равна стоимости этих товаров, определенной исходя из цен, сформированных в соответствии со ст. 40 НК РФ, с учетом сумм акцизов для подакцизных товаров без включения в НДС. При поступлении от покупателей полной или частичной оплаты в счет предстоящей отгрузки товаров налоговая база по НДС

определяется исходя из суммы полученного платежа с учетом налога. Налоговая база включает стоимость отгруженных товаров на момент их отгрузки, суммы авансовых платежей.

Для экспортеров Налоговым кодексом РФ введено понятие «нулевая ставка НДС». По экспортным операциям продажа товаров облагается НДС по ставке 0%, либо уплаченные суммы налогов возвращаются организации в соответствии с налоговым законодательством. Другими словами, реализация товаров, вывезенных в таможенном режиме экспорта, а также по товарам, помещенным под таможенную процедуру свободной таможенной зоны, налогообложение осуществляется по налоговой ставке 0%. От стоимости проданных товаров, реализуемых на внутреннем рынке, исчисляется НДС по ставкам 10 или 18%.

На отгрузку товара выписывают товарные накладные, а также выставляют счета-фактуры с выделением суммы НДС. Продавец должен представить покупателю счет-фактуру в течение пяти календарных дней после указанных событий:

- отгрузки товаров;
- получения аванса в счет предстоящих поставок товаров.

Порядок оформления счетов-фактур, выставляемых продавцами, установлен Правилами ведения журналов учета полученных и выставленных счетов-фактур, книг покупок и книг продаж при расчетах по налогу на добавленную стоимость. При реализации торговой организацией товаров, освобожденных от налогообложения, счет-фактуру выписывают без выделения суммы налога. Применение ставки 0% по экспортным операциям не освобождает организацию от выставления счетов-фактур. Счет-фактура может быть выставлен в иностранной валюте. Для подтверждения права применения ставки 0% по экспортным сделкам счета-фактуры, выставленные для реализации товаров на экспорт, подлежат регистрации в книге продаж в том налоговом периоде, на который приходится сбор документов. Форма книги продаж предусматривает отдельный учет товаров в разрезе ставок НДС и продаж, освобожденных от налога.

Предприятиями налоговая база для исчисления НДС определяется по кварталам, для этого записи счетов в книге продаж ведутся в хронологическом порядке. В книге отражаются счета-фактуры на отгруженные товары, суммы зачисленных на расчетный счет авансовых платежей, поступивших от покупателей, продажи, освобождаемые от налога и продажи на экспорт.

Учет НДС от суммы выручки осуществляется на счете 90/3 «Налог на добавленную стоимость». Исчисленная сумма НДС перечисляется в бюджет и отражается по счету 68 «Расчеты по налогам и сборам» на субсчете 68/2 «Расчеты с бюджетом по НДС. На сумму исчисленного НДС от продажи товаров составляется запись:

Дебет 90/3 «Налог на добавленную стоимость»

Кредит 68/2 «Расчеты с бюджетом по НДС»

Для подтверждения обоснованности применения налоговой ставки 0% при продаже экспортных товаров торговые организации должны в срок не позднее 180 календарных дней, считая с даты помещения товаров под таможенные процедуры экспорта, свободной таможенной зоны, перемещения припасов, представить в налоговый орган соответствующий пакет документов:

- копию контракта с иностранным лицом на отгрузку товаров за пределы таможенной территории России;
- декларацию на товары с отметками российского таможенного органа, осуществившего выпуск экспортных товаров, и российского таможенного органа от места выбытия товаров;
- копии транспортных и товаросопроводительных документов с отметками таможенных органов мест отгрузки товаров за пределы России.

Нарушение сроков подтверждения нулевой ставки ведет к обложению НДС экспортных операций по продаже товаров по ставке 18% или 10%. Моментом определения налоговой базы считается день отгрузки экспортных товаров. Факт нарушения сроков подтвержде-

ния ставки НДС по экспорту не лишает организации применения этого права впоследствии.

На сумму излишне уплаченного налога торговой организацией может быть подано заявление о зачете или о возврате его суммы. Организация имеет право в трехлетний срок с даты отгрузки экспортного товара собрать необходимый пакет документов и предоставить его в налоговый орган вместе с уточненной налоговой декларацией по НДС. При этом уплаченный НДС по ранее не подтвержденному экспорту возмещается.

Многими малыми предприятиями по товарным операциям по ряду сделок отгрузка осуществляется после поступления авансовых платежей от покупателей. При получении предоплаты в счет предстоящих поставок товаров организация-продавец уплачивает НДС в бюджет. Налоговая база при этом определяется исходя из суммы аванса, а налог определяется по расчетной ставке – 18/118.

Торговые организации имеют право на налоговые вычеты по поступлению товаров, которые по экспортируемым товарам применяются на момент определения налоговой базы, то есть на последнее число квартала, в котором собран полный комплект документов, подтверждающих применение нулевой ставки НДС. Налоговый вычет по НДС торговая организация может применять при продаже товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Налоговый Кодекс РФ не устанавливает специальных правил ведения раздельного учета сумм «входного» НДС по экспортно-импортным операциям.

В практической деятельности малые предприятия самостоятельно определяют и отражают в приказе об учетной политике организации НДС по каждому виду товаров, облагаемых по разным ставкам [2]. Раздельно учитываются суммы «входного» НДС по товарам, используемым в операциях, облагаемых по ставке 0%. Кроме того, рабочим Планом счетов для учета «входного» НДС по товарам, реализуемым на экспорт, предусматривается отдельный счет 19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%». При подтверждении права применения ставки НДС 0% предприятия списывают с данного счета сумму НДС, предъявляемую к вычету из бюджета по экспортным операциям. Для этого осуществляется камеральная налоговая проверка пакета документов, предусмотренного НК РФ. В состав пакета документов входят договоры с поставщиками, «входящие» счета-фактуры, товарные накладные, товарно-транспортные накладные, декларация на товары. Налоговые органы устанавливают правильность расчета НДС, предъявляемого к возмещению по экспортным операциям, т.е. по каждой отгруженной номенклатурной позиции проверяется наличие в базе данных, находящихся в налоговой инспекции, отгрузки по поставщикам с уплатой НДС.

Для осуществления внутреннего контроля полноты предоставляемой информации по экспортным операциям и правильности расчета НДС, предъявляемого к вычету по сделкам со ставкой 0%, мы предлагаем разработанный регистр «Расчет возмещения (вычета) входного налога на добавленную стоимость по материальным ресурсам, использованным при производстве и реализации экспортной продукции» (таблица 1).

Данный регистр предусматривается для составления к каждому счету-фактуре на реализацию товаров на экспорт. Основные позиции, которые рекомендуется учесть при его составлении:

- номер и дата контракта с иностранным покупателем;
- указание декларации на товары, номер и дата счета-фактуры, по которому осуществлена отгрузка;
- паспорт сделки;
- наименование товара;
- наименование поставщика указанного товара;
- сумма товарно-материальных ценностей с НДС в соответствии со счетом-фактурой поставщика;
- количество;
- сумма без НДС;
- сумма НДС.

Таблица 1 – Регистр «Расчет возмещения (вычета) входного налога на добавленную стоимость по материальным ресурсам, использованным при производстве и реализации экспортной продукции»

Наименование товара отгруженного на экспорт	Наименование поставщика	Стоимость товарно- материальных ценностей с НДС, руб.	Оприходованные материальные ресурсы количество	стоимость без НДС	В том числе отгружено на экспорт по ГТД (контракт: №, дата), стоимость	В том числе подтвержден реальный экспорт		Наличие счетов- фактур, удостоверяющих условиям установленного порядка
						стоимость	НДС	
Контракт № Э07/0116 от 26.01.2016г. ГТД 10108080/060717/0006782 Счет-фактура № 98 от 05.07.2017 г. на сумму 5 722 445,00 руб. РФ П/С 16019105/2879/0000/1/1 ООО «Каскад-Гидро» (LLP "KASKAD-HIDRO") Льгота 3 квартал 2017г.								
Электродвигатель А4-400У-4 МУЗ (630кВт, 6000В, 1500 об/мин.)	ООО «Торговый дом «Русэлпрм»	850 839,00	1 шт.	721 050,00	Электродвигатель А4-400У-4 МУЗ (630кВт, 6000В, 1500 об/мин.)	850 839,00	129 789,00	№ 9448/1 от 30.06.2017г.
		850 839,00	1 шт.	721 050,00		850 839,00	129 789,00	
		850 839,00	1 шт.	721 050,00		850 839,00	129 789,00	
Электродвигатель А4-450У-6 МУЗ (800кВт, 6000В, 1000 об/мин.)	ООО «Торговый дом «Русэлпрм»	1 141 237,00	1 шт.	967 150,00	Электродвигатель А4-450У-6 МУЗ (800кВт, 6000В, 1000 об/мин.)	1 141 237,00	174 087,00	№ 9448/1 от 30.06.2017г.
		1 141 237,00	1 шт.	967 150,00		1 141 237,00	174 087,00	
Насос ЦНС300-240 (сальник) без рамы	ООО «УниверсалСервис»	377 600,00	1 шт.	320 000,00	Насос ЦНС300-240 (сальник) без рамы	377 600,00	57 600,00	№ 112 от 27.06.2017г.
		755 200,00	2 шт.	640 000,00		755 200,00	115 200,00	
Насос АСВН-80Л без электродвигателя	ООО «СтройНасосСервис» АО «Электроагрегат»	258 000,00	6 шт.	218 644,07	Насос АСВН-80Л без электродвигателя Эл.двиг. В/З 11*1500 1081 380 Вл ВА132М41ExdIIВТ4х	258 000,00	39 355,93	№ 1518 от 21.06.2017г.
		200 460,00	6 шт.	169 881,36		200 460,00	30 578,64	
Эл.двиг. 132*1500 1001 3/6 АИР280М4 БОУ2 IP55 ВЭ556	АО «Электроагрегат»	121 810,00	1 шт.	103 228,81	Эл.двиг. 132*1500 1001 3/6 АИР280М4 БОУ2 IP55 ВЭ556	121 810,00	18 581,19	№ 179-040 28.06.2017г.
ИТОГО		6 548 061,00		5 549204,24	Электродвигатель А4-400У-4 МУЗ (630кВт, 6000В, 1500 об/мин.)	850 839,00	129 789,00	№ 9448/1 от 30.06.2017г.

Директор
Главный бухгалтер

Итоговая сумма НДС в целом по регистру будет предъявлена к возмещению по данной отгрузке. По показателям данного регистра управленческий персонал может отслеживать размер себестоимости по статье приобретаемых товаров и соответственно рассчитывать прибыльность сделки.

В учете сумма НДС, предъявленная к вычету по экспортной сделке, отражается проводкой:

Дебет 68/02 «Расчеты с бюджетом по НДС»

Кредит 19/07 «НДС по товарам, реализуемым по ставке 0%»

Суммы, отражаемые по дебету счета 68/2 «Расчеты с бюджетом по НДС», вносят в раздел «Декларации по налогу на добавленную стоимость» с соответствующим распределением по пунктам данного раздела. Декларация по НДС заполняется на основании книг продаж, книг покупок и данных регистров бухгалтерского учета по счету 68/02 «Расчеты с бюджетом по НДС», включая НДС по товарным операциям, а также по работам и услугам производственного характера.

Сумма НДС, подлежащая уплате в бюджет, определяется как разница между суммами, учтенными по дебету и кредиту счета 68/02 «Расчеты с бюджетом по НДС».

Таким образом, для эффективного осуществления экспортных операций необходимо осуществлять контроль их налогообложения. Система внутреннего контроля основывается на данных бухгалтерского учета, в связи с чем учетной политикой малого предприятия необходимо предусмотреть методику входного и исходящего НДС по экспорту, использовать предложенные учетные регистры для формирования суммы НДС, подлежащего уплате в бюджет, что повысит прозрачность налогообложения экспортной сделки и снизит налоговые риски.

Список источников:

1. Богдан А.С., Лытнева Н.А. Современное состояние и проблемы внешнеэкономической деятельности предприятий в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (9). – С. 144-147.
2. Кулинина Г.В., Шалашова Н.Т., Юшкова С.Д. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности организаций. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2003. – 272 с.
3. Лытнева Н.А. Формирование учетной политики внешнеэкономической деятельности // Фундаментальные исследования. – 2016. – №12-3. – С. 668-672.
4. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая от 05.08.2000 г. №117-ФЗ (в ред. от 03.08.2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/afc2c1960d7c8d96118c85952ade1af955f9ab1f/.
5. Парушина Н.В., Губина О.В., Руднев Р.В. Прикладные аспекты методики налогового анализа деятельности организации [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами: электронный журнал. – 2013. – №9 (57). – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs57-572013/item/2343-2013-09-12-08-04-21>.
6. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 №94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/fd05066bbb0a451cf5dc95b2af35808cbef2509e/.
7. Тринка Л.И., Лехман Е.В. Теоретические подходы к анализу эффективности экспортных операций [Электронный ресурс] // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – №27. – Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/51282-teoreticheskie-podxody-analizu-effektivnosti-eksportnyx-operacij>.

УДК 657.92:658.5

Банин С.Н.

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИМУЩЕСТВА
КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

*Банин Сергей Николаевич**, 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: zaoexpert@mail.ru

В статье рассмотрен понятийный аппарат управления имуществом организаций, сущность, способы и приемы его оценки, классификационные признаки отдельных элементов для целей принятия управленческих решений. Проанализированы функции и способы управления имуществом, определены направления их развития для обеспечения устойчивости хозяйственной деятельности организаций в условиях неопределенности. Исследован состав и структура имущества, их влияние на результативность функционирования предприятий.

Ключевые слова: управление, имущество, оценка, методы, классификация, эффективность.

Banin S.N.

**THEORETICAL-METHODICAL ASPECTS OF PROPERTY APPRAISAL
AS A TOOL OF OPERATION OF BUSINESS**

Banin Sergey Nikolaevich, postgraduate 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: zaoexpert@mail.ru

Conceptual administrative apparatus of organizations property, the essence, the ways and techniques of its estimation and classification features of separate elements for making administrative decisions are considered in the article. Functions and ways of property management are considered. Their development directions to provide stability of organizations economic activities under conditions of uncertainty are defined. The property pattern and structure and their influence on productivity and functioning of the enterprises are investigated.

Keywords: management, property, appraisal, methods, classification, efficiency.

Неотъемлемым условием осуществления хозяйственной деятельности является обеспечение организации имуществом, а именно: материальными, трудовыми, финансовыми ресурсами, необходимыми объектами основных средств. В условиях жесткой конкуренции и постоянно меняющейся рыночной конъюнктуры предприятию приходится постоянно лавировать и занимать более выгодные ниши рынка для развития своего производства [5]. А значит, возникает необходимость в приобретении нового современного оборудования [4], внедрения усовершенствованных технологий для производства качественной, востребуемой потребителем продукции.

С улучшением использования имущества обеспечивается увеличение объема производства; ускоренное обновление средств труда, что сокращает возможность морального износа оборудования и способствует техническому прогрессу в отрасли; снижение себестоимости продукции за счет амортизационных отчислений в расчете на единицу продукции, ускорение оборачиваемости материальных ресурсов [6].

Таким образом, исследование способов и приемов управления имуществом организа-

* *Научный руководитель: Лытнева Наталья Алексеевна, д.э.н., профессор; e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

ции, ее оценки для принятия управленческих решений являются актуальными причинами для проведения научных исследований в этой области.

При проведении исследований имущественного состава организаций необходимо учитывать их отраслевую принадлежность и виды деятельности, поскольку разные отрасли имеют свои особенности, которые влияют на специфику состава и структуры имущества, его движение и использование.

Понятие имущества зачастую обобщают с понятием собственности, поскольку подразумевают одни и те же объекты, за исключением того, что собственность характеризует их правовую основу, а имущество – экономическую [7].

С экономической точки зрения имущество – это все то, чем располагает или распоряжается предприятие [1].

Исследование имущественного состава организации можно осуществлять по разным направлениям в зависимости от поставленной управленческой цели:

- исследование имущества по данным бухгалтерского баланса как совокупность активов организации (рисунок 1);
- исследование и оценка движимого и недвижимого имущества;
- оценка и анализ собственности, принадлежащей предприятию.

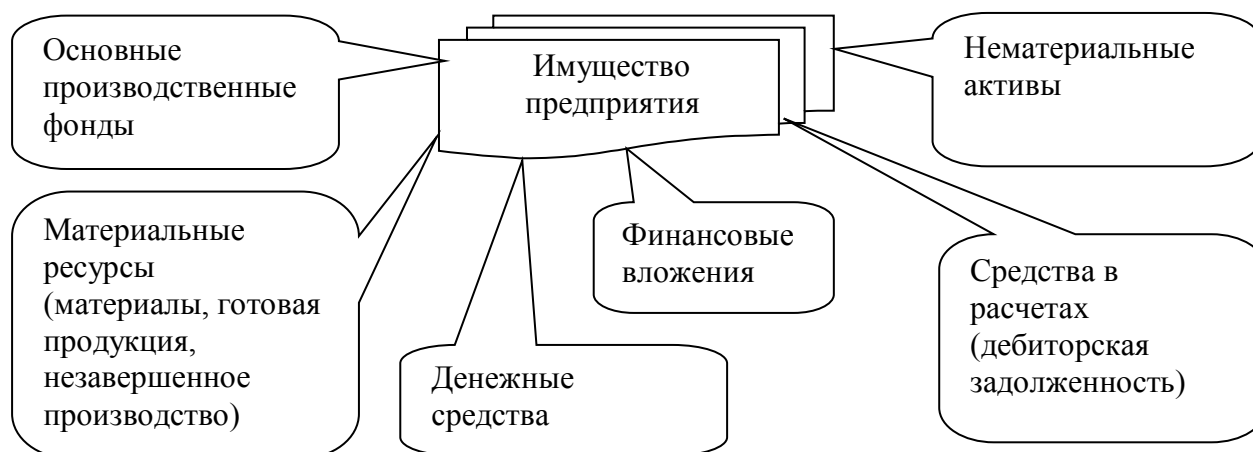


Рисунок 1 – Имущественный состав предприятия по данным бухгалтерского баланса

На процесс управления имуществом оказывает влияние выбранная стратегия управления [3]. Различают спекулятивную и долгосрочную стратегию управления. Суть спекулятивной стратегии заключается в извлечении максимального дохода от использования имущества и последующей его продажи. Долгосрочная стратегия предусматривает получение прибыли от использования имущества с последующей перспективной ее капитализацией в увеличение стоимости имущества.

В процессе управления имущество организации подразделяется на движимое и недвижимое. При этом следует учитывать, что к недвижимому имуществу относятся такие объекты, как природные ресурсы (леса, водные недра, земля, многолетние насаждения); наземные и подземные постройки в виде зданий, сооружений; воздушные и космические объекты (космические станции, корабли, воздушные суда); водные и речные объекты (морские суда, морские и водные сооружения).

Недвижимое имущество подлежит государственной регистрации, в связи с чем требует достоверной и правильной оценки. Государственная регистрация осуществляется в соответствии с действующим законодательством и направлена на защиту прав собственников на право владения имуществом, то есть на защиту права на собственность. Регистрация недвижимости осуществляется по месту нахождения объекта в рамках границ определенного

округа. Собственность на недвижимость предприятия должна быть подтверждена наличием регистрационных документов, которые дают право принимать управленческие решения по использованию объекта или его отчуждению.

Движимое имущество не требует государственной регистрации, его стоимость определяется с использованием принятых методик.

Процесс управления разными видами имущества предприятия определяется принятой стратегией развития хозяйственной деятельности. В зависимости от специфики предприятия для разных видов имущества могут предусматриваться различные стратегические цели (рисунок 2).



Рисунок 2 – Стратегии управления имуществом предприятия

В системе управления имуществом предприятия используют разные методы, среди которых можно выделить:

- систему правовых методов управления, обеспечивающих подтверждение право собственности на принадлежащую предприятию недвижимость;
- совокупность экономических методов управления, предназначенных для оценки и анализа доходов, расходов, затрат, возникающих при эксплуатации и использовании объектов недвижимости;
- систему организационных методов управления, необходимых для организационного влияния на возможность управлять недвижимостью;
- комплекс технических методов, необходимых для обеспечения содержания объектов недвижимости, принадлежащих предприятию в соответствии с их назначением.

Каждая группа методов имеет свою область назначения и предусматривает выполнение определенных процедур для достижения поставленной цели.

В таблице 1 выделены основные критериальные характеристики методов управления имуществом предприятия.

Таблица 1 – Критериальные характеристики методов управления имуществом предприятия

Метод управления имуществом	Критериальные характеристики методов управления имуществом предприятия
Система правовых методов управления	Законодательный, нормативно регламентированный контроль поведения субъектов рынка недвижимости (осуществление со стороны государственных органов)
	Выдача регистрационных документов, подтверждающих право на объекты недвижимости
	Участие в оценке недвижимости профессиональных участников рынка
	Определение требований к различным видам деятельности и участникам рынка недвижимости
	Введение ограничений и санкций за нарушение нормативных требований при совершении сделок с недвижимостью
	Определение совокупности элементов, которые обеспечивают функционирование объектов недвижимости в соответствии действующим законодательством
Совокупность экономических методов	Определение системы налогообложения имущества, предоставление льгот
	Контроль установленной учетной ставки, дисконтной политики Банка России
	Обращение выпущенных жилищных сертификатов
	Безвозмездные субсидии гражданам для жилищного строительства на коммерческой основе
	Государственные целевые программы в области жилищного строительства
	Управление амортизационной политикой
Система организационных методов	Определение и оценка качественных и количественных результатов управления имуществом при максимальной экономии ресурсов
	Разработка и реализация положений по осуществлению организационно-подготовительных мероприятий по управлению имуществом
	Разработка структуры организаций и структуры вышестоящих органов управления
	Определение полномочий руководителей организаций по управлению имуществом
	Воздействие на трудовые коллективы и отдельных работников с помощью ряда организационных положений по управлению имуществом
Комплекс технических методов	Обеспечение на предприятии эффективного управления имуществом, достижение поставленных управленческих целей
	Обеспечение процесса эксплуатации и использование объектов недвижимости, принадлежащих предприятию на праве собственности
	Управление эксплуатацией и содержанием объектов недвижимости
	Соблюдение технических норм и нормативов по имущественному составу предприятия

Процесс управления имуществом требует его структурирования, которое характеризует количественный состав имущества, виды, место нахождения объектов.

Особое место в исследовании имущества отводится изучению производственных фондов в составе основных средств, которые влияют на организацию производства, выпуск продукции, формирование себестоимости продукции, получение конечного финансового результата и классифицируется как движимое и недвижимое имущество.

К основным средствам относят определенную часть имущества организации, которая используется в виде средств труда в производственном процессе при выпуске продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управления организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев, или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев.

Для оценки и анализа основных средств основным источником является система бухгалтерского учета. В соответствии с ПБУ 6/01 «Учет основных средств» при принятии к уче-

ту активов в качестве основных средств необходимо одновременное выполнение ряда условий (рисунок 3).



Рисунок 3 – Условия признания активов в составе основных средств предприятия

В процессе управления движением и использованием основных средств необходимо учитывать их разнообразие по составу, структуре и назначению. Для оценки объектов в целях эффективного управления ими необходимо использовать их классификацию по определенным признакам, а именно: по группам основных средств, назначению, участию в производственном процессе при производстве и выпуске готовой продукции.

Для всех организаций в целях управления может применяться единая типовая классификация основных средств, которая позволяет группировать объекты по таким признакам, как отрасль, назначение, вид, принадлежность, направление использования.

Группировка основных средств осуществляется в зависимости от поставленной цели. К примеру, группировка основных средств по отраслевому признаку (промышленность, торговля, сельское хозяйство, энергетика, транспорт и др.) необходима для формирования информации о стоимости объектов в каждой отрасли, позволяющая принимать решения о развитии отраслевого производства.

Группировка основных средств по назначению предусматривает их деление на производственные основные средства основного вида деятельности организации, производственные объекты основных средств других отраслей, непроизводственные объекты.

В зависимости от экономического содержания основные производственные средства подразделяют на активную и пассивную часть. Активная часть основных средств включает объекты, принимающие непосредственное участие в процессе производства, в том числе: наличие машин и оборудования (силовых машин и оборудования, рабочих машин и оборудования, измерительных и регулирующих приборов и устройств, лабораторного оборудования, вычислительной техники, прочих машин и оборудования); объекты транспортных средств; инструмент; имеющийся инвентарь и принадлежности.

К пассивным основным средствам относятся объекты, обеспечивающие нормальное функционирование процесса производства организаций. К ним относятся: земельные участки; здания; сооружения, такие как мосты, подъездные пути, дороги; передаточные устройства, в том числе нефтепроводы, водопроводы, электропроводы, газопроводы и другие.

По видам объекты основных средств можно объединить по следующим группам: различные здания; сооружения, находящиеся на балансе организации; рабочие и силовые машины; разные виды оборудования; измерительные, регулирующие приборы; объекты вычислительной техники; транспорт; инструмент; инвентарь и принадлежности; рабочий, продук-

тивный и племенной скот; объекты многолетних насаждений и пр. К этой группе могут быть отнесены капитальные вложения в коренное улучшение земель в виде осушительных, оросительных и других мелиоративных работ, а также в арендованные основные средства

Группировка объектов по степени их использования делится на эксплуатируемые и находящиеся в запасе или созданном резерве, в процессе достройки или дооборудования, а также на реконструкции или частичной ликвидации и консервации.

В процессе функционирования организации объекты основных средств могут группироваться по правам собственности или владения объектами:

- основные средства, которые принадлежат предприятию на праве собственности;
- объекты, которые находятся в оперативном управлении или хозяйственном ведении;
- основные средства, которые получены организацией по договору аренды.

Наиболее распространенной группировкой в управлении организацией является выделение натурально-вещественного состава по функциям, которые они выполняют. Основными группами основных средств в соответствии с Общероссийским классификатором основных средств являются: здания; сооружения; машины и оборудование; транспорт; производственный и хозяйственный инвентарь; стада рабочего и продуктивного скота, книжные фонды в библиотеках, капитальные затраты в стоимость основных средств.

К капитальным вложениям на коренное улучшение земель относятся мероприятия в виде проведения осушительных, оросительных и других мелиоративных работ. Сумма капитальных вложений в многолетние насаждения, коренное улучшение земель включается в стоимость основных средств в сумме собранных затрат, которые относятся к принятым в состав имущества площадям вне зависимости от окончания работ.

Принцип классификации по отраслевой принадлежности предусматривает основные средства: промышленности, транспорта, сельского хозяйства, туризма, торговли и т.д. В рамках одного предприятия классификация основных средств может присутствовать в случае, если осуществляется несколько видов деятельности. Например, в сельском хозяйстве группировка по подотраслям: растениеводство, животноводство, пчеловодство и т.п.

В зависимости от использования объектов основных средств в хозяйственной деятельности организации их подразделяют на объекты в эксплуатации, объекты основных средств в запасе (резерве), на стадии достройки, дооборудования, основные средства на реконструкции и частичной ликвидации, объекты основных средств на консервации.

Немаловажным для управления организацией является принцип классификации основных средств по срокам эксплуатации, по которому их подразделяют на следующие группы: до 5 лет, 6-11 лет, 11-20 лет, свыше 20 лет. Группировка по продолжительности использования используется для планирования и восстановления, то есть для воспроизводства основных средств.

Принцип группировки по техническим параметрам подразделяет основные средства на пригодное оборудование; оборудование, нуждающиеся в капитальном ремонте; основные средства, подлежащие списанию.

С вступлением в действие Налогового кодекса РФ появился принцип, связанный с налогообложением, признанием расходов при определении налоговой базы для расчета налога на прибыль, в части признания в их составе начисленной амортизации. В соответствии с Налоговым кодексом РФ объекты основных средств подразделяются на десять групп, в основу группировки положены сроки их полезного использования:

- от одного года до двух лет включительно;
- от двух лет до трех лет включительно;
- от трех лет до пяти лет включительно;
- от пяти лет до семи лет включительно;
- от семи лет до десяти лет включительно;
- от десяти лет до пятнадцати лет включительно;
- от пятнадцати лет до двадцати лет включительно;

- от двадцати лет до двадцати пяти лет включительно;
- от двадцати пяти лет до тридцати лет включительно;
- свыше тридцати лет.

В зависимости от классификационных признаков осуществляется оценка и анализ основных средств по видам и составу. Правильная их оценка оказывает влияние на формирование затрат организации [2].

Таким образом, как показало исследование, для эффективного управления имуществом организации необходимо детальное исследование их понятия, критериев и способов оценки, методов принятия на баланс предприятия. Неоднородность видов имущества требует применения современного методического инструментария для формирования информации по движению имущества, необходимого для принятия управленческих решений.

Список источников:

1. Банин С.Н, Лытнева Н.А. Показатели деловой активности в развитии методики оценки имущественного положения организации // Экономическая среда. – 2017. – №3 (21). – С. 5-10.
2. Боброва Е.А., Кыштымова Е.А. Управление затратами в системе стратегического менеджмента организаций АПК // Стратегия развития учетно-аналитических и контрольных систем в механизме управления современными бизнес-процессами коммерческих организаций: международный экономический форум «Бакановские чтения». – Орел: ООО ПФ «Картуш», 2014. – С.111-114.
3. Головина Т.А. Методика управления рисками в условиях экономической неопределенности // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №27. – С. 30-36.
4. Паршутин И.Г. Инновационные формы развития организаций как объект управления // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4 (6). – С. 125-132.
5. Петрова Ю.М. Организация процесса управления риском ликвидности предприятия // Анализ современных проблем развития регионов Российской Федерации: материалы научно-практической конференции (Орел, 22 ноября 2011 г.) / под общей редакцией к.и.н. Востриковой В.В. – Орел: ООО ПФ «Картуш», 2011. – С. 131-138.
6. Полянин А.В., Докукина И.А., Макарова Ю.Л. Формирование стратегии управления развитием инфраструктурного обеспечения промышленных предприятий // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №7 (72). – С. 678-682.
7. Лытнева Н.А. «Бенчмаркинг» как элемент эффективной системы предпринимательства // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (12). – С. 97-102.

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.146:330.322

Бардовский В.П., Шапорова О.А.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

Бардовский Виктор Петрович, кандидат экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: bardovskijv@bk.ru

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

Инвестиционная привлекательность регионов, их инновационное развитие во многом зависят от состояния рыночной инфраструктуры. Рыночная инфраструктура является основой формирования инвестиционной привлекательности и благоприятной инновационной среды регионов. Развитая и сбалансированная инвестиционная инфраструктура создает прочную основу региона, устойчивую к кризисным явлениям. В статье рассматриваются направления формирования и совершенствования инвестиционной инфраструктуры регионов и влияние этого процесса на социально-экономическое развитие территорий; обосновывается необходимость учета развития инвестиционной и инновационной инфраструктуры в стратегическом региональном управлении.

Ключевые слова: рыночная инфраструктура, инвестиционная инфраструктура региона.

Bardovsky V.P., Shaporova O.A.

INVESTMENT INFRASTRUCTURE FORMATION OF THE REGION

Bardovsky Victor Petrovich, candidate of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bardovskijv@bk.ru

Shaporova Olga Aleksandrovna, doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: pur@ogiet.ru

Investment appeal of the regions and their innovative development depend on the state of market infrastructure in many respects. Market infrastructure is the basis of investment appeal and favorable innovative environment of the regions. Developed and balanced investment infrastructure creates solid basis of the region steady against the crisis phenomena. In the article directions of formation and perfection of investment infrastructure of the regions and influence of this process on social-economic development of the territory are considered. Necessity of recording of investment and innovative infrastructure development for strategic regional government is substantiated.

Keywords: market infrastructure; investment infrastructure of the region.

Важной характеристикой рыночной инфраструктуры региона в современных условиях является обеспечение благоприятного инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности. В рыночных условиях эффективность функционирования территорий зависит от ряда функциональных экономических систем. При этом первостепенная роль принадлежит инвестиционной инфраструктуре. Инвестиционная инфраструктура региона обеспечива-

ет инвестиционную привлекательность, инвестиционные потоки, оценку эффективности инвестиционных проектов, доходность инвесторам, увеличение финансовых ресурсов, возможность их использования для последующих инвестиций¹.

Рыночная инфраструктура выполняет следующие важные функции в обеспечении благоприятного инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности региона: формирование финансовых ресурсов для инвестиций; упрощение порядка привлечения финансовых ресурсов для инвестиций; обеспечение гарантии получения финансовых ресурсов для инвестиций; получение информации о цене получения ресурсов для инвестиций; формирование притока инвестиций; формирование процесса инвестирования [5].

Формирование инвестиционной рыночной инфраструктуры региона сталкивается с определенными сложностями из-за недостаточного теоретического обоснования этого процесса и недостатков в системе государственного и муниципального управления. Важной задачей при формировании инвестиционной инфраструктуры региона является оценка обеспеченности инвестиционной рыночной инфраструктурой и эффективности ее использования. Для оценки обеспеченности региона инвестиционной рыночной инфраструктурой и эффективности ее использования можно использовать следующие показатели: доля инвестиций, использованных на реконструкцию и модернизацию, в общем объеме инвестиций региона; доля инвестиций в машины, оборудование, транспортные средства в общем объеме инвестиций, использованных на реконструкцию и модернизацию; объем инвестиций в новые технологии; объем инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности; стоимость основных фондов строительной отрасли; инвестиции в основной капитал в расчете на душу населения.

Одна из важнейших функций рыночной инфраструктуры региона заключается в обеспечении инвестиционной привлекательности и в обеспечении эффективной региональной инвестиционной политики. Региональная инвестиционная политика представляет собой совокупность мероприятий, которые осуществляются региональными органами власти для создания благоприятного инвестиционного климата с целью реализации основных задач социально-экономического развития. Содержание социально-экономической политики региона определяется стратегией развития. Составной частью стратегии социально-экономического развития региона является инвестиционная стратегия. Рыночная инфраструктура региона призвана обеспечить реализацию инвестиционной стратегии и стратегии социально-экономического развития территории.

Инвестиционная стратегия региона направлена на то, чтобы обеспечить взаимодействия экономических ресурсов, которые направляются в материальные и нематериальные активы. Это позволяет региональным органам управления определять приоритеты развития, добиваясь при этом устойчивого социально-экономического роста и конкурентных преимуществ региона. Необходимо отметить, что региональная инвестиционная политика и формирование рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности региона в настоящее время находятся в определенном правовом вакууме, так как принимаемые федеральные законы противоречат друг другу и направлены на разрешение критических ситуаций, а не на проведение целенаправленной региональной инвестиционной политики [4].

Региональные и муниципальные органы управления стараются восполнить пробелы федеральных законов. Принимаются местные законы и другие нормативные акты, которые регулируют инвестиционную деятельность в регионах. Этими законами вносятся определенные уточнения в содержание инвестиционной деятельности, обозначаются права и обязанности инвесторов, принципы регулирования инвестиционной деятельности органами государственной и местной власти, условия привлечения иностранных инвесторов, процедуры курсов инвестиционных проектов, государственные гарантии инвестиционной деятельности.

¹ Распоряжение Правительства РФ № 2227-р от 8.12.2011 г. «О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г.»; Распоряжение Правительства РФ №1662-р от 17.11.2008 г. «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

В то же время правовая база в региональных образованиях не является полной.

Формирование рыночной инвестиционной инфраструктуры и определение главных целей инвестиционной политики позволяют сформулировать основные ее задачи, решение которых приводит к реализации этих целей: рост инвестиционного потенциала региона; повышение качества жизни людей; повышение качества окружающей среды; рост производительности труда; экономический рост в регионе на основе инноваций. Эффективность формирования рыночной инвестиционной инфраструктуры и инвестиционной политики региона требуют системности, четкости и обоснованности приоритетов. Мировая и отечественная практика показывает, что лучшим инструментом формирования рыночной инвестиционной инфраструктуры и инвестиционной политики региона являются целевые программы. Важным элементом инвестиционной политики, которая реализуется с помощью целевых программ, является выделение приоритетов развития региона. Специальное привлечение инвестиций может укрепить основные отрасли региона. Стратегическое значение ключевых отраслей можно оценивать по следующим критериям: доля добавленной стоимости в производимом продукте; занятость населения; инвестиционная привлекательность; перспектива роста и последующего экспорта продукции.

Большое влияние на формирование рыночной инфраструктуры и инвестиционные процессы в регионе оказывает финансовое состояние предприятий, ведущих в нем хозяйственную деятельность, так как это первый источник инвестиционной деятельности. Другими важными факторами, которые влияют на инвестиционную активность в регионе, являются: политические ожидания; экологическая обстановка; экономическая конъюнктура рынка; уровень налогообложения; конкурентоспособность продукции; уровень монополизма в инвестиционной сфере [1; 2]. Развитие рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности и инвестиционные процессы в регионе увеличивают производственный потенциал территорий на более высокой научно-технической базе, способствуют созданию конкурентоспособной продукции и поддержке социально значимых отраслей экономики.

Для развития рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности и инвестиционных процессов важно осуществлять мониторинг социально-экономического развития региона, который необходимо проводить в течение всего инвестиционного цикла. Проведение мониторинга означает постоянный контроль за результатами реализации целевых программ. Кроме того, проведение мониторинга важно для определения эффективности реализации инвестиционной политики.

Мониторинг развития рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности и инвестиционных процессов в регионе должен проводиться по следующим критериям и показателям: объем инвестиций в целом по региону; структура инвестиций по отраслям экономики региона; структура инвестиций в социальной сфере; структура реальных инвестиций на охрану окружающей среды; соотношение инвестиций в производственную и непромышленную сферы; инвестиции в основной капитал; удельный вес государственных инвестиций; объем иностранных инвестиций; иностранные инвестиции по отраслям экономики; инвестиции по формам собственности; распределение инвестиций источникам финансирования; структура внебюджетных источников финансирования инвестиций [3].

Политика развития рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности и инвестиционных процессов в регионе разрабатывается и реализуется органами регионального управления. Органы управления региона могут воздействовать на субъекты рынка с целью устойчивого развития территории в нужном направлении, применяя различные инструменты. Инструменты управления развитием рыночной инфраструктуры как фактора инвестиционной привлекательности и инвестиционных процессов в регионе можно разделить на инструменты прямого и косвенного воздействия.

К инструментам прямого воздействия относятся: региональный и муниципальный заказ; льготное налогообложение инвестиционных проектов; льготное кредитование инвестиционных проектов; гарантии администраций региона финансовым организациям, кредиту-

ющим инвестиционные проекты; компенсация цены на товары и услуги, полученные при реализации инвестиционных проектов; содействие в экспертизе и лицензировании деятельности инвесторов; организация конкурсов инвестиционных проектов; содействие лизингу как фактору инвестиций; реструктуризация долгов субъектов хозяйствования, ведущих инвестиционную деятельность; развитие консалтинговой деятельности; региональное и муниципальное законодательство по регулированию инвестиционной деятельности. К инструментам косвенного воздействия относятся: регулирование цен и тарифов на отдельные товары и услуги; экспортные и импортные таможенные тарифы; лоббирование интересов региона; бюджетная политика; государственные инвестиции [6].

Оценка инвестиционной и инновационной инфраструктуры регионов, стратегии сбалансированного ее развития, повышение инвестиционной привлекательности территорий, формирование благоприятной инвестиционной и инновационной среды являются важными задачами регионального управления.

Список источников:

1. Далисова Н.А., Терешонок В.П. Роль инфраструктуры в развитии экономики региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/264646/rol-infrastruktury-v-razviti-ekonomiki-regiona>.
2. Деменко О.Г. Формирование эффективной инновационной инфраструктуры в России и в мире // Социально экономические и психологические проблемы управления: Сборник научных статей по материалам I (IV) Международной научно-практической конференции, проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете с 23 по 25 апреля 2013 года / Под общей ред. М.Г. Ковтунович. Часть 1. – М.: МГППУ, 2013. – С. 28-40.
3. Завьялова Л.В. Интегрированная модель инфраструктурного обеспечения производственно-предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1159.htm>.
4. Инфраструктура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/stat/Infrastruktura.php>.
5. Инфраструктура и ее роль в региональном развитии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.net/10_72251_infrastruktura-i-ee-rol-v-regionalnom-razviti.html.
6. Инфраструктура региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/128/138.html>.

УДК 339.54

Кудряшов В.С.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Кудряшов Вадим Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент, Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ 199178, Санкт-Петербург, Средний просп. В.О., д. 57/43, e-mail: kudvad88@yandex.ru

Политика импортозамещения объединяет все страны мира, хотя она осуществляется по разным стратегиям, но конечный итог един для всех стран и заключается в положительном результате обеспечения развития промышленного потенциала и формирования устойчивой базы для самодостаточности экономики на мировом рынке.

Зарубежный опыт выделяет три модели импортозамещения: внутриориентированную, внешнеориентированную и смешанную. Учитывая все особенности и практическое применение, можно сделать вывод, что смешанная модель наиболее эффективна для России, так как она приводит к моби-

лизации ресурсы, создает ключевые отрасли промышленности и улучшает экономическую инфраструктуру, а также защищает экономику страны от иностранной конкуренции в области производства и торговли.

В статье проведен анализ передового опыта импортозамещения в зарубежных странах. Рассмотрена характеристика стратегий и моделей политики импортозамещения. Выявлены причины и последствия импортозамещения в зарубежных странах. Проанализирован опыт и правовое регулирование импорта в Китае.

Ключевые слова: экономика, импортозамещение, инвестиции, экспорт, внешнеторговая деятельность.

Kudryashov V. S.

FOREIGN EXPERIENCE OF IMPORT SUBSTITUTION POLICY

Kudryashov Vadim Sergeevich, candidate of economics sciences, associate professor; North-West Institute of Management, branch of RANEPA; 57/43 Sredniy prospect, Vasilyevsky Island, 199178 Saint-Petersburg, Russian Federation; e-mail: kudvad88@yandex.ru

Import substitution policy unites all countries of the world though it is carried out according to different strategies, but the final result is one for all countries. It is a positive result of provision of industrial potential development, and formation of steady base to maintain self-sufficiency of the economy in the world market.

Foreign experience suggests three models of import substitution: domestic-oriented, foreign-oriented and mixed. Considering all features and practical application it is possible to make a conclusion, that mixed model is the most effective one for Russia as it mobilizes resources, creates key industry branches and improves economic infrastructure. It also protects national economy from foreign competition in the field of industry and trade.

In the article the best practices of import substitution in foreign countries are analyzed. Characteristic of strategies and models of import substitution policy is considered. The reasons and consequences of import substitution in foreign countries are revealed. Experience and legal regulation of import in China are considered.

Keywords: economy, import substitution, investments, export, foreign-trade activity.

Все страны, применяющие политику индустриализации после Великобритании, осуществляли ее через импортозамещение. В 20 веке политику импортозамещения использовали страны Латинской Америки, Африки и Азии. Выделяют одиннадцать стран, которые благодаря реализации политики импортозамещения смогли добиться значительных экономических успехов и войти в число промышленно развитых стран. К ним относятся: Бразилия, Чили, Китай, Индия, Индонезия, Южная Корея, Малайзия, Мексика, Тайвань, Таиланд и Турция [6]. Общей чертой данных стран является определенный уровень промышленного развития, в то же время опыт реализации политики импортозамещения в странах Африки в целом оказался неудачным. Зарубежный опыт определяет следующие три типа стратегии импортозамещения:

1. Стратегия стимулирования неконкурентоспособных отраслей промышленности, которые потеряли способность конкурировать с импортными аналогами даже на внутреннем рынке. Инструментом данной стратегии является ограничение импорта и установление на импортируемые товары высоких цен по сравнению с товарами местного производства. Данная стратегия использовалась в Бразилии, Аргентине и других странах Латинской Америки.

2. Стратегия стимулирования развитых отраслей промышленности, обладающих достаточным потенциалом для расширения экспорта своей продукции, государственная поддержка экспорта. Данную стратегию использовали страны Восточной Азии, Китайская Народная Республика, Гонконг, Южная Корея.

3. Стратегия создания новых отраслей промышленности и производств. Политика за-

ключается в надежде на собственные силы. Стратегия предусматривает установление высоких импортных пошлин в сочетании с налоговыми преференциями для местных производителей и государственными инвестициями в развитие производственной инфраструктуры. Данную стратегию использовала Индия.

Представим характеристику трех стратегий политики импортозамещения в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Характеристика стратегий политики импортозамещения в зарубежных странах

Стратегии политики импортозамещения	Инструменты	Отрасли промышленности
Внутриориентированная	Протекционизм, привлечение иностранных инвестиций, реструктуризация предприятий государственного сектора экономики, долгосрочные инвестиции в развитие инфраструктуры и образование	Легкая, пищевая, тяжелая промышленность, производство технически сложных товаров народного потребления
Внешнеориентированная	Интенсивная модернизация и внедрение новых технологий, государственная политика повышения качества продукции, поддержка экспорта, развитие социальной и производственной инфраструктуры, валютный контроль	Электроника, производство программного обеспечения, инжиниринговые услуги, фармацевтическая промышленность, химическая промышленность, транспортное машиностроение
Смешенная	Протекционизм, заимствование передовых технологий, привлечение иностранных инвестиций, изменение структуры сбережения и потребления населения, субсидии от государства, поддержка малого бизнеса	Производство товаров народного потребления, тяжелое машиностроение, нефтепереработка и пищевая промышленность

Примером политики импортозамещения первой стратегии является опыт Латинских Стран: Бразилии, Аргентины, Парагвая, Уругвая. Рассмотрим пример Бразилии: в ее экономике выделяют четыре этапа развития и изменения промышленного сектора.

Первый этап длился с 1946 по 1962 годы, он характеризовался импортозамещением товаров народного потребления. Основным инструментом этого этапа был контроль курса национальной валюты и использование дифференцированного курса для ограничения импорта товаров, имеющих заменители местного производства, а также поддержка импорта стратегически важных товаров.

В конце 1950 года в стране были введены тарифные ограничения на импорт отдельных товаров и развернута политика привлечения прямых иностранных инвестиций и вертикальной интеграции ключевых отраслей, которые включили в себя автомобилестроение, производство цемента, стали, алюминия, целлюлозы, тяжелое машиностроение, химическую промышленность. Результатом этого этапа применения политики импортозамещения в Бразилии стал интенсивный экономический рост и диверсификация экономики.

В период с 1951 по 1960 годы увеличился среднегодовой темп роста промышленности и сельского хозяйства. В структуре экономики увеличилась доля машиностроения, производства электрооборудования, приборостроения и химической промышленности. Отрицательными последствиями данной стратегии стал рост импорта оборудования для развивающихся отраслей промышленности, увеличился иностранный долг из-за притока иностранных инвестиций и недостаточной вертикальной интеграции в большинстве ключевых отраслей.

Второй этап развития Бразилии длился с 1968 по 1973 годы, он характеризовался

стремительными темпами модернизации и развития промышленности. Бразилия вкладывала большие средства в развитие автомобильной промышленности и транспортной сети, это способствовало росту сельскохозяйственного оборота, что привело страну на второе место по объему производства сельскохозяйственной продукции в мире. Этот период характеризовался ростом экспорта товаров с высокой добавленной стоимостью, происходило расслоение населения по уровню доходов, наблюдался рост инфляции, слабость национальной валюты и рост внешнего долга.

Третий этап развития характеризуется 1974-1985 годами, в этот период происходил процесс замещения импорта оборудования и важнейших сырьевых товаров (стали, алюминия, удобрений, нефтехимии), расширялся экспорт промышленных товаров. Этот этап был направлен на модернизацию страны, модернизацию ее транспортной сети, атомной энергетики, модернизацию заводов и гидроэлектростанций. Период характеризуется ростом объемов внешних заимствований, отрицательным внешнеторговым балансом и стремительными темпами инфляции.

На четвертом этапе развития с 1987 года были получены эффекты от усилий по импортозамещению на предыдущих этапах: дефицит внешнеторгового баланса с 1974 года в 3,4 миллиарда долларов перешел к профициту размером в 10,7 миллиардов долларов. Произошло снижение объемов импорта и возрастание объемов экспорта продукции. Однако в конце 1980 года ухудшилось экономическое положение в стране, снизились объемы государственных инвестиций, вырос внутренний долг, выросла инфляция и произошло частичное сокращение производства с уменьшением выпуска продукции [11, с. 365].

Другим примером политики первой стратегии является Аргентина, там политика импортозамещения осуществлялась в 1950 годы преимущественно в сфере нефтедобычи, производства стали, химической промышленности и автомобилестроения. Инструментами стимулирования импортозамещения стали сниженные процентные ставки по кредитам.

Политика второй стратегии внешнеориентированного импортозамещения называется новой экономической политикой. Экономическая литература противопоставляет эту стратегию индустриализации на основе первой и второй стратегии. Исторически данная стратегия связана со странами Восточной Азии. Впервые воспользовались данной стратегией страны Западной Европы и США в 1850 году для поддержки собственной промышленности [10, с. 68]. В ней выделяется три модели. Представим характеристику моделей новой экономической политики импортозамещения в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика моделей импортозамещения новой экономической политики

Модели	Страны, в которых применялась стратегия	Характеристика
Стратегия автономности	Южная Корея, Тайвань	Ограничение прямых иностранных инвестиций, режим свободной торговли
Стратегическая зависимость от прямых иностранных инвестиций	Сингапур	Привлечение иностранного капитала в отраслях с высокой добавленной стоимостью
Пассивная зависимость от прямых иностранных инвестиций	Малайзия, Филиппины, Индонезия, Таиланд	Прямые иностранные инвестиции – основной источник развития – под контролем государства

Несмотря на то, что мировая экономическая история уже накопила большой опыт реализации политики импортозамещения, ее основные инструменты в целом остаются неизменными. Их можно разделить на три большие группы. Представим основные инструменты внешнеориентированной политики импортозамещения на рисунке 1.



Рисунок 1 – Инструменты внешнеориентированной политики импортозамещения

Активная промышленная политика ведется с помощью инструментов финансирования и субсидирования ключевых отраслей промышленности, устанавливаются низкие процентные ставки по кредитам и вкладам, делаются государственные закупки, привлекаются прямые иностранные инвестиции в форме создания совместных предприятий, производственных мощностей и филиалов транснациональных корпораций [9].

Протекционизм направлен на защиту неконкурентоспособного местного товара от зарубежных аналогов, для того чтобы слаборазвитые отрасли промышленности могли развиваться в более благоприятных условиях. Инструментом протекционизма является количественное ограничение импорта и экспорта с помощью квотирования и лицензирования импорта, регулирования импортных пошлин, переоценки валютного курса, торгового эмбарго и установления технических барьеров. Одним из направлений развития тарифных методов регулирования внешней торговли является координация таможенной политики между странами путем создания зон свободной торговли или таможенных союзов. При создании зоны свободной торговли участвующие в ней страны ликвидируют таможенные пошлины в торговле между собой, но сохраняют каждая свой уровень таможенной защиты по отношению к третьим странам.

Фискальная и монетарная политика с использованием программы международного участия направлена на стимулирование экспорта. Она регулирует внешнеэкономическую деятельность с помощью государственного субсидирования экспорта, регулирования курса национальной валюты, поддержку ключевых отраслей промышленности с помощью налоговых льгот и льготного кредитования, субсидирует стоимость электроэнергии и транспортных расходов [8].

Политику третьей стратегии импортозамещения рассмотрим на примере опыта Индии, которая в 1950 году начала приводить экономику страны к самодостаточности. Смешанная стратегия сочетает в себе внутриориентированную и внешнеориентированную стратегию. Правительством было решено развивать отрасли промышленности, которые должны были сформировать устойчивый экономический рост. Политика импортозамещения строилась на базе создания крупного государственного сектора экономики в отраслях тяжелой промышленности и индикативном планировании. Через 10 лет доля государственного сектора в производстве увеличилась на 25%.

Курс, взятый страной на сохранение мелких форм производства, позволил снизить критически опасный уровень безработицы и обеспечил бедные слои населения относительно дешевыми потребительскими товарами [1].

Инструментами политики выступал протекционизм в отношении ключевых отраслей, заимствовались передовые технологий других стран, привлекались иностранные инвестиции, менялась структура сбережения и потребления населения. На первом этапе к 1965 году импортозамещение привело к увеличению ВВП на 33% в основном за счет оборудования и

промежуточных товаров. Далее в течение 10 лет росли объемы произведенной продукции в производстве бумаги, нефтепродуктов, электрооборудования. Политика импортозамещения привела страну к индустриализации. Индустриализация привела к росту рабочей силы, увеличила качество труда и модернизировала промышленность. Однако на государственных предприятиях был избыток рабочей силы, высокие издержки, которые повышали себестоимость продукции. Доля импорта составляла в стране 4%. Экспортный потенциал Индии оставался невысоким, потому что качество товаров было низким из-за недостаточности научно-технического компонента. В 1975 году многие предприятия из-за неспособности конкурировать с другими странами по качеству товаров начали расширять импорт, и политика импортозамещения достигла критической точки.

Итак, исследование зарубежного опыта позволяет обобщить позитивные и негативные эффекты импортозамещения, систематизировать совокупность инструментов их реализации. Развитие импортозамещающих производств по внутриориентированной стратегии осуществляется с целью освоения исключительно внутреннего рынка страны. Данная стратегия ведет к отставанию в сфере технологического и научно-технического сотрудничества, она препятствует появлению в хозяйстве ведущих отраслей, способных обеспечить мировой уровень прогресса. Альтернативой первой стратегии служит стратегия внешнеориентированного импортозамещения, которая характеризуется достижением структурных сдвигов в экономике за счет замещения импортных комплектующих и деталей в экспортных изделиях. Реализация импортозамещающей политики, согласно этой модели, развивает производство национальных товаров на емком внутреннем рынке с последующим его продвижением на мировой рынок.

Положительные итоги применения внутриориентированной и внешнеориентированной стратегии импортозамещения показывают их самодостаточность и преимущества в стимулировании развития отдельных отраслей национальных экономик. Элементы обеих стратегий импортозамещения в различных пропорциональных соотношениях сочетает в себе стратегия смешанного импортозамещения, приоритетным направлением которой является освоение внешних рынков в зависимости от располагаемых экономикой ресурсов. Одновременно ведется развитие менее ресурсоемких производств для импортозамещения на внутреннем рынке.

Страны, которые реализуют смешанную стратегию, осуществляют импортозамещение комбинированно по внутреннему и внешнему направлениям с разделением по различным товарным группам или качественным характеристикам товаров в одной товарной группе. Можно сделать вывод, что все три стратегии дополняют друг друга, что является залогом успешной индустриализации любой страны. На примере Индии можно проследить, что приверженность смешанной политике импортозамещения приводит к росту ВВП, а также к росту экспорта. Политика импортозамещения в краткосрочном периоде имеет положительные результаты, такие как рост занятости, повышение экономической безопасности государства, стимулирование научно-технического прогресса. В долгосрочном периоде проявляются ее ограничения, что приводит к ухудшению экономического положения страны и даже к частичному процессу, когда производство не просто сокращается, но и даёт меньший выпуск, то есть к деиндустриализации. На основе анализа реализации политики импортозамещения в зарубежных странах можно отметить, что необходимо учитывать опыт этих стран при проведении импортозамещения в России, учитывая ее ключевые проблемы с недостаточной конкурентоспособностью экономики страны.

Положительный эффект внутриориентированной политики импортозамещения в странах Латинской Америки характеризуется высоким темпом роста экономики, утроением ВВП данного региона, приростом населения. Выросло производство товаров народного потребления, получила развитие тяжелая промышленность. Доля импорта значительно снизилась – с 19% в 1949 г. до 4,2% в 1964 году [13, с. 226].

Отрицательными моментами политики импортозамещения первой стратегии стали

значительные экономические и социальные издержки: вырос импорт оборудования и полуфабрикатов, прослеживался избыток государственного регулирования, произошла бюрократизация экономики и снижение частной инициативы, произошло ослабление национальной валюты, сформировалась неэффективная структура затрат и снизилась внутренняя конкуренция. Политика импортозамещения привела к неэффективности промышленности, слабо защищенной от внешней конкуренции и опирающейся на широкую государственную поддержку. Данные негативные последствия страны Латинской Америки переживают до сих пор.

Причинами отрицательных последствий внутриориентированной стратегии импортозамещения является недостаточный объем внутреннего рынка, невысокая конкурентоспособность продукции на внешнем рынке и слабые экспортные возможности ввиду неблагоприятного курса валют.

В настоящее время стратегию первого типа используют Республика Беларусь и Казахстан. Государственная программа импортозамещения этих республик ориентирована на реализацию активной промышленной политики и развитие конкурентоспособных импортозамещающих производств. Приоритетными отраслями для импортозамещения в Белоруссии определены: новые материалы и новые источники энергии; медицина и фармацевтика; информационные и телекоммуникационные технологии; промышленные биотехнологии; машиностроение.

Вместе с тем реализация политики импортозамещения затруднена недостаточностью государственного финансирования, требованиями либерализации внешней торговли при вступлении в ВТО, малыми объемами внутреннего спроса [7]. Республика Казахстан начала реализацию стратегии импортозамещения в 1999 году, но она не привела к формированию конкурентной среды. Внутренний рынок в Казахстане продолжает характеризоваться высокой степенью монополизации, производство находится на низком производственно-техническом уровне и нуждается в комплексных мерах по повышению производительности труда, обеспечению ресурсосбережения [12].

Рассмотрим результаты трех стратегий политик импортозамещения в таблице 3.

Таблица 3 – Последствия импортозамещения в зарубежных странах

Страны	Последствия
Бразилия, Аргентина, Уругвай, Парагвай, Чили, Мексика (внутриориентированная стратегия импортозамещения)	Положительные: рост ВВП, ускоренные темпы роста промышленного производства, увеличение доли машиностроения в экспорте продукции Отрицательные: расслоение общества, рост доли бедного населения, ускорение инфляции, невысокая инновационная активность работников
Тайвань, Южная Корея, Малайзия, Таиланд, Филиппины, КНР (внешнеориентированная стратегия импортозамещения)	Положительные: высокие темпы роста экономики, значительное сокращение бедности, диверсификация экономики и рост удельного веса высокотехнологичных отраслей Отрицательные: увеличение импорта товаров народного потребления, оборудования для экспортных отраслей, снижение внешнеторгового сальдо и эффективности капиталовложений
Индия, Египет (смешанная стратегия импортозамещения)	Положительные: рост ВВП на первом этапе, улучшение организации труда и модернизация технологий, повышение качества рабочей силы, развитие внутреннего рынка Отрицательные: невысокая эффективность ключевых отраслей промышленности, слабый экспортный потенциал

Необходимо остановиться на смешанной модели импортозамещения в экономике страны, так как, учитывая ее особенности и практическое применение, можно сделать вывод, что она наиболее целесообразна для России.

Положительными причинами последствий смешанной модели являются следующие: в условиях жесткой конкуренции с импортными товарами государство принимает множество мер для развития импортозамещающих производств, что приводит к мобилизации ресурсов, создаются ключевые отрасли промышленности, улучшается экономическая инфраструктура. На примере Индии мы видим, что данная стратегия позволила сократить долю импорта в стране по потребительским товарам до 4%, по товарам промежуточного спроса – до 8% и машинотехнической продукции – до 21% [5]. Согласно данным Резервного банка Индии, экономика страны была защищена от иностранной конкуренции в области производства и в области торговли.

Итогом стало развитие фармацевтической отрасли, за счет чего возрос экспорт фармацевтической продукции, который в 4 раза превышал импорт фармацевтики из других стран. На примере Египта можно увидеть, что реализация смешанной стратегии импортозамещающей политики в течение последних 25 лет привела к тому, что 90% фармацевтических препаратов в стране местного производства. Основным преимуществом смешанной стратегии является диверсификация развития экономики страны по разным направлениям, при этом рационально используются располагаемые ресурсы [4]. Экономические показатели развития Индии и Египта отражают положительное влияние данной стратегии импортозамещения.

В истории развития этих стран характерны периоды прямого государственного управления экономикой, при которой ограничивалась внешняя торговля, сохранялись в государственной собственности крупные промышленные предприятия, велся государственный контроль финансовых международных операций, значительная доля ВВП направлялась на национальное потребление. Поэтому наращивание роли государственного аппарата в регулировании производственного сектора экономики в целом и тех отраслей, которые зависят от импорта в большей степени просто необходимо. В этих условиях стратегия импортозамещения всегда оправдывает себя и стимулирует потребление товаров, производимых внутри страны, что позволит создать эффективную систему национального хозяйствования.

Итак, все страны осуществляют политику импортозамещения по разным стратегиям, но в конечном итоге основным положительным результатом является обеспечение развития промышленного потенциала и формирование устойчивой базы для самодостаточности экономики на мировом рынке. Для того чтобы санкции не могли привести к снижению доли продукции на мировом рынке, необходимо направлять усилия государства на укрепление позиций конкурентоспособных отраслей, так как именно они могут обеспечить конкурентоспособное преимущество, в том числе за счет выпуска продукции с более высокой добавленной стоимостью.

Примером эффективного влияния иностранных инвестиций на экономику страны является опыт импортозамещающей политики Китая. Экономический рост Китая начался с начала девяностых годов двадцатого века. Рост был обеспечен за счет увеличения роли трансферта технологий, который стал стимулом для инновационного развития страны. В этом плане был проведен процесс разъединения колхозов в сельском хозяйстве, создан частный бизнес, на государственном уровне обеспечена поддержка научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и инновационное развитие. Реализация качественных преобразований в экономике Китая на фоне наличия обширного внутреннего рынка позволила в кратчайшие сроки достигнуть оптимизации производственной структуры, повысить конкурентоспособность страны в мировой системе хозяйствования. В течение последних 30 лет высокие экономические показатели и рост экономики страны говорит о значительном прорыве страны в индустриальном развитии и доказывает эффективность его импортозамещающей политики.

Китай можно назвать примером импортозамещающей политики. Китайская Народная Республика с 1970 года увеличила свой ВВП в 100 раз и сравнялась с США по объемам высокотехнологичного производства. Вначале Китай импортировал советские машины, меха-

низмы и оборудование, использовал советские технологии и наращивал свое производство. Затем усиленно развивал экономические отношения с США, использовал их технологии в своих экономических зонах, создавал совместные предприятия. При этом он долго не вступал во Всемирную торговую организацию. Страна вступила в нее только в 2002 году. При этом КНР заимствовала зарубежные технологии и на их основе создавала отечественные товары.

Для достижения успехов в импортозамещении Китай производит свои товары по более низким ценам, чем зарубежные, которые подлежат замещению. Он это делает за счет экономии на лицензионных платежах собственников зарубежных технологий, за счет низкой управленческой составляющей в себестоимости товаров. Общеизвестным достижением Китая в импортозамещении являются китайские производственные торговые марки, под которыми Китай распространяет свою дешевую продукцию на весь мир. В настоящее время Китай поменялся с Россией ролями: теперь Россия заимствует у Китая технологии в обмен на сырье.

В Китае предусмотрены преференции для товаров отечественного производства при государственных закупках. В частности, публичные субъекты при государственных закупках обязаны ориентироваться исключительно на отечественный рынок, за исключением отсутствия отечественных аналогов требуемых товаров, работ или услуг; необоснованно высокой цены отечественных аналогов или предназначенности закупаемых товаров для использования за рубежом. Фактически государственные закупки в Китае ограничены реестром «разрешенных» продуктов. Импортозамещение в Китае регулируется Законом о государственных закупках с 2002 года (The Government Procurement Law of the People's Republic of China); Законом о тендерах с 1999 года (the Tendering Regulation).

Китай уже более 20 лет развивается на базе прямых иностранных инвестиций. Только США получают столько прямых инвестиций, сколько Китай. Итогом его реформ стал высокий темп экономического роста, быстрое развитие внешней торговли, повышение научно-технического уровня производства, рост жизненного уровня населения и соответственно повышение конкурентоспособности страны. Экономика Китая стремительно развивается, и потенциал ее развития весьма велик за счет обширнейшего внутреннего рынка, оптимизации производственной структуры, интеграции в мировую экономику и глобализации.

Китай быстро развивается, хотя сейчас темпы роста его значительно снизились, так как на экономику страны влияет рост заработной платы в стране, что сводит к нулю дешевую рабочую силу и замедляет рост ВВП. Поэтому победа над США все же произойдет, но немного позже.

Если сравнивать Россию с Китаем, необходимо понимать, что Китай достиг успехов в своей экономике благодаря активному участию в международном разделении труда в сочетании с огромным внутренним рынком за счет иностранных инвестиций. В России совсем другие технологические и экономические условия, поэтому импортозамещение в России, если оно будет идти естественным путем, смягчит условия экономики России, но не сделает ее такой же, как в Китае.

Рассмотрим правовую сторону импорта в Китае. Для импорта в Китай продукции необходим набор следующих документов: коммерческий инвойс – документ, содержащий перечень товаров и услуг, их количество и цену, формальные особенности товара, условия поставки и сведения об отправителе и получателе; коносамент – авиагрузовая накладная; сертификат на происхождение товара; упаковочный лист; лицензия на импорт; соответствие инструкциям покупателей. Различные квоты отсутствуют. Товары должны быть проинспектированы со стороны Бюро по инспекции товаров (CCIB) до их импорта. Все стандарты соответствуют национальным стандартам. Протекционистская политика правительства КНР повышает требования к ввозимым продуктам в КНР относительно продуктов, которые производятся в стране. Необходима маркировка товара страны, которая импортирует товар. Тем самым правительство страны защищает отечественного производителя. В обязательном по-

рядке платится налог, состоящий из импортной пошлины и НДС (13%). На все импортируемые продукты питания, пищевые добавки, упаковочные материалы для пищевых продуктов и относящиеся к пищевым продуктам инструменты и оборудование распространяется Закон о пограничном карантине и Закон о пищевой гигиене [2, с. 203].

Основополагающим нормативным актом, который регулирует процесс импорта в Китае, является закон КНР о внешней торговле. Его сферой является международная торговля и права интеллектуальной собственности, которые с ней связаны. Также действует «Положение КНР об импортно-экспортном тарифе». Его правовой основой является применение льготных торговых режимов и преференций в отношении участников торговых соглашений. На основании этого документа Комитет по таможенным тарифам Госсовета КНР вырабатывает принципы таможенной политики, которая предусматривает ставки льготных таможенных режимов и преференций при импорте в страну товарной продукции. Особое внимание уделяется документу «Положение Госсовета КНР о поощрении иностранных инвестиций», так как Китай привлекает большое количество иностранных инвестиций.

Зарубежный опыт показывает, что импортозамещение имеет как положительные, так и негативные последствия. Положительными моментами является рост ВВП, ускорение темпов роста производства, диверсификация экономики и рост удельного веса высокотехнологичных отраслей, улучшение организации труда и модернизация технологий, повышение качества рабочей силы, развитие внутреннего рынка, повышение экономической безопасности страны. К отрицательным моментам можно отнести: расслоение общества, рост доли бедного населения, ускорение инфляции, невысокую инновационную активность работников, снижение внешнеторгового сальдо и эффективности капиталовложений, сильную товарную конкуренцию, слабый экспортный потенциал, увеличение производственных издержек.

Опыт импортозамещающей экономики Китая показывает необходимость привлечения иностранных инвестиций. Основная доля импорта приходится на оборудование и машины, при этом нельзя забывать, что вначале данные товары в КНР импортировала именно наша страна. Поэтому окончательная победа в импортозамещении России возникнет тогда, когда Россия возобновит поставки в Китай своего оборудования и технологий.

Список источников:

1. Брагина Е.А. Индия – от догоняющего развития – к устойчивому росту? // Постиндустриальный мир: центр, периферия, Россия: в 4 сб. – Сб. 2: Глобализация и Периферия. – М.: Издат. центр науч. и учеб. программ, 1999. – С. 179-205.
2. Ватолкина Н.Ш., Горбунова Н.В. Теоретические основы экономики и управления. Импортозамещение: зарубежный опыт, инструменты и эффекты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibr.spbstu.ru/dl/2/j16-108.pdf/download/j16-108.pdf> (дата обращения 07.08.2018).
3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник. / Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 503 с.
4. Волкова Е.В. Реализация стратегии импортозамещения продукции на российских промышленных предприятиях // Экономические науки. – 2009. – №12 (61). – С. 281-286.
5. Галиева А.Х., Бактымбет А.С., Муканова Т.К. Современное состояние импортозамещения в зарубежных странах // Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. – 2011. – №3. – С. 171-180.
6. Жакевич А.Г. Импортозамещение: проблемы и перспективы // Вестник Международного института экономики и права. – 2015. – №1 (18). – С. 36-39.
7. Кудрова Н.А. Стимулирующая политика регионального развития современной России на основе концепта импортозамещения // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т.10. – №2. – С. 46-51.
8. Кудряшов В.С. Анализ развития экономики европейских стран на основе кластерного подхода // Дизайн. Материалы. Технология. – 2012. – №3 (23). – С. 105-107.
9. Кудряшов В.С., Тетерева Е.В. Уникальность размещения иностранного капитала по отраслевому и территориальному признаку в РФ // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10: Инновационная деятельность. – 2016. – №1 (20). – С. 21-27.

10. Ростовский Ю.М., Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник. – М.: Магистр, 2013. – 592 с.
11. Хадсон Р.А. Бразилия: Страноведение. – Вашингтон: ГПО для библиотеки Конгресса США, – 1997. – 658 с.
12. Шамхалов Ф.И. Опыт импортозамещения продукции оборонной промышленности в зарубежных странах // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2009. – №2. – С. 256-269.
13. Franko P.M. The Puzzle of Latin American Economic Development. – Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2007. – 680 с.

УДК 332.135

Бурец Ю.С.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ КОМПЛЕМЕНТАРНОСТИ РЕГИОНОВ

Бурец Юлия Сергеевна, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет»; РФ, 634050, г. Томск, пр. Ленина, д. 30; e-mail: bourets@yandex.ru

В статье рассматривается возможность применения индекса комплементарности для оценки инновационной, производственно-технологической и торгово-технологической комплементарности (взаимодополняемости) регионов для целей межрегиональной инновационной интеграции. В работе представлены расчеты парных индексов комплементарности на примере 14 регионов, входящих в Ассоциацию инновационных регионов России, за 2016 год по 28 видам экономической деятельности и оцениваются перспективы взаимодействия регионов в сфере инновационной деятельности в разрезе различных отраслей.

Ключевые слова: межрегиональная интеграция, межрегиональное взаимодействие, открытые инновации, комплементарность, взаимодополняемость, АИРР, инновационное взаимодействие.

Burets Ju.S.

ESTIMATION INNOVATIVE REGIONS KOMPLEMENTARNOSTI

Burets Juliya Sergeevna; National Research Tomsk Polytechnic University; 30 Lenina avenue, Tomsk 634050; Russian Federation; e-mail: bourets@yandex.ru

Possibility of application of complementarity index to estimate regions' innovative, industrial-technological and trading-technological complementarity for the purposes of inter-regional innovative integration is considered in the article. Calculations of pair complementarity indexes on the example of 14 regions of the Association of Innovative Regions of Russia during 2016 according to 28 kinds of economic activities are presented in the work. Prospects of regions interaction in the sphere of innovative activity in various branches are estimated.

Keywords: inter-regional integration, inter-regional interaction, open innovations, complementarity, AIRR, innovative interaction

Эффективность управления инновационными процессами в регионах во многом зависит от учета изменений, происходящих в поведении субъектов инновационной деятельности на микроуровне. Модель открытых инноваций [1; 2] в настоящее время признается наиболее прогрессивной моделью управления инновационным процессом в организациях, позволяющей нивелировать разрывы инновационных процессов, распределять риски инновационной деятельности и повышать качество и скорость разработок за счет специализации. Данная мо-

дель на мезо- и макроуровнях экономики находит свое отражение в межрегиональной и межстрановой инновационной интеграции, что выражается в формировании межрегиональных и глобальных цепочек создания стоимости инноваций.

Для количественного обоснования выбора регионов-партнёров в целях инновационного взаимодействия в данном исследовании проведена модификация индекса торговой комплементарности, который рассчитывается Всемирным Банком (в рамках Доклада о мировом развитии, ежегодника «Индикаторы мирового развития», проекта «Индикаторы мировой торговли»), ООН (Конференция ООН по торговле и развитию UNCTAD, в рамках Доклада о торговле и развитии), ESCAP. Традиционно индекс строится на основе данных по экспорту и импорту стран по различным товарам и служит характеристикой того, насколько экспортный профиль одной страны соответствует импортному профилю другой. Таким образом, расчеты позволяют сделать вывод о том, насколько перспективны торгово-интеграционные отношения между парами стран. Формула расчета индекса торговой комплементарности следующая [3, с. 73]:

$$I_{comp} = \left(1 - \left(\sum_i \left| \frac{\sum_w m_{iwd}}{\sum_w M_{wd}} - \frac{\sum_w x_{isw}}{\sum_w X_{wd}} \right| \right) / 2 \right) \quad (1)$$

где m – импорт товара (по товарам до 3 цифр в Международной торговой классификации)
 M – общий объем импорта
 x – экспорт товара (по товарам до 3 цифр в Международной торговой классификации)
 X – общий объем экспорта
 i – совокупность отраслей
 w – совокупность стран
 s – страна-экспортёр
 d – страна импортёр

Индекс равен 0, если страны являются абсолютными торговыми конкурентами, и одна страна не импортирует ни одного товара, экспортируемого другой. Значение равно 1, если данная пара стран является полностью взаимодополняемой по торговле, т.е. одна страна импортирует именно те товары, которые экспортирует другая.

В целях нашего исследования на основе модификации данного индекса возможно оценить:

1) инновационную комплементарность регионов, сопоставляя отраслевые профили инновационного выпуска в разных регионах (для оценки перспектив совместных исследовательских проектов по созданию инноваций);

2) производственно-технологическую комплементарность регионов, сопоставляя отраслевой профиль инновационного выпуска одного региона с отраслевым профилем промышленного выпуска другого региона (для оценки перспектив научно-производственной кооперации);

3) торгово-технологическую комплементарность регионов, сопоставляя отраслевой профиль импорта технологий одного региона и отраслевой профиль инновационного выпуска другого региона (для оценки перспектив технологического импортозамещения).

Формулу можно записать следующим образом:

$$I_{comp AB} = 1 - \left(\left(\sum_i \left| \frac{x_{iA}}{X_A} - \frac{y_{iB}}{Y_B} \right| \right) / 2 \right) \quad (2)$$

где x_{iA} – значение показателя 1 по отрасли i в регионе А
 X_A – общее значение показателя 1 в регионе А
 y_{iB} – значение показателя 2 по отрасли i в регионе В
 Y_B – общее значение показателя 2 в регионе В

Расчеты проведены на примере 14-ти регионов Ассоциации инновационных регионов России (АИРР). В ассоциацию входят 14 регионов: Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Республика Мордовия, Алтайский край, Красноярский край, Пермский край, Иркутская область, Калужская область, Липецкая область, Новосибирская область, Самарская область, Томская область, Тюменская область и Ульяновская область.

Первичные данные по инновационному и промышленному выпуску представлены за 2016 год по 28 видам экономической деятельности¹. Источник информации – Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [4]. Выбор данных видов деятельности обусловлен следующим:

1) определялись максимально детализированные группы видов деятельности из числа тех, что совпадают (имеются) в сравниваемых показателях;

2) исключались виды деятельности, в которых по данному показателю фигурирует только один регион.

Таким образом, набор видов деятельности ограничен в связи с отсутствием в официальной статистике более детализированных данных по отраслям внутри подразделов, а также в связи с отсутствием исследуемых явлений (инновационного, промышленного выпуска, импорта технологий) по отдельным отраслям в данных 14-ти регионах.

Данные по импорту технологий представлены по 22 видам экономической деятельности (по указанным выше причинам) и 13-ти регионам АИРР, т.к. данный показатель по Алтайскому краю отсутствует.

На основе этих данных осуществлялись расчеты согласно формуле (2). Таким образом, итоговые результаты расчетов можно представить в виде матриц индексов комплементарности (таблицы 1-3).

В матрице индексов инновационной комплементарности (таблица 1) выделены значения больше 0,6, т.е. случаи, когда отраслевые профили инновационного выпуска у двух регионов совпадают более чем на 60%. Таким образом, можно выделить регионы, которые являются потенциально взаимодополняемыми партнёрами и отличаются инновационной активностью в одних и тех же отраслях. Как видно из матрицы, в 7 из 14 регионов имеются случаи комплементарности более 60% (более детально расшифрованы в таблице 4). В таблице указаны виды экономической деятельности, которые, согласно расчетам, имеют наибольшую инновационную активность в данных регионах и могут являться сферой для совместных исследовательских проектов по созданию инноваций.

¹ Раздел А (Растениеводство, Животноводство), Раздел С (Добыча каменного угля, бурого угля и торфа, Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях, Добыча металлических руд), Подраздел DA Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, Подраздел DB Текстильное и швейное производство, Подраздел DD Обработка древесины и производство изделий из дерева, Подраздел DE (Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них, Издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей информации), Подраздел DG Химическое производство (кроме фармацевтики), Производство фармацевтической продукции, Подраздел DH Производство резиновых и пластмассовых изделий, Подраздел DI Производство прочих неметаллических минеральных продуктов, Подраздел DJ (Металлургическое производство, Производство готовых металлических изделий), Подраздел DL (Производство офисного оборудования и вычислительной техники, Производство электрических машин и электрооборудования, Производство электронных компонентов, аппаратуры для радио, телевидения и связи, Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов), Подраздел DM (Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов, Производство железнодорожного подвижного состава (локомотивов, трамвайных моторных вагонов и прочего подвижного состава), Производство летательных аппаратов, включая космические), Раздел E (Производство и передача электроэнергии, Производство, передача и распределение пара и горячей воды (тепловой энергии), Сбор, очистка и распределение воды), Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук, Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук.

Таблица 1 – Матрица индексов инновационной комплементарности регионов АИРР в 2016 году

		Объем инновационных товаров, работ, услуг													
		АК	ИО	КО	КК	ЛО	НО	ПК	РБ	РМ	РТ	СО	ТО	ТюмО	УО
Объем инновационных товаров, работ, услуг	АК	1	0,06	0,12	0,20	0,32	0,28	0,16	0,19	0,55	0,09	0,09	0,27	0,03	0,08
	ИО	0,06	1	0,08	0,06	0,04	0,64	0,20	0,45	0,10	0,13	0,10	0,13	0,04	0,06
	КО	0,12	0,08	1	0,50	0,03	0,24	0,32	0,10	0,18	0,11	0,08	0,54	0,03	0,27
	КК	0,20	0,06	0,50	1	0,22	0,20	0,28	0,12	0,23	0,29	0,23	0,49	0,31	0,22
	ЛО	0,32	0,04	0,03	0,22	1	0,10	0,08	0,11	0,29	0,03	0,18	0,07	0,06	0,02
	НО	0,28	0,64	0,24	0,20	0,10	1	0,39	0,61	0,22	0,18	0,16	0,44	0,04	0,16
	ПК	0,16	0,20	0,32	0,28	0,08	0,39	1	0,23	0,09	0,25	0,19	0,57	0,08	0,25
	РБ	0,19	0,45	0,10	0,12	0,11	0,61	0,23	1	0,15	0,27	0,30	0,21	0,04	0,18
	РМ	0,55	0,10	0,18	0,23	0,29	0,22	0,09	0,15	1	0,05	0,07	0,20	0,02	0,10
	РТ	0,09	0,13	0,11	0,29	0,03	0,18	0,25	0,27	0,05	1	0,33	0,19	0,62	0,09
	СО	0,09	0,10	0,08	0,23	0,18	0,16	0,19	0,30	0,07	0,33	1	0,17	0,22	0,61
	ТО	0,27	0,13	0,54	0,49	0,07	0,44	0,57	0,21	0,20	0,19	0,17	1	0,04	0,26
	ТюмО	0,03	0,04	0,03	0,31	0,06	0,04	0,08	0,04	0,02	0,62	0,22	0,04	1	0,03
	УО	0,08	0,06	0,27	0,22	0,02	0,16	0,25	0,18	0,10	0,09	0,61	0,26	0,03	1

Примечание:

1) жирным шрифтом выделены индексы со значением более 0,5

2) Сокращения здесь и далее: АК – Алтайский край, ИО – Иркутская область, КО – Калужская область, КК – Красноярский край, ЛО – Липецкая область, НО – Новосибирская область, ПК – Пермский край, РБ – Республика Башкортостан, РМ – Республика Мордовия, РТ – Республика Татарстан, СО – Самарская область, ТО – Томская область, ТюмО – Тюменская область, УО – Ульяновская область

Источник: авторские расчеты

Таблица 2 – Матрица индексов производственно-технологической комплементарности регионов АИРР в 2016 году

		Объем инновационных товаров, работ, услуг													
		АК	ИО	КО	КК	ЛО	НО	ПК	РБ	РМ	РТ	СО	ТО	ТюмО	УО
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	АК	0,43	0,09	0,12	0,23	0,39	0,17	0,13	0,21	0,48	0,14	0,13	0,15	0,04	0,05
	ИО	0,10	0,23	0,06	0,36	0,17	0,20	0,26	0,21	0,13	0,46	0,33	0,12	0,40	0,03
	КО	0,32	0,09	0,22	0,29	0,27	0,24	0,21	0,34	0,34	0,19	0,53	0,29	0,09	0,43
	КК	0,09	0,07	0,05	0,37	0,54	0,08	0,11	0,09	0,10	0,30	0,33	0,08	0,33	0,04
	ЛО	0,29	0,04	0,05	0,22	0,86	0,11	0,10	0,12	0,30	0,04	0,19	0,09	0,07	0,03
	НО	0,48	0,20	0,20	0,31	0,35	0,34	0,31	0,27	0,53	0,19	0,17	0,25	0,09	0,12
	ПК	0,19	0,20	0,13	0,39	0,14	0,28	0,47	0,26	0,20	0,51	0,34	0,35	0,34	0,09
	РБ	0,24	0,21	0,12	0,33	0,21	0,34	0,38	0,40	0,27	0,40	0,38	0,32	0,21	0,12
	РМ	0,43	0,11	0,18	0,25	0,39	0,19	0,11	0,13	0,74	0,06	0,10	0,18	0,04	0,10
	РТ	0,23	0,11	0,11	0,41	0,19	0,22	0,27	0,36	0,20	0,65	0,42	0,27	0,39	0,15
	СО	0,26	0,14	0,14	0,39	0,22	0,27	0,29	0,41	0,19	0,48	0,59	0,27	0,29	0,31
	ТО	0,19	0,17	0,17	0,40	0,13	0,29	0,20	0,22	0,26	0,63	0,30	0,28	0,54	0,10
	ТюмО	0,20	0,11	0,11	0,41	0,17	0,21	0,17	0,20	0,22	0,59	0,30	0,18	0,55	0,10
	УО	0,46	0,09	0,15	0,32	0,28	0,31	0,24	0,29	0,33	0,18	0,39	0,30	0,09	0,37

Примечание: жирным шрифтом выделены индексы со значением больше, чем при сопоставлении показателей внутри одного региона

Источник: авторские расчеты

Таблица 3 – Матрица индексов торгово-технологической комплементарности регионов АИРР в 2016 году

		Стоимость предмета соглашений по импорту технологий с зарубежными странами												
		ИО	КО	КК	ЛО	НО	ПК	РБ	РМ	РТ	СО	ТО	ТюмО	УО
Объем инновационных товаров, работ, услуг	ИО	0,07	0,02	0,03	0,02	0,08	0,15	0,11	0,09	0,14	0,10	0,15	0,01	0,04
	КО	0,01	0,08	0,07	0,05	0,05	0,05	0,21	0,09	0,17	0,23	0,05	0,01	0,18
	КК	0,03	0,00	0,04	0,62	0,00	0,05	0,01	0,00	0,01	0,13	0,00	0,05	0,00
	ЛО	0,03	0,01	0,07	0,66	0,03	0,07	0,04	0,17	0,02	0,14	0,02	0,05	0,00
	НО	0,01	0,11	0,30	0,28	0,17	0,15	0,13	0,26	0,03	0,08	0,16	0,03	0,11
	ПК	0,13	0,13	0,14	0,44	0,21	0,48	0,16	0,07	0,16	0,27	0,33	0,08	0,12
	РБ	0,06	0,04	0,05	0,02	0,10	0,33	0,13	0,09	0,15	0,11	0,22	0,02	0,07
	РМ	0,02	0,00	0,20	0,30	0,07	0,01	0,08	0,27	0,01	0,04	0,05	0,01	0,00
	РТ	0,08	0,03	0,07	0,02	0,10	0,33	0,26	0,03	0,29	0,31	0,20	0,05	0,16
	СО	0,06	0,01	0,03	0,02	0,08	0,31	0,22	0,02	0,21	0,64	0,20	0,01	0,69
	ТО	0,06	0,03	0,04	0,01	0,10	0,33	0,12	0,01	0,15	0,11	0,22	0,02	0,03
	ТюмО	0,06	0,56	0,44	0,01	0,17	0,54	0,14	0,01	0,15	0,12	0,56	0,03	0,21
	УО	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,13	0,01	0,07	0,55	0,00	0,00	0,71

Примечание: жирным шрифтом выделены индексы со значением 0,5 и более

Источник: авторские расчеты

Таблица 4 – Инновационная комплементарность регионов АИРР по видам экономической деятельности в 2016 году (с индексом более 0,6)

Регион	Регион-партнёр	Icomp	Виды экономической деятельности
Новосибирская область	Иркутская область	0,645	Химическое производство, кроме фармацевтики Металлургическое производство Производство электрических машин и электрооборудования Производство летательных аппаратов, включая космические
	Республика Башкортостан	0,615	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Химическое производство, кроме фармацевтики Производство фармацевтической продукции Производство прочих неметаллических минеральных продуктов Производство летательных аппаратов, включая космические Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук
Республика Мордовия	Алтайский край	0,664	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Производство фармацевтической продукции Производство электрических машин и электрооборудования Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов Производство железнодорожного подвижного состава (локомотивов, трамвайных моторных вагонов и прочего подвижного состава) Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук

Регион	Регион-партнёр	Icomp	Виды экономической деятельности
Тюменская область	Республика Татарстан	0,625	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Производство резиновых и пластмассовых изделий Металлургическое производство Производство электрических машин и электрооборудования Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук
Ульяновская область	Самарская область	0,610	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов Производство электрических машин и электрооборудования Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук

Источник: авторские расчеты

Матрицу производственно-технологической комплементарности регионов (таблица 2) можно трактовать с двух сторон: по инновационному и по промышленному выпуску. По столбцам указан вариант «по инновационному выпуску», когда сопоставляется профиль инновационных товаров, работ, услуг региона и профили промышленного выпуска всех других регионов. По строкам можно увидеть обратную ситуацию: сопоставляется промышленный профиль выбранного региона с инновационными профилями других регионов. В матрице отмечены значения индексов, превышающие результат сопоставления инновационного и промышленного профиля внутри одного региона. Иными словами, отбираются только те случаи, когда открытые инновации посредством взаимодействия регионов более перспективны, чем закрытые инновации (внутри региона).

С точки зрения инновационного выпуска только в 5 из 14 регионов АИРР (Алтайский край, Красноярский край, Новосибирская область, Томская область, Ульяновская область) наблюдаются индексы комплементарности, большие по значению, чем внутри региона (но, вместе с тем, не превышают 50%). Для данных регионов можно выделить потенциальных регионов-партнёров, у которых имеются производственные мощности по таким же отраслям. Таким образом, просматривается, в каких регионах можно найти спрос на технологические инновации в тех или иных отраслях или какие виды деятельности могут явиться сферой разработки проектов по научно-производственной кооперации регионов (таблица 5).

Таблица 5 – Производственно-технологическая комплементарность регионов АИРР с точки зрения инновационного выпуска по видам экономической деятельности в 2016 году

Регион (формирующий инновационный выпуск)	Регион-партнёр (формирующий промышленный выпуск)	Icomp	Виды экономической деятельности
Алтайский край	Новосибирская область	0,484	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Производство готовых металлических изделий Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов
Красноярский край	Республика Татарстан	0,412	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака

Регион (формирующий инновационный выпуск)	Регион-партнёр (формирующий промышленный выпуск)	Icomp	Виды экономической деятельности
	Самарская область	0,386	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях
	Пермский край	0,392	
	Томская область	0,403	
	Тюменская область	0,406	
Новосибирская область	Республика Башкортостан	0,345	Производство летательных аппаратов, включая космические
Томская область	Калужская область	0,290	Производство электронных компонентов, аппаратуры для радио, телевидения и связи
	Пермский край	0,352	Химическое производство, кроме фармацевтики
	Республика Башкортостан	0,323	
	Ульяновская область	0,303	Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов
Ульяновская область	Калужская область	0,435	Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов

Источник: авторские расчеты

С точки зрения промышленного выпуска в развитие взаимодействия могут быть вовлечены 10 из 14 регионов, у данных регионов наибольшее число потенциальных регионов-партнёров с инновационными компаниями, работающих в тех же отраслях, что и развиты в данных регионах и которые могут явиться сферой разработки проектов по научно-производственной кооперации регионов (таблица 6).

Таблица 6 – Производственно-технологическая комплементарность регионов АИРР с точки зрения промышленного выпуска по видам экономической деятельности в 2016 году (с индексами более 0,4)

Регион (формирующий промышленный выпуск)	Регион-партнёр (формирующий инновационный выпуск)	Icomp	Виды экономической деятельности
Алтайский край	Республика Мордовия	0,476	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Животноводство
Иркутская область	Красноярский край	0,412	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях
	Республика Татарстан	0,457	
Калужская область	Самарская область	0,530	Металлургическое производство Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов
	Ульяновская область	0,435	Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов
Красноярский край	Липецкая область	0,538	Металлургическое производство
Новосибирская область	Алтайский край	0,484	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака

Регион (формирующий промышленный выпуск)	Регион-партнёр (формирующий инновационный выпуск)	Icomp	Виды экономической деятельности
	Республика Мордовия	0,532	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Животноводство
Пермский край	Республика Татарстан	0,510	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях Химическое производство, кроме фармацевтики
Республика Башкортостан	Республика Татарстан	0,404	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях Химическое производство, кроме фармацевтики
Томская область	Красноярский край	0,403	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
	Республика Татарстан	0,628	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях
	Тюменская область	0,539	
Тюменская область	Республика Татарстан	0,587	Добыча сырой нефти и природного газа; предоставление услуг в этих областях
Ульяновская область	Алтайский край	0,459	Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака Производство медицинских изделий; средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов

Источник: авторские расчеты

Следует обратить внимание на регионы с высокими «внутрирегиональными» индексами производственно-технологической комплементарности: Липецкая область (0,861), Республика Мордовия (0,741), Республика Татарстан (0,652). Это свидетельствует о высоком потенциале формирования научно-производственной кооперации внутри региона либо о высокой инновационной активности большей части промышленных предприятий. Также выделяются регионы с очень низкими «внутрирегиональными» индексами: Иркутская область (0,234), Калужская область (0,219), Томская область (0,277), что говорит об ограниченных возможностях данных регионов в развитии научно-производственной кооперации только между организациями внутри региона в результате значительного расхождения сфер промышленного выпуска и сфер создания инноваций. В данном случае источником развития региональных инновационных процессов могут являться межрегиональные цепочки создания стоимости инноваций.

Расчет индексов торгово-технологической комплементарности (таблица 7) предполагает поиск регионов-партнёров, в которых инновационно развиты те отрасли, по которым у рассматриваемого региона наибольший импорт технологий из-за рубежа. Кроме того, можно выделить пары регионов, в торгово-технологическом взаимодействии которых есть потенциал импортозамещения технологий. В нашем исследовании брались во внимание парные индексы со значением 0,6 и более.

Таблица 7 – Торгово-технологическая комплементарность регионов АИРР по видам экономической деятельности в 2016 году

Регион (осуществляющий импорт технологий)	Регион-партнёр (осуществляющий инновационный выпуск)	Icomp	Отрасли промышленности
Липецкая область	Красноярский край	0,625	Металлургическое производство
Ульяновская область	Самарская область	0,691	Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов

Источник: авторские расчеты

В Липецкой области (0,66), Самарской области (0,645), Ульяновской области (0,706) наблюдается высокий потенциал внутрирегионального импортозамещения.

В целом регионы АИРР являются наиболее взаимодополняемыми с точки зрения инновационных и научно-производственных проектов (рисунок 1). Наиболее инновационно комплементарными регионами по отношению к другим регионам АИРР являются Красноярский край, Новосибирская область, Томская область. Наиболее производственно-технологически комплементарными – Красноярский край, Липецкая область, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Самарская область. По торгово-технологической – Тюменская область.



Рисунок 1 – Средние индексы комплементарности по регионам АИРР в 2016 году

Источник: авторские расчеты

Таким образом, по итогам расчётов можно отметить следующее:

- 1) индексы комплементарности позволяют выявить потенциальных регионов-партнёров и перспективные отрасли инновационного взаимодействия для каждого региона, а также оценить потенциал:
 - межрегиональных совместных инновационных проектов;

- межрегиональных и внутрирегиональных научно-производственных проектов;
- межрегионального и внутрирегионального технологического импортозамещения;

2) потенциал регионов АИРР значительно больше по совместным инновационным и производственно-технологическим проектам, чем в области торгово-технологических отношений;

3) каждый регион АИРР взаимодополняем хотя бы с одним другим регионом АИРР по какому-либо типу комплементарности.

Выводы подтверждают целесообразность ассоциации среди данных регионов и доказывают возможность развития инновационных процессов на основе их межрегиональной интеграции. В данной работе удалось количественно обосновать степень взаимодополняемости регионов по каждому из этих направлений и выделить виды экономической деятельности, наиболее перспективные для развития взаимодействия.

Полученные результаты могут явиться основой для поиска межрегиональных кластеров, разработки межрегиональных инновационных проектов, выстраивания торгово-технологических отношений в целях импортозамещения технологий. При наличии необходимых статистических данных по более детализированным перечням видов экономической деятельности (ОКВЭД) возможно провести расчеты по узким направлениям (биотехнологии, фармацевтика, компьютерная техника, авиастроение и многое другое).

Список источников:

1. Chesbrough H., Vanhaverbeke, J. West. Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation. – Oxford: Oxford University Press, 2006. – Pp. 1-12.
2. Chesbrough H.W., Appleyard M.M. Open Innovation and Strategy // California management review. – 2007. – Vol. 50. – №1. – Pp. 57-76.
3. Trade Statistics in Policymaking // A handbook of commonly used trade indices and indicators. – Bangkok: United Nations, 2007. – 112 p.
4. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/organizations/>.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.713

Орлова С.А., Ташанова Е.С.

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

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

Ташанова Елена Сагитовна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, Октябрьская ул., д. 12; e-mail: alena.tashanova@bk.ru

Финансовая политика коммерческого банка определяет направления развития в области формирования и трансформации финансовых ресурсов юридических и физических лиц. От оптимальности и успешности финансовой политики коммерческого банка зависит эффективность деятельности всего предприятия. От структуры и объема финансовых ресурсов зависит ликвидность, рентабельность и возможность обеспечения текущей деятельности банка. При формировании финансовой политики банка необходимо учитывать ряд факторов, экономическое положение в стране, тенденции развития банковской сферы, финансовое положение банка на рынке.

Ключевые слова: финансовая политика, коммерческий банк, формирование финансовых ресурсов, финансовые ресурсы, финансовая стратегия, финансовая тактика.

Orlova S.A., Tashanova E.S.

FINANCIAL POLICY OF COMMERCIAL BANK

Orlova Svetlana Anatolyevna, candidate of economics sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: aspirantura_ogiet@mail.ru

Tashanova Elena Sagitovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alena.tashanova@bk.ru

Развитие рыночных отношений в Российской Федерации предопределяет направления функционирования банковской системы, характеризующейся возросшей конкуренцией за средства физических и юридических лиц. Деятельность коммерческих банков на данный момент связана с периодически возникающими трудностями с ликвидностью; подвержена сильному воздействию факторов внешней среды, динамичных изменений управленческих решений. В условиях нестабильной внешней ситуации и высокой конкуренции на рынке важное значение имеет выбор оптимальной финансовой политики коммерческого банка.

От успешности финансовой политики коммерческого банка во многом зависит эффективность его деятельности, темпы развития, конкурентоспособность и финансовая устойчивость. От оптимальности выбранной финансовой политики зависит не только текущее состояние отдельных банковских организаций, но и состояние экономики в целом, так как в результате своей деятельности коммерческие банки регулируют денежные потоки различных участников рыночных отношений (промышленные предприятия, торговые организации, государство) [2].

Огромное влияние финансовой политики коммерческого банка обусловлено необхо-

димостью ее тщательного исследования и анализа. Под финансовой политикой коммерческого банка обычно понимают перечень принципов и методов по формированию и трансформации финансовых ресурсов банка с целью его текущего функционирования как предпринимательской единицы в условиях нестабильности.

Финансовая политика должна устанавливать общую концепцию банка по формированию и преобразованию финансовых средств. Управление финансовыми ресурсами должно строиться на основании финансовой политики. Финансовая политика является частью общей политики коммерческого банка. Политика банка может быть финансовой, кредитной, депозитной, сберегательной, инвестиционной, кадровой и др. Учитывая тот факт, что финансовая политика является частью общей политики банка, для нее характерны основные направления. Таким образом, политику в области финансов можно определить как стратегию и тактику банка в области формирования и трансформации финансовых ресурсов.

Финансовая стратегия банка представляет собой систему долгосрочного планирования в области привлечения и преобразования ресурсов, а также включает систему способов достижения запланированных установок в условиях нестабильности внешней среды. Главной целью финансовой стратегии является определение структуры, перспектив и приоритетных направлений формирования финансовых ресурсов; определение методов и способов реализации поставленных целей и задач. Для оценки успешности финансовой стратегии используют интегральные финансовые показатели роста и эффективности. Финансовая стратегия должна быть ориентирована на формирование оптимального соотношения и размера финансовых ресурсов; поддержание приемлемого уровня ликвидности, рентабельности; повышение лояльности клиентов к банку; исключение использования временных неоправданных методов формирования и распределения финансовых ресурсов; развитие долгосрочных взаимоотношений с клиентами и контрагентами. Также в рамках финансовой стратегии банк должен принимать участие в перспективных рентабельных финансовых проектах, соответствующих общей политике банка и требованиям законодательства.

В отличие от финансовой стратегии, финансовая тактика представляет систему краткосрочного планирования в области формирования и трансформации финансовых ресурсов, а также включает систему способов достижения установок финансовой тактики. Финансовая тактика обладает рядом отличительных особенностей: адаптивностью, конкретностью, определенностью. Долгосрочные стратегические цели по формированию и трансформации финансовых ресурсов формулируются на определенную перспективу, возможную для планирования в условиях неопределенности, преобразуются в систему краткосрочных целей. Долгосрочные стратегические цели представляют собой поэтапную программу действий, причем стратегические цели адаптируются к уровню развития структурных подразделений банка. При разработке финансовой тактики устанавливаются критерии оценки эффективности решений по привлечению и преобразованию финансовых ресурсов; пределы и ограничения на формирование ресурсов; количественные и качественные параметры формирования финансовых ресурсов, связанные с другими направлениями деятельности банка.

Связь стратегии и тактики в области финансов определяется тем, что тактики устанавливают методы и инструменты достижения долгосрочного планирования, определенной стратегией. При принятии финансовых решений предпочтение отдается финансовой стратегии, так как последняя способна обеспечить успешную деятельность коммерческого банка и его ликвидность [1].

К задачам формирования финансовой политики коммерческого банка относятся:

- создание условий для максимизации дохода коммерческого банка при относительно небольшом значении рисков;
- расширение источников финансирования банка как за счет юридических, так и за счет физических лиц;
- гармоничное распределение ресурсов, содержащихся в активах и пассивах организации, по источникам, объемам и срокам;

- поддержание стабильного уровня ликвидности;
- достижение запланированных финансовых показателей и контроль в процессе;
- увеличение доли долгосрочных финансовых ресурсов в общем объеме, так как именно за счет долгосрочных финансовых ресурсов достигается устойчивое финансовое положение банка и появляются возможности для осуществления текущей деятельности;
- наиболее эффективное использование финансового потенциала коммерческого банка;
- анализ и исследование финансовых рынков с целью наиболее объективной оценки возможностей банка при формировании и трансформации финансовых ресурсов;
- составление прогнозов возможного воздействия факторов внешней среды и минимизация рисков в области финансовой составляющей банка;
- быстрое предложение наиболее востребованных и новых финансовых продуктов, возникающих в процессе трансформации внешней среды, для целей привлечения наибольшего объема финансовых ресурсов;
- реализация ценовой политики, которая бы позволила при сохранении привлекательности финансовых продуктов для клиентов уменьшить процентные издержки по привлечению ресурсов;
- обеспечение взаимосвязи и отсутствия противоречий при построении стратегического и тактического финансового планирования;
- оценка и контроль финансовой деятельности коммерческого банка.

Финансовая политика коммерческого банка выступает в качестве регулятора деятельности по привлечению и перераспределению финансовых ресурсов, которая позволяет координировать, развивать и проводить мониторинг данных процессов. Роль финансовой политики в рамках отдельного банка заключается в обеспечении ликвидности, рентабельности и привлекательности для клиентов и контрагентов [3].

Финансовая политика коммерческого банка должна основываться на уже достигнутом результате и стремиться к совершенствованию взаимоотношений с клиентами и контрагентами. Необходимость разработки положений финансовой политики определяется возможностью к регулированию, контролю и оптимизации отношений с юридическими и физическими лицами, непосредственно вовлеченными в процесс привлечения и трансформации финансовых ресурсов. При разработке финансовой политики необходимо учитывать экономического положение в стране, уровень развития банковской системы, а также уровень развития банка.

В зависимости от текущего положения экономики в стране (кризисный, посткризисный период или период стабилизации) финансовая политика будет обладать рядом характерных черт. Кризисный период характеризуется направленностью финансовой политики банка на обеспечение финансовой устойчивости и минимизации рисков. В посткризисный период финансовая политика банка стремится к наращению объемов финансовых ресурсов при сокращении издержек, в особенности за содержание административно-управленческого состава банка. Период стабилизации характеризуется повышением качества финансовых ресурсов и увеличением прибыли от финансовой деятельности коммерческого банка.

Разработка финансовой политики банка требует следования определенных принципов для достижения поставленных целей. Цели и задачи должны быть согласованы с конкретными методиками и правилами осуществления финансовой деятельности. К основополагающим принципам формирования финансовой политики коммерческого банка относятся:

1. Принцип эффективности, который основан на главной цели функционирования банка – получении прибыли. Т.е. финансовая политика банка должны быть сформирована таким образом, чтобы обеспечить максимальный доход от финансовой деятельности при минимальных издержках. Важно отметить, что достижение данного принципа невозможно без четко сформулированных целей и задач, а также определенного ожидаемого результата дея-

тельности. Для достижения эффективности функционирования необходимо текущее и перспективное планирование. Финансовое планирование стоит строить при учете среднестатистических показателей и показателей, характеризующих деятельность фирм-конкурентов.

2. Принцип оптимальности состоит в привлечении оптимального объема и структуры финансовых ресурсов, которые коммерческий банк будет в состоянии обслуживать и эффективно использовать в процессе хозяйственной деятельности [1].

3. Принцип адекватности заключается в формировании финансовой политики таким образом, чтобы максимально соответствовать текущему положению в мире, стране, области и финансовому положению самого банка. Т.е. при построении финансовой политики необходимо учитывать условия функционирования банковской системы внутри страны, а также факторы внешней и внутренней среды, оказывающие воздействие на финансовую политику. Российские реалии таковы, что банковская система на данный момент характеризуется недостаточной капитализацией и дисбалансом структуры активов и пассивов. Поэтому при формировании финансовой политики коммерческого банка данную тенденцию необходимо брать в расчет. Важно отметить, что финансовая политика должна быть ориентирована на потребителей с целью предложения и реализации финансовых продуктов, пользующихся спросом и обеспечивающих доходность и надежность банка. Исходя из вышесказанного можно утверждать, что принцип адекватности заключается в соответствии финансовой политики реальному положению экономики и возможностям конкретного банка. Также данный принцип предполагает взаимосвязь и отсутствие противоречий между всеми элементами финансовой политики.

3. Принцип осторожности и безопасности реализуется через формирование финансовой политики с определенной долей недоверия и предусмотрительности, а также определенного консерватизма при формировании и трансформации финансовых ресурсов. Коммерческим банкам рекомендуется воздержаться от реализации проектов, несущих в себе большой уровень риска, даже если данный проект принесет наибольший прирост клиентской базы и дохода. Важно отметить, что ведение текущей деятельности в области финансовых ресурсов должно быть в рамках соблюдения законодательства, так как нарушение нормативных и законодательных актов ведет к риску возникновения штрафов, пени, неустоек и как крайняя мера к отзыву лицензии, в результате чего деятельность коммерческого банка может быть остановлена.

4. Принцип понятности, обоснованности и непротиворечивости проявляется в формулировании положений финансовой политики таким образом, что они были понятны большому кругу лиц, четко изложены, документально зафиксированы. Также положения финансовой политики не должны противоречить друг другу и общей политике коммерческого банка. При составлении финансовой политики необходимо руководствоваться экономическими законами в денежно-кредитной сфере; тенденциями, сложившимися на рынке банковских услуг; структурой и природой формирования финансовых ресурсов различных субъектов. Для достижения принципа непротиворечивости положения финансовой политики должны содержать сферу ответственности и полномочий различных структурных единиц.

5. Принцип ориентированности на клиентов проявляется в ориентированности на потребителей банковских услуг. Т.е. необходимо ориентироваться на потребности и интересы клиентов – это позволит обеспечить расширение клиентской базы и лояльности к банку.

6. Принцип гибкости и постоянного совершенствования реализуется через систематическую модернизацию и коррекцию финансовой политики в соответствии с изменившимися условиями среды. Сформированная финансовая политика не может быть сформулирована единожды и применяться в течение длительного периода времени. В коммерческом банке должна функционировать определенная организационная единица по изучению и анализу результатов реализации финансовой политики. На основании полученных данных даются

обоснованные рекомендации по совершенствованию положений финансовой политики.

7. Принцип технологичности проявляется в необходимости совершенствования процесса управления финансовой деятельностью в связи с быстрыми темпами развития технологий. Следование данному принципу позволяет снизить затраты на осуществление финансовых операций, а также повысить качество и скорость обслуживания клиентов банка.

8. Принцип учета и покрытия рисков необходим к применению, так как финансовая деятельность коммерческих банков подвержена многочисленным рискам, без учета которых организация может потерпеть крах. При формировании финансовой политики необходим учет и оценка всех существующих ожидаемых и неожиданных рисков. Количество финансовых проектов, риски которых превышают возможности покрытия ущерба, должно быть сведено к минимуму.

9. Принцип контролируемости должен быть реализован через систему обязательного контроля процесса исполнения финансовой политики с целью не только выявления отклонений, но и возможных причин, а также для выявления потенциала и резервов для более успешной финансовой деятельности.

Таким образом, соблюдение все перечисленных принципов формирования финансовой политики позволит коммерческому банку успешно функционировать и достигать поставленных целей в кратчайшие сроки.

Список источников:

1. Коваленко О.Г., Курилова А.А. Теоретические основы управления ликвидностью банка // Вестник НГИЭИ. – 2015. – №7 (50). – С. 38-43.
2. Дорофеев В.Д. Стратегическое планирование коммерческого банка // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – №2 (26). – С. 164-170.
3. Габбасова Л.Б., Мирзагалямов Б.Б. Экономическое поведение банков в условиях финансовой нестабильности // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – №4. – С. 19-22.

УДК 336.717:004.1

Закутаева К.В.

ЭЛЕКТРОННЫЙ БАНКИНГ (ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ)

*Закутаева Кристина Викторовна**, обучающаяся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kr.zakutaeva@yandex.ru

Современный интернет является эффективным инструментом, с помощью которого можно не только оперативно приобрести услуги, товары, материальные, а также финансовые ценности, но и информацию. Практически любой современный человек в той или иной степени сталкивается с необходимостью пользоваться услугами, предоставляемыми банками или другими структурами банковской системы. Это услуги дистанционного банковского обслуживания посредством интернет-банкинга.

Ключевые слова: интернет-банкинг, банк, банковская система, банковское обслуживание, электронный банкинг, безналичный расчет.

* Научный руководитель: Макарова Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент; e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru

Zakutaeva C.V.

ELECTRONIC BANKING (INTERNET-BANKING)

Zakutaeva Christina Viktorovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kr.zakutaeva@yandex.ru

The modern Internet is an effective tool to purchase promptly services, goods, material and financial values, and information. Practically any modern individual faces the necessity to use the services provided by banks or other structures of the banking system to some extent. These are the services of remote banking service by means of the Internet-banking.

Keywords: Internet banking, bank, banking system, banking service, electronic banking, clearing transfers.

Значительный рост конкуренции в сфере дистанционного банковского обслуживания, а также существенно усилившаяся активность иностранных банков вынуждают банки России искать новые, более эффективные пути повышения качества и наращивания числа контактов (оказанных услуг) с клиентами.

Современные условия деятельности заставляют не только активно применять уже сложившиеся и традиционные банковские решения, но и внедрять прогрессивные технические и научные достижения, реализованные в разнообразных методах удаленного обслуживания в банковской сфере.

Развитие обслуживания через отдаленные каналы доступа дает возможность индивидуально работать с клиентами в зависимости от их конкретных предпочтений, в существенной степени сокращать дистанцию между клиентом и банком, а также увеличивает конкуренцию между банками. Эти условия способствуют стремительному развитию дистанционного обслуживания как в качественном, так и в количественном аспекте.

Таким образом, вопросы организации полного дистанционного банковского обслуживания, основанные на современных бизнес-технологиях, позволят улучшить обслуживание клиентуры, повысить качество банковских услуг, минимизировать издержки, что обуславливает рост конкурентоспособности.

Интернет-банкинг – это полноценная и универсальная система электронного банковского обслуживания, разрабатываемая финансовыми учреждениями для корпоративных и частных клиентов. Популяризация безналичных расчетов, доступность интернета и стремительное развитие электронной торговли сделало онлайн-банкинг неотъемлемой частью современного финансового рынка. Подобная форма комплексных виртуальных услуг открывает доступ к открытой учетной записи с помощью электронного устройства (компьютера, планшета и смартфона), после чего клиент финансового учреждения может выполнять различные операции, связанные с платежами, управлением расчётными счетами и сбором статистической информации.

Классический электронный банкинг (Е-банкинг) создан для значительного упрощения процесса взаимодействия финансового учреждения с многочисленными клиентами. Высококлассное дистанционное банковское обслуживание положительно сказывается на скорости осуществления различных транзакций. К тому же каждый клиент получает возможность заказывать отчеты и собирать аналитические данные по движению собственных денежных потоков.

Основные услуги онлайн-банкинга:

1. Предоставление информации по разнообразным банковским продуктам (депозиты, кредиты, пластиковые карты).
2. Внутренние переводы между расчётными счетами клиента в рамках коммерческого банка, в котором они открыты.
3. Оплата покупок, различных сервисов и коммунальных услуг, включая автоматиче-

ские платежи.

4. Межбанковские финансовые операции – переводы на счета и со счетов, открытых в других банках.

5. Внутренние и внешние переводы, предполагающие конвертирование валют.

6. Конвертация денежных средств непосредственно на открытом банковском счете.

7. Блокировка, подача заявки на повторный выпуск и разблокировка карт.

8. Ограничение лимита использования денежных средств, хранящихся на расчетном счете клиента.

9. Проверка баланса и получение доступа к информации относительно выполненных платежных операций.

В зависимости от используемых на этапе разработки платформ программных и технических решений онлайн-банкинг позволяет выполнять пассивные (проверка баланса и истории учетной записи) и активные (заказ на перевод, открытие срочного вклада) операции.

Таким образом, электронный банкинг является ключевым элементом банковского дела для выполнения безналичных расчетов, в том числе и на международном уровне.

Пользователь онлайн-банкинга получает доступ к информированию относительно:

- открытия, управления и закрытия текущих, карточных или кредитных счетов;
- действующих кредитных договоров и состояния графика выплаты долга;
- депозитов и начисления процентных платежей;
- новых услуг и специальных предложений для постоянных клиентов.

Через систему интернет-банкинга любой клиент может заказать по выгодным расценкам различные сервисы и документы, включая электронные выписки по действующим счетам. Информирование происходит непосредственно на сайте путем всплывающих уведомлений или по SMS на указанный клиентом номер телефона.

Получение доступа к интернету позволяет использовать онлайн-банкинг в любом уголке планеты. Клиент получает уникальную возможность воспользоваться всеми необходимыми услугами банка в комфортное для себя время.

Следует отметить, что крупные коммерческие банки также предоставляют возможность активировать услугу интернет-банкинга в личном мобильном телефоне. Для получения доступа к этой системе нужно всего лишь скачать и установить официальное приложение на смартфон.

Преимущества электронного банкинга для клиента:

- банковское обслуживание в режиме 24/7;
- снижение затрат на выполнение операций, связанных с различными безналичными расчетами;
- устранение косвенных и прямых незапланированных затрат на обслуживание;
- привлекательные с точки зрения цен услуги;
- возможность автоматизации различных платежей благодаря использованию шаблонов;
- доступ к услугам из любой точки мира без необходимости физического присутствия в банке;
- контроль текущего счета, включающий мониторинг денежных потоков, баланса и безналичных операций;
- отсутствие очереди и оперативное банковское обслуживание;
- быстрый и легкий доступ к статистической информации;
- консультирование и помощь клиенту в режиме реального времени.

Самым популярным интернет-банком в России является Сбербанк Онлайн. На его использование приходится 74% всех российских клиентов интернет-банкинга.

Выделяют пять самых популярных интернет-банков в России:

1. Сбербанк России;
2. Тинькофф Банк;

3. Альфа-Банка;
4. Втб24;
5. Русский Стандарт.

В сумме системы этих банков охватывают 90% российских пользователей интернет-банкинга.

Для подключения к популярной в настоящее время услуге интернет-банкинга достаточно обратиться в любой филиал или зарегистрироваться на официальном сайте банка. Автоматически аккаунты открываются для держателей банковских карт, но в целях активного использования личного кабинета придется подтвердить авторизацию.

Преимущества для банка:

- увеличение дохода, которое главным образом объясняется сокращением постоянных затрат на выплату зарплаты обширному штату консультантов, экономистов, кассиров и финансовых менеджеров;
- продуманное распределение ресурсов для привлечения большего числа пользователей;
- расширение доступного спектра предоставляемых услуг и продуктов;
- повышение уровня доверия к финансовому учреждению среди клиентов;
- оперативное электронное банковское обслуживание, ускоряющее процесс совершения транзакций;
- доступ к дешевому и удобному способу регулярного информирования клиента о новых услугах, текущих комиссиях и процентных ставках или рекламных кампаниях благодаря использованию электронной почты, SMS и push-уведомлений;
- возможность собирать ценную информацию о клиентах и выполняемых ими операциях;
- индивидуализация предложений с учетом требований клиентов по предоставлению услуг;
- создание дополнительного источника для приема платежей.

Выполненные операции тщательно анализируются представителями коммерческого банка, чтобы адаптировать будущие услуги к потребностям клиентов. Продуманный анализ запросов целевой аудитории позволяет создать и подготовить специальные предложения, соответствующие ожиданиям и индивидуальным предпочтениям клиентов.

В свою очередь электронные каналы доступа к управлению банковскими счетами и продуктами рассматриваются в качестве идеального источника информирования клиентов, позволяющие повысить интерес к услугам банка.

Одним из основных недостатков онлайн-банкинга является проблема, связанная с повсеместной защитой конфиденциальных данных. Одновременно с разработкой официальных сайтов финансовые учреждения занимаются также созданием и внедрением высококласных систем безопасности, препятствующих разглашению секретных данных.

Основные методы обеспечения безопасности безналичных расчетов через систему онлайн-банкинга:

1. Простая аутентификация с использованием логина (ID), пароля и PIN-кода.
 2. Многоуровневая аутентификация, предполагающая применение сертификата пользователя и временного пароля.
 3. Шифрование процесса передачи данных, реализованное благодаря сертификату SSL.
- Для обеспечения полной безопасности в системе онлайн-банкинга используются механизмы многоуровневой аутентификации зарегистрированного пользователя, предназначенные для генерации одноразового пароля.

После получения SMS клиент должен ввести проверочный набор цифр для осуществления запланированной операции. Подобный принцип генерации одноразового пароля доступен также в мобильном приложении.

Использование сложных систем защиты конфиденциальных данных обеспечивает полную безопасность при осуществлении всевозможных денежных операций, освобождая

клиента от необходимости держать при себе дополнительное электронное оборудование.

В результате систематического увеличения объёма выполняемых транзакций посредством использования мобильного и интернет-банкинга требуется постоянное и продуманное совершенствование системы безопасности. Снижение рисков, связанных с безналичными платежами, позволит значительно повысить уровень доверия к банку.

Таким образом, непрерывная работа по ускорению процесса обработки платежей и повышению уровня безопасности виртуальных систем эквайринга делает систему интернет-банкинга одним из главных направлений для развития современного сектора банковских услуг.

В любом случае каждый из нас может уже сейчас оценить возможности интернет-банкинга, и даже самые смелые аналитики сходятся во мнении, что интернет-банкинг можно рассматривать как самое полезное изобретение со времен появления телефона.

Банки в настоящее время большое внимание уделяют развитию дистанционного банковского обслуживания. Основное внимание приходится на интернет-банкинг, так как большинство клиентов банка являются активными пользователями сети Интернет. Банки постоянно совершенствуют данное направление и делают его более доступным и удобным для клиентов. У большинства банков данная услуга является абсолютно бесплатной, что привлекает клиентов, а банкам дает возможность сделать сервис более доступным, тем самым сократить время ожидания клиента на выполнение множества банковских операций.

Список источников:

1. Дьякова О.Н. Дистанционное банковское обслуживание в деятельности банков: учебник. – М.: МГУ, 2015. – 115 с.
2. Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 402 с.
3. Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования: учебное пособие. – Ставрополь: СКФУ, 2016. – 129 с.
4. Макарова Т.Н., Сотникова Е.А., Колосова К.С. Влияние новых технологий на экономическое поведение потребителей // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов. Международная научно-практическая конференция: материалы и доклады. Под общей редакцией О.А. Строевой. – Орел: ОФ РАНХиГС, 2015. – С. 172-177.
5. Макарова Т.Н., Олифер Д.А. Клиентоориентированный маркетинг в банковской сфере (на примере Сбербанка России) // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №2. – С. 228-232.
6. Ревенков П. В. Финансовый мониторинг в условиях интернет-платежей: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016. – 64 с.
7. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: учебник. – М.: Статут, 2014. – 543 с.
8. Сергеева И.И. Проблемы электронной коммерции // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 212-218.
9. Смагина И.В., Коржова М.В. Электронная коммерция в России: проблемы и перспективы развития // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №6 (18). – С. 80-85.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 339.372.7:691

Шелепова А.С., Кузнецов Р.В.

ДИНАМИКА КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ГОРОДА ОРЛА КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАГАЗИНОВ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ

*Шелепова Анастасия Сергеевна**, обучающаяся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: shelepova.anastasiy@yandex.ru

*Кузнецов Роман Владимирович**, обучающийся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Одной из главных проблем для покупателей жилья в российских регионах является повышение цен на строительные материалы. В то же время большинство строительных магазинов города Орла не в силах препятствовать росту цен даже под угрозой потери клиентов. В числе главных причин: спад на рынке строительства жилой недвижимости, естественным следствием которого является снижение потребности населения в ремонтно-отделочных работах и ограничение зарубежных поставок стройматериалов из-за экономических санкций против России. Несмотря на негативные тенденции развития рынка строительных материалов, региональные потребители пока не склонны менять свои предпочтения и переключаться на менее качественную продукцию. Для экономии средств покупатели, скорее, согласны на увеличение продолжительности сроков ремонта, использование кредитных ресурсов или дополнительные риски, связанные с приобретением строительных материалов через каналы дистанционной торговли.

Ключевые слова: строительство, жилье, ремонт, строительные материалы, отделочные материалы.

Shelepova A.S., Kuznetsov R.V.

DYNAMICS OF MARKET CONDITION OF OREL REAL ESTATE AS THE FACTOR OF COMPETITIVENESS CHANGE OF BUILDING MATERIALS STORES

Shelepova Anastasia Sergeevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: shelepova.anastasiy@yandex.ru

Kuznetsov Roman Vladimirovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

One of the main problems for lodging buyers in the Russian regions is increase of the prices for building materials. At the same time, the majority of building stores of Orel can't but rise prices, even under the threat of loss of clients. The main reason is recession in the market of building of residential real estate. The natural consequence of the recession is decrease in population's demand for repair and decorating works and restriction of foreign supplies of building materials because of economic sanctions against Russia. Despite the negative development tendencies of building materials market, regional consumers are not inclined to change their preferences and to switch to less qualitative production. To economize the buyers are more inclined to agree to increase of the repair period, use of credit or additional risks connected with purchase of building materials through the channels of remote trade.

Keywords: construction, lodging, repair, building materials, decoration materials.

* Научный руководитель: Лисичкина Наталия Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: natalyorel@hotmail.com

Рынок жилой недвижимости является одним из важнейших элементов муниципальной социальной инфраструктуры, состояние которой во многом определяет тенденции и перспективы социального развития региона [11].

Темпы ввода новой жилой недвижимости на рынок за последние годы заметно сократились ввиду строительного кризиса и ряда других социально-экономических причин [2, 16, 21]. Но большой выбор жилья на данный момент сохраняется как на вторичном, так и на первичном рынке Орла [1]. Вторичный рынок представлен жильем в старом фонде: это квартиры в домах, построенных в советский период. Также к этой категории относятся квартиры, построенные в последнее время, но купленные не у застройщика, а у предыдущих жильцов. Таким способом можно приобрести квартиру улучшенной планировки и большой площади. В таких квартирах, как правило, уже есть отделка, сантехнические приборы, радиаторы. Здесь можно сделать небольшой косметический ремонт, поставить мебель и заселяться. На рынке нового жилья можно отметить уменьшение предложения и незначительное снижение суммы сделки, вызванное скидками от застройщиков. Такое положение можно отметить как по всей России, так и по Орловской области [24].

Квартиры в современных жилых домах привлекают улучшенной планировкой, новыми коммуникациями, энергосберегающими окнами и другими конструктивными элементами, существенно повышающими энергоэффективность и комфортабельность жилья [4, 8, 14]. В Орле, как и в большинстве городов России, строятся преимущественно три типа жилых домов: панельные, монолитные, со стенами из кирпича или газобетона [13, 19]. Растет интерес к малоэтажному строительству с использованием индивидуальных проектов, энергоэффективных технологий и экологически безопасных материалов [3, 10, 25].

Ремонт и отделка жилых помещений, как правило, выполняются по индивидуальному проекту, утвержденному покупателем. Отделка нового жилья может выполняться по проектам, предложенным застройщиком. При расчете сметной стоимости строительно-отделочных работ учитывается не только площадь квартиры и другие количественные параметры, но и удаленность жилого сектора от центра. Например, комфортные квартиры в микрорайоне стоят на порядок дешевле аналогичного жилья в центральной части Орла [9, 13].

Исследование структуры рынка строительства многоквартирных домов показало, что наибольшую долю в целом по Орловской области занимает ОАО «Орелстрой» (около 42%). На территории г. Орла ОАО «Орелстрой» имеет долю 39,2%. Второе место занимает ЗАО АК «АЛРОСА» (доля рынка по области составляет около 10%). ОАО «АИЖК Орловской области» имеет долю рынка около 8%, доля остальных компаний составляет 5% (ЗАО «Жилстрой») и меньше [5].

В ходе исследования, проведенного в 2015 году С.Ю. Новаковой [17], был выявлен целый ряд факторов, оказывающих значительное влияние на снижение темпов строительства. К основным из них следует отнести:

- снижение рентабельности деятельности застройщиков как следствие роста стоимости строительства [13];
- сокращение средств, вовлеченных в оборот при новом строительстве;
- отсутствие коммуникаций и своевременной инженерной подготовки территорий под будущую застройку [18];
- рост стоимости строительно-монтажных работ вследствие монополизации сектора промышленности строительных материалов [23] и инфляции [15];
- недостаточно развитая инфраструктура привлечения финансовых средств, высокий процент по ипотеке [7].

Одной из главных проблем для застройщиков является повышение цен на строительные материалы, неизбежно приводящее к удорожанию строящихся объектов и падению спроса. Именно этот фактор, по мнению большинства аналитиков, стал ключевым в развитии кризиса, наблюдающегося в последние годы в сфере строительства как жилой, так и коммерческой недвижимости [6, 12, 22].

Опрос, проведенный в 2015 году аналитической компанией Форейтор, показал, что даже в условиях экономического кризиса для розничных покупателей качество приобретаемых стройматериалов остается более значимым фактором, чем цена. Покупатели, уже начавшие ремонт, скорее, готовы к дополнительным затратам времени и риску выбора новых каналов коммуникации, чем к переключению внимания на сегмент более дешевых (менее качественных) товаров¹.

Проведенное И.А. Поповым исследование [20] выявило три основных группы потребителей, которые различаются по мотивации покупок и, следовательно, при выборе места приобретения строительных и отделочных материалов ориентируются на принципиально разные факторы конкурентоспособности (признаки) торговых предприятий.

Первая группа (около 60% от общего числа) начинает ремонт с составления приблизительной сметы, и ключевым фактором при выборе места приобретения товара для них является ценовая политика предприятия. При планировании покупки они, как правило, объективно учитывают свои финансовые возможности и не склонны к спонтанности. Наиболее обеспеченные клиенты данного типа прислушиваются к советам специалистов, а покупатели с невысоким доходом предпочитают самостоятельно обзванивать или объезжать близлежащие торговые точки, предпочитая крупные торговые центры и строительные рынки.

Для второй группы потребителей (20%) деньги не являются главным определяющим моментом. Они нанимают дизайнеров или архитекторов, которые составляют точную смету исходя из пожеланий заказчиков, черпающих информацию об интерьере в специализированных журналах. Главное для этой группы – качество и престиж, поэтому все необходимые товары они приобретают в дорогих специализированных магазинах. Третья группа – спонтанные потребители (20%). Просчитать их пристрастия в отношении торговых операторов довольно сложно. Они покупают необходимые товары как в дорогих супермаркетах, так и в случайных полуподвальных магазинчиках [20].

Что касается разделения на отдельные группы товаров, то для потребителей отделочных материалов основным моментом во взаимоотношениях с поставщиками является возможность последних обеспечить надлежащий (на взгляд потребителя) объем ассортимента. Потребитель очень заинтересован, чтобы весь заявленный ассортимент был у поставщика на складе. Немаловажным моментом для покупателей является возможность получения скидки у поставщика за объем приобретаемой покупки либо за постоянство в выборе поставщика. Потребители изоляционных и кровельных материалов также заинтересованы в ассортименте продукции, но для них на втором месте находится характеристика устойчивости фирмы. Данный сегмент рынка находится в состоянии превалирования расчетов живыми деньгами, что подтверждают последние строчки рейтинга: для потребителей нет большой необходимости в поддержании взаимозачетов и бартера [20].

На городском портале Город-Орел.РФ представлен рейтинг самых посещаемых и выгодных розничных магазинов города Орла². В десятку лучших вошли: «Паркет-Маркет», «Параллель», «АльфаОкна», «Строй-эффект», «Новый дом», «Партнер», «Всё для стройки и ремонта», «Олимп», «Мир дерева», «Плитка», «Luxury».

В настоящий момент ввиду того, что происходит спад строительства недвижимости, многие строительные магазины теряют поток клиентов. Организации стараются приобретать для строительства более выгодные материалы. Розничные покупатели также ищут выгоду от покупок стройматериалов.

Многие торговые базы со строительными материалами для привлечения клиентов разрабатывают разные виды скидок и акций (табл. 1).

¹ Обзор российского рынка строительных материалов [Электронный ресурс] // FORUMHOUSE. – Режим доступа: <https://www.forumhouse.ru/articles/house/6076>.

² Строительные магазины. Орел [Электронный ресурс] // Город-Орел.рф. Городской портал. – Режим доступа: <http://gorod-orel.ru/spr/stroy-magazin.html>.

Таблица 1 – Виды скидок и акций

Наименование акции	Цель акции
Акция «Распродажа»	Создать устойчивое мнение у покупателей о наличии недорогого товара и постоянно проводимых «распродажах» в магазинах
Акция «Товар Месяца»	В течение 3-6 месяцев создать у посетителей, покупателей магазинов устойчивое мнение о том, что в магазинах всегда можно купить популярный товар по выгодной цене
Специальные акции	Целью является увеличение трафика в магазины, увеличение продаж. Примеры акций: «летние и новогодние скидки до 80%», «два товара месяца с минимальными ценами»

При предоставлении магазинами данных акций покупатели чаще будут посещать магазины для приобретения строительных материалов и товаров для дома. Также многие строительные базы и магазины для привлечения клиентов внедряют систему двойных чеков (разницу между номинальной розничной ценой и фактической «льготной» ценой получает мастер, отделочник или оптовый клиент, на имя которого оформлена дисконтная карта). Но позднее начались проблемы с возвратами, и дабы избежать потери клиентского потока, организации перешли на более выгодные условия для покупателей. Каждый месяц покупатели, имеющие дисконтные карты с крупнооптовыми скидками, могут забирать разницу между скидками на руки (после истечения 14 дней со дня покупки).

В настоящее время современный рынок строительства формируется достаточно большим количеством крупных компаний и небольших фирм. Все они стремятся привлечь к себе как можно больше клиентов и покупателей, но не каждая организация задумывается о необходимости адекватной оценки факторов, влияющих на конкурентоспособность, и управления ими. Вероятность достижения фирмой высокого уровня конкурентоспособности характеризует ее конкурентная позиция, которая определяется, с одной стороны, внутренним состоянием компании, с другой – совокупным воздействием на нее факторов внешней среды.

Список источников:

1. Белашова М.А. Анализ состояния жилищной сферы Орловской области // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №6 (24). – С. 36-42.
2. Боровков С.К. Негативное влияние санкций на деятельность строительных компаний [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – №12. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2015/12/61735>.
3. Бударин Е.Л. Исследование проблем архитектуры и развития малоэтажного жилища в современных условиях // Современная наука и инновации. – 2016. – №4 (16). – С. 119-134.
4. Бударин Е.Л. Энергоэффективные конструкции и материалы в архитектуре экологического доступного малоэтажного жилища // Современная наука и инновации. – 2017. – №4 (20). – С. 164-173.
5. Волкова А.В. Инновации в сфере строительства: проблемы апробации в регионах // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Т. 10. – №4. – С. 194-204.
6. Герасимов С. Состояние и перспективы строительной отрасли РФ в 2016-2017 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.indexbox.ru/news/sostojanie-i-perspektivy-stroitelnoj-rf>.
7. Голикова А.М. Развитие ипотечного кредитования в России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – №5. – С. 119-123.
8. Данилова-Волковская Г.М., Шимловская В.Ю., Волковский Н.Н. Инновационные композиционные материалы в строительстве // Современная наука и инновации. – 2015. –

№4 (12). – С. 70-75.

9. Жох Д.В., Хохлов Д.Д., Лисичкина Н.В. Совершенствование оценочного процесса на рынке недвижимости // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №4 (16). – С. 113-118.

10. Жукова М.М. Анализ факторов, оказывающих влияние на человеческий потенциал региона (на примере Орловской области) // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2015. – №2. – С. 257-259.

11. Замуруева Н.А., Бондарева Н.А., Щербаклова С.П. Теоретические основы исследования социально-экономического развития муниципальных образований // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 166-170.

12. Захаркина Н.В., Паршутина И.Г. Инвестиции и качество жизни населения: региональный аспект // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 28-33.

13. Ильминская С.А., Илюхина И.Б., Арманшина Г.Р. Рынок недвижимости и факторы его определяющие // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №4 (38). – С. 168-171.

14. Ильминская С.А., Илюхина И.Б. Клиентоориентированный подход в управлении недвижимостью // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №4. – С. 297-303.

15. Лисичкина Н.В. Инструменты восстановления экономической активности отраслей и регионов // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 6. – С. 106-108.

16. Никишина Е.С. Маркетинговая оценка современного состояния и перспектив развития рынка жилой недвижимости в Орловской области // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 81-88.

17. Новакова С.Ю. Состояние, проблемы и направления развития рынка недвижимости города Орла // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2015. – №2 (65). – С. 58-64.

18. Паршутина И.Г., Шапорова О.А. Проблемы стратегического управления социально-экономическим развитием муниципальных образований // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2016. – №5 (68). – С. 83-89.

19. Перухин А.М. Оценка и управление конкурентоспособностью строительномонтажных организаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2004. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/otsenka-i-upravlenie-konkurentosposobnostyu-stroitelno-montazhnyh-organizatsiy#ixzz5Eq8fkSRb/>.

20. Попов И.А. Моделирование процесса диверсификации ассортимента продукции в управлении продажами торгового предприятия малого бизнеса: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.13. – Самара, 2007. – 141 с. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/mat-metody/modelirovanie-processa-diversifikacii-assortimenta-produkcii-v-upravlenii.html>.

21. Проблемы модернизации и инновации в российской экономике: монография / С.В. Шманев, Г.Р. Арманшина, Ю.Г. Голоктионова и др.; под ред. Шманёва С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: Издательство КАРТУШ, 2013. – 212 с.

22. Российский рынок стройматериалов [Электронный ресурс] // Группа ИНЭК. – Режим доступа: <http://inec.ru/documents/stroymaterial-rus.pdf>.

23. Сабаевская Я. Обзор рынка строительных материалов на первое полугодие 2017 года [Электронный ресурс] // КиТ оценка. – Режим доступа: <http://kitocenka.ru/obzorgynka-stroitelnykh-materialov>.

24. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А., Макарова Т.Н. Маркетинговый обзор и ключевые тренды развития рынка недвижимости // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С. 61-67.

25. Сотников А.В. Анализ и повышение качества региональной недвижимости // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – №8. – С. 261-264.

УДК 658.8

Романчикова Б.И.

КРОСС-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДАЖ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

*Романчикова Божена Игоревна**, обучающаяся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kernantonina@gmail.com

Статья посвящена изучению технологии кросс-маркетинга. В ней раскрывается содержание данного термина, приводятся примеры наиболее удачных кросс-маркетинговых коммуникаций. Описываются основные этапы процесса заключения кросс-маркетинговых соглашений и их наиболее распространенные виды.

Особое внимание уделено преимуществам и недостаткам данного вида партнерского маркетинга, даются рекомендации в целях избежания ошибок при заключении партнерских соглашений.

Ключевые слова: кросс-маркетинг, партнер, клиентская база, соглашение, маркетинговые коммуникации.

Romanchikova B.I.

CROSS-MARKETING AS AN EFFECTIVE SALES TOOL UNDER MODERN CONDITIONS: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Romanchikova Bozhena Igorevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kernantonina@gmail.com

The article is devoted to the study of technology of cross-country-marketing. The concept of the term is disclosed, and the examples of the most successful cross-marketing communications are presented. The basic stages of cross-marketing agreements and their most widespread kinds are described.

Special attention is paid to advantages and disadvantages of this kind of partner marketing, and recommendations are given to avoid the errors at the conclusion of partner agreements.

Keywords: cross-marketing, partner, client base, agreement, marketing communications.

В сложившихся условиях растущей конкуренции и усложнения вовлечения покупателя в коммуникацию продвижение товаров и услуг требует все большей изобретательности. Эффективным и относительно бюджетным инструментом для бизнеса может стать кросс-маркетинг. Кросс-маркетинг, иными словами перекрёстный маркетинг, представляет собой инновационный метод продвижения продукции, основанный на взаимодействии двух или более компаний, реализующих совместные программы, которые направлены на стимулирование сбыта или повышение осведомлённости потребителей [1, с. 482].

Впервые данный вид партнерского маркетинга появился в конце 90-х гг. XX века, когда традиционные методы продаж стали требовать все больше вложений, но в то же время приносить все меньше результата. Ведущие специалисты в области маркетинга Дж. Нарус и Дж. Андерсон уверены, что появление совместного маркетинга послужило началом новой эры, так как наступило «...взаимное понимание и признание того, что успех конкретной фирмы теперь частично зависит от другой фирмы...».

Действительно, объединение усилий по продвижению товаров позволяет получить большой синергетический эффект. На сегодняшний день успешные примеры реализации

* *Научный руководитель: Макарова Татьяна Николаевна, к.э.н., доцент; e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru*

кросс-маркетинговых проектов можно увидеть практически повсеместно: сотовые операторы и производители смартфонов, ювелирные магазины и продавцы продовольственных и бытовых товаров («Sunlight» и «Fix Price»), авиакомпании и отели (практика «Sheraton Palace Hotel Moscow» и «Lufthansa Airlines», которые таким образом сотрудничают по всему миру), а объединение усилий авиасалонов, кредитных и страховых организаций уже, можно сказать, стало классическим в кросс-маркетинге [4, с. 86].

Кобрендинговые рекламные кампании, как правило, подразделяют на:

1. **Тактические** – кампании, решающие краткосрочные задачи. Примером данных акций могут служить разовые партнерские акции.

2. **Стратегические** – кампании, направленные на долгосрочное и разностороннее сотрудничество между фирмами партнерами. Данный вид кросс-маркетинговых кампаний позволяет решать разнообразные задачи, включая задачи в сфере имиджмейкинга и брендинга.

Также в качестве одной из разновидностей продвижения на международных рынках является кросс-культурный маркетинг. В таком случае в целях рекламирования продуктов происходит объединение двух или более стран. При этом стоит учитывать культурные и языковые различия, иначе товар может получить ошибочную семантику в новом регионе. Зачастую для продвижения товаров в других странах недостаточно просто провести рекламные тесты, нередко для создания положительного имиджа требуется разработка новой упаковки или даже смена названия.

Кроме того, мероприятия кросс-маркетинга можно классифицировать по распределению ролей между партнерами:

1. Партнеры занимают равноправное положение, и приложенные ими усилия направлены на достижение общих целей. Примером может служить сотрудничество компании по производству дорогой кухонной мебели и известного бренда встраиваемой техники.

2. Партнеры занимают неравноправное положение. В данной ситуации одна марка значительно известнее и популярнее бренда-партнера, поэтому договор заключается таким образом, чтобы компания, занимающая доминантное положение, оказала благоприятное воздействие на продвижение продуктов более слабой компании. Примером таких соглашений является реклама известным продавцом техники товара мелкого бренда, только что вышедшего на рынок и лишь планирующего занять свою нишу на рынке.

Стоит обратить внимание, что организация кросс-маркетинговой кампании, как и любые другие маркетинговые мероприятия, требует соблюдения определенного алгоритма действий. В большинстве случаев она включает в себя следующие этапы:

1. **Постановка целей**, которые планируется достичь благодаря заключению партнерских соглашений с другими компаниями. Разработка концепции продвижения товаров в соответствии с преследуемыми целями, иными словами заключение кросс-маркетинговых соглашений обуславливается принятой в данной фирме стратегией ее развития. Важно отметить, что возможность заключения и условия соглашения сотрудничества могут быть инициированы как самой фирмой, так и ее потенциальным партнером. При этом инициатор должен быть хорошо знаком с имиджем предполагаемого партнера и его целевой аудиторией, партнер в свою очередь должен видеть очевидные выгоды и преимущества, которые может сулить данное сотрудничество.

2. **Поиск и выбор партнеров** для проведения кросс-маркетинговой кампании. Оценивать потенциального партнера следует исходя из его реального имиджа, уровня целевой аудитории, наличия лояльных потребителей и маркетинговой активности. Для того чтобы деятельность по продвижению товаров была действительно успешной, кросс-маркетинговые мероприятия требуют соблюдения некоторого ряда условий [5, с. 85]:

а) следует убедиться, что целевые аудитории партнеров лишь пересекаются, но ни в коем случае не идентичны. Другими словами, фирмы не должны являться конкурентами, а их товары взаимозаменяемыми;

б) для потребителей (клиентов) данных фирм непременно должна быть предусмотре-

на некая выгода, например, в виде скидки или подарка;

в) товары (услуги), производимые фирмами-партнёрами, должны находиться в одном ценовом сегменте. Проведение кросс-маркетинговой кампании между производителем автомобиля, относящегося к люкс-классу, и дешевым пунктом общественного питания сулит весьма сомнительные выгоды. Качество и уровень товаров, безусловно, должны соответствовать.

3. Подготовительные работы к проведению мероприятия – на данном этапе необходимо принять решение о необходимых ресурсах и провести мотивационные беседы с сотрудниками.

4. Выработка плана кросс-маркетингового мероприятия и его согласование с партнерами. На данном этапе необходимо прийти к окончательному решению на счет баз к обмену, периодичности действий, сроков кампании, штрафов и бонусов, определение ответственных за реализацию плана, подведения итогов и оценки эффективности мероприятий.

В настоящее время существуют три основные формы перекрёстного маркетинга:

1. Совместная рекламная кампания товаров-партнеров. Как правило, в таких кампаниях партнерами выступают равноправные заказчики. Примером такого рода сотрудничества может служить кросс-маркетинговая кампания крупнейшего мирового производителя безалкогольных напитков «The Coca-Cola Company» и сети ресторанов быстрого питания «McDonald's Corporation» под лозунгом «Вместе вкуснее».

2. Общие дисконтные и бонусные кампании: покупая товары (услуги) одной фирмы, клиент получает скидки либо бонусные баллы на товар другого бренда. Наглядным примером такой акции служит программа «Арофлот-бонус», партнерами которой выступили крупнейшие банки России. Суть данной акции заключается в возможности накопления бонусных баллов за транзакции по дебетовым и кредитным картам и их последующее использование для покупки авиабилетов и получение иных привилегий.

3. Совместные BTL-мероприятия, которые позволяют непосредственно контактировать с участниками промо-акций и т.д. Например, проведение праздника, дегустации, акций силами двух или нескольких фирм.

Рассмотрим основные преимущества, которые получают участники кросс-маркетинговых программ [7]:

1. Экономия бюджета на проведение рекламных мероприятий, объединение «маркетинговых умов» партнеров. Значительная экономия в кросс-маркетинговых проектах достигается путем совместной аренды площадки, производства общих буклетов, совместного найма промоутеров, разделения затрат на медиапродвижение проекта и что особенно важно оптимизации и разделения затрат на медиарекламу, поскольку данная статья бюджета, как правило, является довольно весомой.

2. Возможность расширения базы потребителей, увеличения объёма продаж и зоны присутствия на рынке за счёт аудитории партнёра. Привлечение потребителей сразу по нескольким критериям, безусловно, повышает вероятность расширения целевой аудитории, даже той, которая ранее не рассматривала возможность покупки данного товара (услуги).

3. Установление долгосрочного сотрудничества. При стабильном пересечении интересов разовые кросс-акции могут перерасти в продолжительное партнерство.

4. Благоприятное влияние на имидж и репутацию компании, следовательно, повышение лояльности клиентов и узнаваемости бренда. Достойный партнер, помимо всего прочего, переносит часть представлений о своей форме на партнера, тем самым улучшая ее имидж. Кроме того, кросс-маркетинговые кампании способствуют установлению ассоциативных связей между фирмами-партнерами, а это в свою очередь значительно упрощает запоминание информации и дает больший психологический эффект.

Но помимо очевидных преимуществ, кросс-маркетинговые соглашения несут в себе и некоторые риски [2, с. 301]:

1. Репутационный риск. В случае если один из партнёров предоставил по рекоменда-

ции некачественный сервис или товар, недовольство клиента распространяется также и на порекомендовавшего участника. В связи с этим необходимо особо тщательно подходить к выбору компании-партнера не только на этапе отбора, но и после заключения контракта; имеет смысл прибегать к услугам «тайного покупателя», а также интересоваться у клиентов, насколько они удовлетворены комплексным обслуживанием.

2. Формальность отношений. Кросс-маркетинговое соглашение всегда имеет определённые временные рамки, а не заключается на пожизненный срок, в связи с этим прекращение сотрудничества может повлечь за собой снижение лояльности существующих покупателей.

3. Потеря эксклюзивного сотрудничества. Нельзя забывать о том, что партнёры имеют право также работать с конкурентами компании, а это значит, что уникальность торгового предложения сомнительная.

Подводя итоги, хочется отметить, что сейчас среди возможных маркетинговых инструментов технология кросс-маркетинга является одной из высших ступеней инновационного развития компании. Мощный и недорогой подход, wow-эффект в случае с «выстрелившей» креативной акцией позволяет генерировать высокие продажи и расширять целевую аудиторию, однако всегда стоит помнить о рисках такого сотрудничества.

Список источников:

1. Азарова С. Кросс-маркетинговые коммуникации бренда // «Экономика и социум». – 2016. – №8 (27). – С. 481-484.
2. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. – 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2017. – 326 с.
3. Макарова Т.Н., Ильюшина Е.В. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (21). – С. 34-42.
4. Морозова Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. – 9-е изд. – М.: Дашков и К°, 2016. – 446 с.
5. Ребрикова Н.В. Технология кросс-маркетинг: теория и практика // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). – СПб.: Реноме, 2013. – С. 84-86.
6. Сотникова Е.А., Лебедева О.А., Макарова Т.Н. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №3 (37). – С. 33-39.
7. Что такое кросс-маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kakprosto.ru/kak-832750-chto-takoe-kross-marketing> (ата обращения: 11.06.2018).

УДК 338.48:636.5

Царева М.И., Маякова В.В.

ДИНАМИКА ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПТИЦЕВОДСТВА В РОССИИ

*Царева Маргарита Ивановна**, обучающаяся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tsaruova@mail.ru

*Маякова Вероника Викторовна**, обучающаяся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

В статье рассматриваются основные тенденции изменения экономической ситуации на внутреннем рынке продукции птицеводства России в 2016-2017 годах. Проведенное авторами исследование поз-

* Научный руководитель: Лисичкина Наталия Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: natalyorel@hotmail.com

волило определить основные факторы изменения объемов производства и ценовой политики производителей мяса птицы на российском рынке. Выявлены ключевые проблемы, с которыми сталкиваются производители рассматриваемой продукции, изучены наиболее вероятные сценарии развития рынка птицеводства, сформулированы возможные направления прогрессивного развития отрасли, включая перспективы выхода российского птицеводства на новые зарубежные рынки.

Ключевые слова: отечественное производство, импортозамещение, конкурентное преимущество.

Tsareva M. I, Majakova V.V.

PRICES DYNAMICS OF POULTRY PRODUCTION IN RUSSIA

Tsareva Margarita Ivanovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tsaruova@mail.ru

Majakova Veronika Viktorovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

In the article the basic tendencies of economic situation change in the home market of poultry production of Russia in 2016-2017 are considered. The research carried out by the authors allows defining the major factors of change of production volumes and the price policy of fowl manufacturers in the Russian market. The key problems which manufacturers face are revealed and the most probable scenarios of poultry market development are studied. Possible directions of progressive development of the branch, including the prospects to enter the new foreign markets for Russian poultry farming are formulated.

*Keywords: domestic production, import substitution, competitive advantage.*701

Птицеводство России на протяжении длительного времени вносит ощутимый вклад в продовольственную безопасность страны [3, 11, 15], являясь основным поставщиком животного белка высокого качества, который за счет потребления яиц и мяса птицы достигает практически 40% в суточном рационе каждого россиянина [1].

В России успешно реализуется мясо различных видов птицы, однако развитие данной отрасли сельскохозяйственного производства основано главным образом на выращивании бройлерных кур. Данная разновидность птицы является выведенной искусственным путем: приоритет бройлерной породы перед остальными обеспечиваются такими факторами, как высокая скорость набора мышечной массы за счет качественной конверсии корма.

Вторым по степени востребованности на рынке продукции птицеводства видом в 2017 году стала индейка, получившая среди жителей страны особое распространение за последнее десятилетие под влиянием мирового экологического тренда: мясо индейки считается одним из наиболее «экологически чистых» [17]. Средний вес взрослого индюка составляет от 9 до 18 кг, тогда как масса индейки обычно составляет от 7 до 9 кг. Птицефабриками за период с января по декабрь 2017 года акцент был сделан на реализацию индеек небольших пород для поставок тушкой, отдельными же частями в продажу поступают более крупные разновидности.

Неожиданно активно в последние годы стало развиваться такое направление, как промышленное разведение цесарок и перепелов, используемых одновременно для получения мяса и яиц. На стабильном уровне остались объёмы разведения гусей для получения мяса и жирной печени, пера и пуха, а в отдельных регионах с различной интенсивностью выращивались утки.

Несмотря на то, что затраты на энергоресурсы, ГСМ, корма и специальное оборудование делают разведение птицы в промышленном масштабе отраслью, окупающейся достаточно плохо и относящейся к числу тех, что доступны только птицефабрикам со значительным оборотом [5, 8], в 2017 году здесь нашло место и мелкое фермерство. Более того, потребите-

ли сумели оценить это относительно новое для нас направление, так как птица, выращиваемая в условиях, максимально приближенных к естественным, потребляет лучшие корма, а значит, даёт яйца и мясо более высокого качества, чем та, что содержится в условиях крупных птицефабрик. Спрос на фермерскую птицу и яйца на сегодняшний день остается повышенным, приобрести такую курятину можно на местных рынках, в сетевых магазинах, ее также поставляют во многие рестораны. Владельцы частных подворий в большинстве своем разводят птицу в качестве приоритетного направления по причине ее всеядности, отправляя на корм неперерабатываемые элементы овощей и фруктов, а также пищевые и зерновые отходы. Себестоимость конечного продукта в результате снижается за счет удешевления кормления [12].

По статистике, предоставленной Росстатом¹, именно производство птицы в 2017 году в России растёт динамичнее всего, и, если подводить итоги на сегодняшний день, можно увидеть, что в данном секторе прибавилось 7%, что составило почти 4,8 млн тонн. Из них 4,5 млн выпустили сельскохозяйственные организации, что на 7,5% больше продукции за аналогичный период 2016 года. Самым крупным производителем птицы является Белгородская область, выпустившая на реализацию 634,7 тысяч тонн продукции. Несмотря на достаточно высокую базовую составляющую, хозяйства региона за текущий год повысили свои объёмы на 6,5%. В Челябинской области производство птицы и яиц снизилось на 2,3%, однако, несмотря на это, она стала второй после Белгорода, продемонстрировав показатель 262,2 тысяч тонн. Завершает тройку Ставропольский край, который немного отстал от Челябинской области и предоставил населению 242,5 тысячи тонн птицы, что на 1,7% больше, чем годом ранее.

Экономический подъем птицеводческого рынка для многих экспертов стал совершенно неожиданным [16, 19, 22], так как ценовой фон в данном направлении остается на сегодняшний день достаточно депрессивным, а потому птицеводы, по их мнению, не должны были настолько серьезно увеличить производство. В действительности компании-производители довольно агрессивно вступили в борьбу за свою нишу на рынке, однако стабилизировать текущие цены не помогает даже увеличивающийся экспорт [13, 18, 23].

На сегодняшний день в РФ нет практически ни одного региона, в котором не разводилась бы птица. Развитие данного направления в стране осуществляется в течение последних нескольких лет с учетом такого фактора, как логистически оптимальное размещение птицефабрик. Располагаются они в зерновых районах либо непосредственно в тех местах, где употребляется продукция на привозных кормах. Спрос на мясо птицы и яйца постоянно растет благодаря их потребительским свойствам и невысокой цене по сравнению с расценками на остальные виды животноводческой продукции [10, 14, 24].

За последний год пристальное внимание развитию птицеводства уделялось и Правительством Российской Федерации, которое поставило перед отраслью задачу обеспечить полное импортозамещение в самые короткие сроки [2, 6, 7]. Для этого во многих регионах были внедрены современные технологии, позволяющие максимально оперативно увеличить объёмы отечественного производства мяса птицы не только количественно, но и посредством расширения ассортимента.

Вместе с тем в отрасли птицеводства есть ряд проблем экономического характера: снижение покупательной способности населения привело к локальному кризису перепроизводства, следствием которого стало снижение не только розничных, но и оптовых цен, поставившее производителей на грань выживания. В ноябре оптовые цены за 1 кг тушки бройлера снизились до 95-97 руб. и, по оценкам экспертов РБК, следует ожидать дальнейшего их снижения [21]. По данным информационно-аналитического агентства ИМИТ, оптовые цены на куриное мясо в ноябре 2017 года опустились по сравнению с ноябрем прошлого года на

¹ Производство основных продуктов животноводства по категориям хозяйств [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/economy/#.

13,4% – с 110,2 до 95,5 руб. за 1 кг бройлера. Снижение цен по сравнению с началом 2017 года стало еще больше – 14,3%. Предыдущий ценовой минимум был зарегистрирован в 2016 году: с января по май стоимость тушки курицы в опте колебалась от 93 до 97 руб. за 1 кг. Но уже в июле цены превысили 100 руб. и к концу года выросли до 111,4 руб. за 1 кг. До этого цена в диапазоне 95–96 руб. за 1 кг была зафиксирована летом 2015 года [21].

Снижение цен подтверждают и представители товаропроизводителей отрасли. Так, в третьем квартале 2017 года средняя цена на продукцию птицеводства снизилась до 88,14 руб. за 1 кг из-за снижения цен на рынке в целом. Средняя цена за девять месяцев 2017 года составила 90,13 руб. за 1 кг [21]. Куриное мясо подешевело не только у оптовых поставщиков, но и в магазинах, которые также были вынуждены снижать внутренний уровень рентабельности. В 2017 году закупочные цены на курятину в среднем снизились по сравнению с 2016 годом на 18%, а розничные цены – на 22% [21]. Как уже было отмечено, ключевым фактором дефляции стало локальное перепроизводство, возникновение которого было обусловлено, с одной стороны, ростом внутреннего производства мяса птицы в рамках государственной политики импортозамещения, а с другой – ограниченным спросом на внутреннем рынке и отсутствием практической возможности входа на крупнейшие зарубежные рынки для отечественных товаропроизводителей. Согласно статистике, представленной в обзоре РБК [21], за последние три года прирост производства товарной продукции в отрасли составил 17%. В 2017 году суммарный объем внутреннего производства куриного мяса составил около 4,8 млн т., что существенно превышает прогнозируемый объем потребления на внутреннем рынке, рассчитываемый исходя из среднего потребления на душу населения 32,5 кг/чел. в год. Кроме того, в 2017 году увеличились объемы импорта на 7,3%.

В результате производство куриного мяса для многих российских птицефабрик в ближайшей перспективе может стать нерентабельным. Отмечается, что существующая тенденция снижения цен на куриное мясо может в краткосрочной перспективе сказаться на доходности производителя. Товаропроизводители в условиях неблагоприятной конъюнктуры рынка будут вынуждены сами регулировать производство и стремиться сократить возможные убытки, в том числе за счет изменения объемов производства [9].

Для улучшения ситуации в отрасли необходимо открывать новые экспортные рынки [4]. По данным Федеральной таможенной службы, за девять месяцев 2017 года Россия отправила на экспорт 112,98 тыс. т курятины на сумму \$119,65 млн. Всего по итогам года этот показатель вырос до 150 тыс. т мяса против 115,67 тыс. т в 2016 году.

Крупнейшие покупатели российского мяса в текущем году: Украина, Вьетнам и Казахстан. В ноябре Россия получила доступ на рынок Саудовской Аравии – эта страна ежегодно импортирует около 1 млн т. мяса птицы.

Без освоения мирового рынка птицеводство в России ждет глубокий и затяжной кризис [11], поэтому нужно активнее работать как в рамках ЕврАзЭС и СНГ, так и на рынках дальнего зарубежья. Среди стран, с которыми Россельхознадзор ведет переговоры о поставках российского мяса птицы, – Китай, Япония, Бразилия, Ирак, Южная Корея, ЕС, Турция [20].

На зарубежных рынках российские производители столкнутся с жесткими требованиями и конкуренцией, а некоторые рынки закрыты для них из-за высоких тарифов и технических барьеров. Развитие экспорта сдерживает отсутствие в России эффективной системы контроля при производстве этого вида продукции, а также птичий грипп.

В 2017 году вспышки птичьего гриппа были зафиксированы в нескольких регионах России, в том числе в Московской области. В частности, из-за эпидемии на предприятиях компании «Евродон» в Ростовской области погибло около 1,5 млн голов птицы, убытки группы составили около 2,6 млрд руб. [20].

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что продукция отечественного птицеводства обладает абсолютной конкурентоспособностью по сравнению с товаром, идущим на импорт, а также потенциально подходит для экспорта в зарубежные страны. Даже современные мясоперерабатывающие предприятия страны в процессе

производства колбасных изделий используют на сегодняшний момент от 45% до 50% мяса птицы, повышая таким образом конкурентоспособность продукции птицеводства. В 2018 году у отрасли птицеводства открываются широкие перспективы на новых международных рынках. Добиться успешного представительства сельскохозяйственной продукции российского производства на зарубежных торговых площадках возможно лишь при условии обеспечения грамотного взаимодействия органов государственной власти и инициативной группы отечественных предпринимателей.

Список источников:

1. Агеечкин А.П. Промышленное птицеводство / А.П. Агеечкин, Ф.Ф. Алексеев, А.В. Аралов и др.; под. общ. ред. В. И. Фисинина. – Сергиев Посад: ВНИТИП, 2015. – 599 с.
2. Алёхина Т.А. Роль импортозамещения в экономике России // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 224-228.
3. Артюшенко Е.В. Внешняя торговля России в условиях экономических санкций // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2015. – №1. – С. 316-318.
4. Белая А.А. Рынок мяса в точке насыщения [Электронный ресурс] // Агроинвестор. – Режим доступа: <http://www.agroinvestor.ru/markets/article/28371-rynok-myasa-v/>.
5. Бессонова Е.А., Гридчина Н.С. Государственно-частное партнерство в АПК: международный опыт и российская практика // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2016. – №3 (66). – С. 111-120.
6. Буценко И.Н., Горбачева М.В. Импортозамещение продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в России: состояние, факторы, этапы реализации // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2015. – Т. 1 (67). – №1. – С. 32-39.
7. Галкина Е.В., Моисеев В.В. Государственная аграрная политика и проблемы импортозамещения в агропромышленном комплексе // Современная наука и инновации. – 2016. – №2 (14). – С. 207-213.
8. Гнеушева А.Л., Ефремова С.М. Методологические исследования экономических интересов субъектов агропромышленных объединений // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №5 (17). – С. 52-55.
9. Голоктионова Ю.Г., Лисичкина Н.В. Особенности изучения динамики цен в современной экономике // Экономическая среда. – 2015. – №3 (13). – С. 18-23.
10. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 486 с.
11. Ильминская С.А., Илюхина И.Б. Вопросы импорта и экспорта продовольственных товаров в контексте национальной безопасности // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 232-242.
12. Как развивалась птицеводческая отрасль в РФ в 2017 году [Электронный ресурс] // Истрапродукт. – Режим доступа: <https://www.meatprod.ru/blog/kak-razvivalasptitsevodcheskaya-otrasl-v-rf-v-2017-godu>.
13. Крылова А.В. Анализ динамики индекса потребительских цен в Российской Федерации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40). – С. 20-23.
14. Куницына Т.О. Роль ассоциации в решении проблем предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности Орловской области // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 48-52.
15. Лисичкина Н.В., Арманшина Г.Р., Комиссарова Е.А. Макроэкономическое планирование как инструмент управления научно-техническим развитием национальной экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (21). – С. 43-56.
16. Макарова Ю.Л., Полянин А.В. Государственная поддержка формирования инфраструктуры предпринимательской деятельности в АПК // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (32). – С. 165-171.
17. Павликов В.А. Основные направления обеспечения экологической безопасности

продуктов питания в Российской Федерации // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – №6. – С. 282-286.

18. Смагина А.Ю. Проблемы и перспективы развития сельскохозяйственной отрасли в регионах РФ // Вестник НГИЭИ. – 2017. – №2 (69). – С. 100-109.

19. Соболева Ю.П., Паршутин И.Г. Прогнозирование развития продовольственного рынка России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №1 (35). – С. 126-134.

20. Состояние и перспективы развития российского рынка птицеводческой продукции [Электронный ресурс] // Бизнес Партнер. Сельское хозяйство России. – Режим доступа: http://tsenovik.ru/bizness/archive/182/?ELEMENT_ID=32121.

21. Сухорукова Е.А., Митраков А.П. Кризис перепроизводства привел к падению цен на курятину в магазинах [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/24/11/2017/5a16c2389a7947a9405641b0>.

22. Сычева И.Н. Инструменты стимулирования инновационного развития аграрного сектора в регионах / И.Н. Сычева, А.В. Глотко, Е.С. Пермьякова и др. // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 13-21.

23. Щекотихина Л.А., Тюхова Р.В., Калинина Е.Л. Современный рынок мясной продукции // Экономическая среда. – 2017. – №4 (22). – С. 64-70.

24. Шманёв С.В. Проект развития сельского хозяйства на территории Курской области / С.В. Шманёв, П.С. Качибая, А.Н. Митюшенков и др. // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №4 (38). – С. 6-10.

УДК 346.26

Банкова А.А.

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СЕКТОР НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Банкова Анастасия Андреевна**, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: anastasia.bnk@gmail.ru

Малое предпринимательство – неотъемлемая часть экономики страны. Именно поэтому от благосостояния данного сектора зависит не только бюджет государства, но благосостояние всего населения. Следовательно, очень важно не только развивать сектор малого предпринимательства, но и создавать условия для его развития. В данной статье будут рассмотрены изменения, которые произошли с малым бизнесом в РФ с 2011 года, а также будут выделены основные проблемы и перспективы развития данного сектора в будущем.

Ключевые слова: малое предпринимательство, инвестирование, кредитования, проблемы, изменения, государственная поддержка.

Bankova A.A.

SMALL BUSINESS AS A NATIONAL ECONOMY SECTOR: DEVELOPMENT PROBLEMS AND PROSPECTS.

Bankova Anastasiya Andreevna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: anastasia.bnk@gmail.ru

* *Научный руководитель: Шманев Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: shmanev_s_v@mail.ru*

Small business is an integral part of national economy. That is why not only the state budget depends on well-being of the sector, but well-being of the population., Hence, it is very important to develop and improve the small business sector. In the article changes in small-scale business in the Russian Federation since 2011 will be considered, and the basic development problems and prospects of the sector in the future will be presented.

Keywords: small business, investment, crediting, problem, change, state support.

Развитие малого предпринимательства в России является одним из условий устойчивого экономического развития. Для достижения поставленных целей правительством Российской Федерации с 2005 года планомерно осуществляется федеральная программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства [2].

Для оценки проблем и перспектив развития малого бизнеса необходимо проанализировать данные об изменениях в этой сфере за последние несколько лет. Последние данные, опубликованные Росстатом, датируются 2017 годом, поэтому разбор деятельности малых предприятий проводится с 2011 по 2017 годы за 6 полных лет (таблица 1) [4].

Итак, глядя на таблицу, можно увидеть, что по показателю №1 и 2 заметна небольшая стагнация с 2012 по 2015 года, с 2015 по 2016 год шел явный спад, а уже с 2016 года начался ускоренный подъем. Экономический спад по данным критериям до 2016 года можно связать с административными и экономическими барьерами. Высокие процентные ставки по кредитам, а также ослабление рубля, которое привело к росту цен на сырьевые ресурсы, являются одними из основных причин неразвитости и застоя в этом сегменте предпринимательства [3]. Также вред наносила часто меняющаяся законодательная база и увеличенные в два раза отчисления в Пенсионный фонд, отчего у предпринимателей окончательно отпало желание регистрировать свой малых бизнес. Улучшилось данное положение дел после появления новых льгот для некрупного бизнеса, например, налоговые каникулы; и крупные компании стали переоформлять часть своих структур в малые, чтобы оптимизировать налоги, однако и «настоящие» малые предприятия появились на рынке в связи с введением более выгодного режима для тех, кто работает по упрощенной системе налогообложения [1].

Показатель №3 развивался более плавно. Однако с 2016 года пошло явное развитие оборота малых организаций, это обусловлено теми же факторами, что и в показателях №1 и 2.

А вот показатель №4 формировался совершенно по-другому. С 2011 по 2014 годы происходило увеличение инвестиций в основной капитал, с 2014 года началось постепенное снижение этого показателя, в первую очередь, по мнению автора, это произошло из-за политических причин (Крымский конфликт) и обрушившихся на Россию санкций.

Таким образом, с 2011 по 2016 годы малое предпринимательство в России находилось в процессе стагнации, связанной с неэффективным законодательством, налоговыми и санкционными препятствиями. Однако в 2016 году после действий, описанных выше, произведенных Департаментом развития МСП Министерства экономического развития РФ, и конкуренции положение его значительно улучшилось юридически (статистически) и планомерно улучшается фактически, что сулит большие перспективы развития для данного направления в России. Основной проблемой малого предпринимательства, по мнению автора, является отсутствие результативности в сфере инвестиций в основной капитал малого бизнеса. Как видно из таблицы 1, с 2014 года объем инвестиций в основной капитал планомерно снижается.

Существуют три причины нежелания банками кредитовать малый бизнес и нежелания отечественных инвесторов вкладывать в него: непрозрачность российского малого предпринимательства, отсутствие стабильности и перспективности, барьеры в виде конкуренции со стороны иностранных инвесторов. И если третья проблема, исходя из таблицы 1, решилась «сама собой», то, чтобы разобраться с первой и второй, нужно приложить усилия.

Первую проблему сможет решить только постепенное реформирование законодательной базы в сфере малого бизнеса и внутренних документов предприятий, обязывающих их в срок предоставлять все необходимые сведения о себе и своей финансовой деятельности.

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности малых предприятий в 2011-2017 годах.

Показатели	Число малых предприятий, представивших сведения о деятельности предприятия, без учёта бюджетных и финансово-кредитных организаций (в ед.)	Средняя численность работников, включая внешних совместителей и работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера, тыс. человек		Оборот предприятий (организаций)		Инвестиции в основной капитал (за счет новых и приобретённых по импорту основных средств)	
		всего	из неё средняя численность работников списочного состава (без внешних совместителей)	всего	в том числе		
					отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами		продано товаров несобственного производства
2011	242676	7125920	6557592	15581916179	5873561214	9708354968	281955481
2012	243069	6984334	6506816	15116297261	6309440352	8806856909	364477926
2013	234537	6926248	6452289	15680324582	6796573747	8883750834	389457504
2014	235579	6831967	6358358	16692894505	7191236049	9501658456	427702000
2015	242661	6660925	6216063	17292858014	7724772435	9568085580	409267515
2016	172916	5388947	5050163	18738212123	7882671900	10855540223	411554827
2017	256687	6712100	6213948	19885727144	8482895392	11402831752	345236889

Со второй проблемой сложнее. Вопрос перспективности вкладывания – это вопрос конкуренции: чем выше конкуренция на рынке, тем выше производительность и инновационность производства, следовательно, выше перспективность инвестирования. Для этого нужно при необходимости реформировать организационную структуру предприятия, реформировать производство, а именно: снять с производства нерентабельную продукцию, расширить выпуск и продажу выгодной продукции.

Что же касается стабильности сектора малого предпринимательства, то тут не обойтись без помощи государства.

Во-первых, государство само может оказывать помощь малому бизнесу посредством таких инструментов, как формирование инфраструктуры, обеспечение условий для льготного использования государственных финансов, возможности доступа к материально-технической и информационной базам, а также к новым научно-техническим разработкам и технологиям. Значимо для малого предпринимательства введение упрощённой системы регистрации и лицензирования предприятий, а также бухгалтерской отчётности. В условиях динамично меняющихся социально-экономических и политических условий необходимо создать центры по подготовке и повышению квалификации кадров [5]. Все это в совокупности должно обеспечить стабильность работы и высокие темпы развития малых предприятий, а следовательно, они станут привлекательными для потенциальных инвесторов.

Во-вторых, это инвестиции в реальный сектор экономики. В общей доле капиталовложений из всех источников финансирования бизнесу принадлежит основная роль. Законом Российской Федерации предусмотрена поддержка государством частных инвестиций. Эта поддержка выражается в предоставлении ряда льгот, например, не облагается налогом часть прибыли, идущая на амортизацию, которая является основным источником вложения в основной капитал организации, предоставление инвестиционного налогового кредита (на федеральном уровне такая практика пока не развита, в отличие от регионального).

На 2016 год соотношение привлечённых средств к заемным в малом бизнесе составляет 51,8% к 48,2% (привлечённых из средств за счет амортизации). Объем инвестирования в основной капитал малого бизнеса составил, согласно таблице 1, 411554827 рублей (48,2%). А если достигнуть необходимого показателя 60% (стандартный общеевропейский процент), то объем инвестирования увеличится на 48563469.586 рубля. А следовательно, общий объем инвестирования в 2016 году мог бы составлять 460118296.586 рубля. Эти деньги могли бы в значительной степени улучшить положение малого предпринимательства

Таким образом, все приведенные выше шаги и мероприятия помогут решить проблему нежелания отечественных инвесторов вкладываться в малое предпринимательство, следовательно, увеличится объем инвестиций в основной капитал МП, а это означает новые возможности и перспективы для развития данного сектора экономики.

Список источников:

1. Быркова Е. Малый бизнес в России: цифры и факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://провэд.рф/article/26003-kak-zhivet-malyu-biznes-v-kpizis-tsifry-i-fakty.html>.
2. Быркова Е. Российский несырьевой экспорт: перспективы до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://провэд.рф/article/25484-possyyskiy-nesyryevoy-eksport-perspektivy-do-2030-goda.html>.
3. Думная Н.Н., Колодная Г.В., Юданов А.Ю. Состояние среднего бизнеса в России и за рубежом // Экономика. Налоги. Право. – 2015. – С. 83-84.
4. Модернизация России: актуальные вопросы налогово-финансового регулирования экономики: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 300 с.
5. Шамахов В.А. Государственная финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства: проблемы и перспективы // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Т. 10. – №5. – С. 173-181.

УДК 331.101.262:005.95

Раздолянский С.В.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*Раздолянский Сергей Валерьевич**, обучающийся ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: grafcorp01@gmail.com

Проблемы, связанные с функционированием рынка человеческих ресурсов, сохраняют свою актуальность на протяжении многих десятилетий. Истоки большинства социальных проблем, с которыми сталкивается современное общество, связаны с невозможностью обеспечить абсолютно рациональную и справедливую оценку стоимости рабочей силы и рабочего времени, равноправие в сфере доступа к образовательным ресурсам и возможностям профессионального роста, гарантировать полную занятость всего трудоспособного населения и отсутствие дискриминации кадров. Эффективная система управления человеческими ресурсами должна учитывать актуальные тенденции в сфере занятости и оперативно реагировать на изменения отраслевой, профессионально-квалификационной, демографической структуры кадрового потенциала, гибко используя инновационные возможности, предоставляемые современным рынком.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, управление персоналом, рынок труда, рабочая сила, системный подход.

Razdolyansky S.V.

THE PROBLEMS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AT THE PRESENT STAGE

Razdolyansky Sergey Valerjevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: grafcorp01@gmail.com

The problems connected with the functioning of human resources market have been urgent for many decades. The sources of many social problems which the modern society faces are connected with impossibility to estimate labour and working hours absolutely rationally and fairly. It is impossible to provide equality in the sphere of educational resources and possibilities of professional growth, to guarantee full employment of all able-bodied population and manpower fairness. Effective control system of human resources should consider actual tendencies in the sphere of employment and operatively react to the changes of branch, vocational and demographic structure of personnel potential, flexibly using innovative possibilities provided by modern market.

Keywords: human resources management, personnel management, labour market, labour, system approach.

В современных условиях в нашей стране проблема управления человеческими ресурсами особенно актуальна и в связи с тем, что на данный момент времени человеческий потенциал России все еще продолжает оставаться конкурентным преимуществом в своей группе государств. Существенными являются такие проблемы управления человеческими ресурсами, как слабая мобильность рабочей силы и отсутствие должной инфраструктуры рынка человеческих ресурсов [8]. Эффективность работы HR-отдела компании, гибкое использование различных способов мотивации руководством, поддержание баланса формальных и неформальных связей между работниками – это ключевые факторы, определяющие внутренний «климат» в сфере трудовых отношений. Следует учитывать, что от эффективности ис-

* *Научный руководитель: Лисичкина Наталия Владимировна, к.э.н., доцент; e-mail: natalyorel@hotmail.com*

пользования человеческих ресурсов зависит благосостояние не только отдельных предприятий, но и отрасли, региона, страны в целом.

Работа с персоналом, с людьми всегда оставалась одной из самых важных проблем, стоящих перед руководителем и требующих профессионального владения основами кадрового менеджмента. В отличие от других факторов производства, работники предприятия являются не пассивной, а активной составляющей производственного процесса. Они с равными шансами способны как обеспечить незапланированный прирост эффективности производства, так и оказывать явное или скрытое противодействие любым усилиям руководства, особенно если внедряемые в производственный процесс инновации нарушают привычный для них ритм работы [1].

Современный менеджмент априори предполагает, что для эффективного управления персоналом необходимо создание гибкой и динамичной организационной системы, способной оперативно и адекватно реагировать на колебания рыночной конъюнктуры, учитывать текущий уровень конкуренции, многоаспектность и непредсказуемость изменений внешней и внутренней среды [9].

Актуальность проблемы создания рациональной и эффективной системы управления персоналом обостряет тот факт, что во многих сферах производства необходимым для победы предприятия в конкурентной борьбе фактором могут оказаться те 20-30% роста, которые обеспечивают увеличение производительности труда, более продуктивную работу персонала [5].

Одной из составных частей способности предприятия к эволюции являются человеческие ресурсы. Они должны быть не только неисчерпаемыми, но и автономно обеспечивать себя. Чем больше человеческие ресурсы используются и потребляются, тем активнее развиваются и обогащаются [4]. В этом и заключается их уникальность по сравнению с другими природными богатствами.

Прежде чем рассматривать управление человеческими ресурсами, проанализируем экономическую категорию «человеческие ресурсы» («людские», «трудовые»). В классических учебниках экономики под трудовыми ресурсами подразумеваются труд и предпринимательская способность, существующие как два самостоятельных вида экономических ресурсов [7]. Понятия «труд», «рабочая сила», «человеческие ресурсы» не тождественны (рисунок 1).

Н а с е л е н и е				
Человеческие ресурсы			Лица, не достигшие 16 лет	Лица, находящиеся в спецучреждениях
Рабочая сила		Выбывшие из состава рабочей силы		
Экономически активное население		Военно-служащие		
Занятые	Безработные			

Рисунок 1 – Основные категории человеческих ресурсов

Человеческие ресурсы – часть населения страны, располагающая совокупностью физических и духовных способностей, которая может принять участие в процессе труда. Они характеризуют численность трудоспособного населения и являются важным элементом экономического потенциала страны. Таким образом, если применяются выражения «рынок труда», «рынок рабочей силы», «рынок человеческих ресурсов», то они означают разные вещи [11]. Например, рынок рабочей силы включает не только товарно-денежные отношения по поводу способностей занятых как рынок труда, но и подобные отношения по поводу незаня-

тых работников, активно ищущих работу.

Человеческие ресурсы – это не само население, то есть совокупность людей, а поскольку люди являются носителями, обладателями этих ресурсов, то это совокупные способности той или иной категории людей к трудовой деятельности. Отсюда занятость можно определить как ту или иную форму реализации этих способностей. Занятость характеризует различные формы участия трудоспособной части населения в общественно-полезной деятельности с получением соответствующих доходов [3]. Следовательно, человеческие ресурсы и занятость взаимосвязаны, поскольку расширение форм занятости обогащает человеческие ресурсы. Управление занятостью является важнейшей составляющей управления человеческими ресурсами.

Формирование целостной непротиворечивой, адекватной современным потребностям социально-экономических систем концепции управления человеческими ресурсами формулирует важнейшую проблему – проблему метода. Предприятие как система представляет собой структурированный поток событий или коммуникаций.

Развитие методологии управления человеческими ресурсами существенным образом будет зависеть от выбранного исследовательского подхода, поскольку именно подход задаёт способ «видения» объекта, следовательно, и направления, по которым пойдут дальнейшие научные, практико-методические и конструктивно-технические исследования, а значит, и знания об управлении человеческими ресурсами. При этом методология управления человеческими ресурсами должна отразить происходящие изменения в объекте, субъекте и методах управления людьми вследствие эволюционного движения от управления персоналом к управлению человеческими ресурсами, сохранив преемственность [2]. В связи с этим представляется закономерным и оправданным осуществить развитие методологии управления человеческими ресурсами на основе применения системного подхода и его современных реализаций.

Последние десятилетия характеризуются бурным развитием системных исследований, так или иначе расширяющих наше представление о системах, их свойствах и особенностях жизнедеятельности. Схема развития методологии управления человеческими ресурсами на основе системно-синергетического подхода, названная «маятниковой» стратегией, приведена на рисунке 2.

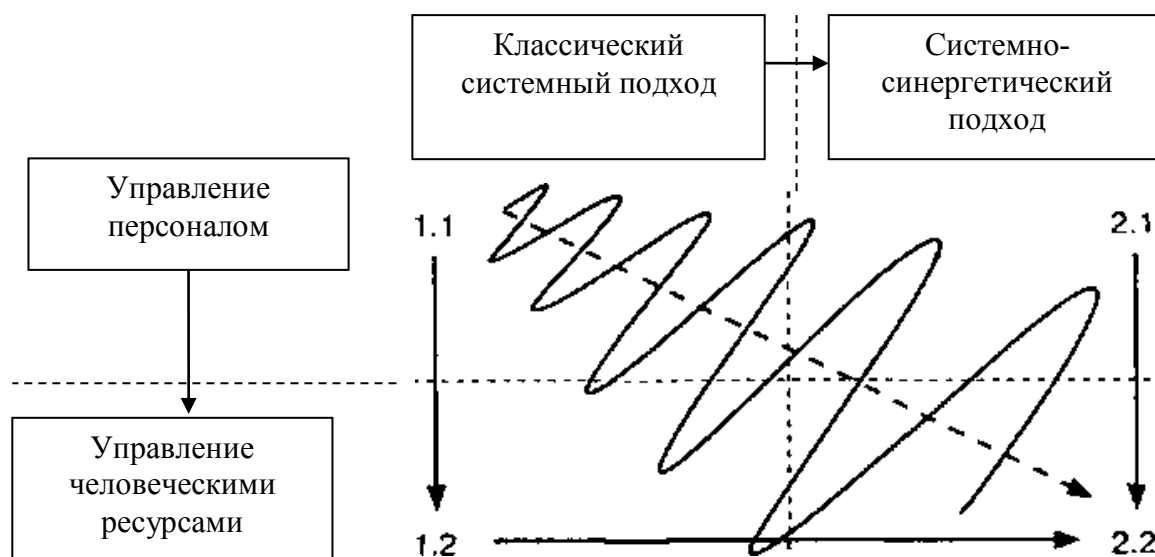


Рисунок 2 – Направления развития методологии управления человеческими ресурсами на базе системного подхода

На рисунке выделены две тенденции, наблюдаемые в современной науке и практике: эволюционное движение от управления персоналом к управлению человеческими ресурсами и развитие системных представлений. Пересечение этих тенденций позволяет выделить четыре квадранта и возможные стратегии исследования. В квадрантах «1.1» и «1.2» сосредоточены результаты применения системного подхода в сфере управления персоналом и управления человеческими ресурсами соответственно, в квадрантах «2.1» и «2.2» – современные реализации системного подхода. Цель – сформулировать ключевые направления развития методологии управления человеческими ресурсами на основе достигнутого уровня развития общей теории систем и прикладной реализации системных представлений в сфере управления персоналом (траектория «1.1» - «2.2», пунктирная линия).

Определим положения, характеризующие развитие системно-синергетического подхода [6].

Во-первых, современные направления системного подхода отличает фокусирование на специальных классах (видах) систем, позволяющее выделить и исследовать особенности строения, функционирования и развития, свойства и характеристики данного класса систем в противовес изучению систем вообще.

Во-вторых, выделенные классы систем объединяют процессная (динамическая) ориентация и сложность системных представлений. Динамическая ориентация выражается в переходе от рассмотрения системы как единства взаимосвязанных элементов к пониманию системы как единства составляющих ее целостность процессов (операций).

В-третьих, введение позиций наблюдателя, анализирующего результаты, полученные в ходе исследований. Системно-синергетический подход, вводя позицию наблюдателя, рассматривает систему как выделенную субъективно и зависящую от позиции наблюдателя.

Сложность проистекает из-за того, что причины и следствия воздействий разнесены во времени и пространстве, и обусловлены спецификой самого человеческого фактора: в отличие от механизма, машины, реакция человека на воздействие - интеллектуальная, эмоционально-осмысленная. Во-вторых, в социальной организации отмечается множественность петель положительной (усиливающей) и отрицательной (стабилизирующей) обратной связи.

Процесс управления человеческими ресурсами призван обеспечивать, с одной стороны, эффективное взаимодействие организации с внешней средой, а с другой - полезное взаимодействие организации с человеком [10]. Обостряющаяся конкуренция становится одной из причин реализации программ по адаптации как новых, так и уже работающих сотрудников. Приходя в организацию, человек иногда обязан чем-то жертвовать ради ее целей, ему важно знать, что и в каких объемах он должен делать, с кем контактировать и какова регулярность контактов. От этого в значительной степени зависит удовлетворенность человека трудом, взаимодействием с организацией, его отношение к ней. Адаптация является одной из важнейших функций управления персоналом предприятия. Однако в большинстве случаев адаптационным мероприятиям уделяется недостаточно внимания. При этом организации используют только отдельные элементы адаптации, например, институт наставничества или проведение вводных курсов. В результате эффективность адаптационных мероприятий невелика, поэтому необходим системный подход к их организации и проведению.

Список источников:

1. Алехина Л.Л., Чупанов А.С., Чупанова Ю.А. Оценка персонала как основа диагностики кадрового потенциала организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 9-14.
2. Баева А.А., Горганова К.А. Элементы разработки модели компетенций в управлении человеческими ресурсами организации //Экономическая среда. – 2016. – №2 (16). – С. 169-171.
3. Бардовский В.П., Соколов В.В. Рынок труда и трудовая миграция в Орловской области //Экономическая среда. – 2017. – №1 (19). – С. 108-112.

4. Голоктионова Ю.Г. Социально-экономические диспропорции в развитии регионов РФ // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. – №7. – С. 25-29.
5. Ильминская С.А., Голоктионов Д.А. Управление производительностью труда: методы и подходы // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 61-72.
6. Лисичкина Н.В., Арманшина Г.Р., Комиссарова Е.А. Макроэкономическое планирование как инструмент управления научно-техническим развитием национальной экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №3 (21). – С. 43-56.
7. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: учебник. – М: ИНФРА-М, 2003. – 983 с.
8. Самородова Е.М., Паршуткина И.Г. Рынок человеческого капитала: особенности организации, функционирования, инфраструктуры // Экономическая среда. – 2014. – №4 (10). – С. 34-39.
9. Сапегина С.С. Взаимосвязь стратегии управления человеческими ресурсами и стратегии развития организации // Экономическая среда. – 2015. – №4 (14). – С. 25-29.
10. Сухарева Н.Ю., Захаркина Н.В. Тенденции и перспективы рынка труда в России: федеральный и региональный уровень // Экономическая среда. – 2015. – №4 (14). – С. 103-113.
11. Шманев С.В. Анализ влияния миграционных процессов на социально-экономическое развитие и конкурентоспособность регионов России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40). – С. 60-65.

НАУКА БУДУЩЕГО

В данном разделе представлена заключительная часть работ призеров конкурса научных работ, обучающихся «Наука будущего», проводившегося в рамках V международной научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук» в ФБГОУ ВО «ОрелГУЭТ» 26-27 апреля 2018 г. Первая часть работ призеров была опубликована в предыдущем номере журнала.

УДК 338.48:641

Генералова А.А.

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

*Генералова Анастасия Андреевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: generalovaanastasya@yandex.ru

В статье представлены результаты маркетингового исследования особенностей потребительского спроса на гастрономические туры, проведенного среди респондентов Орловской области. На основе анализа состава респондентов, характера ответов возрастных групп и полученных данных о предпочтениях потребителей разработаны и предложены рекомендации по развитию гастрономического туризма с учетом рыночных реалий.

Ключевые слова: гастрономический туризм, рынок туристских услуг, туристский потенциал, предложение, спрос.

Generalova A.A.

FEATURES OF THE DEMAND FOR GASTRONOMIC TOURISM

Generalova Anastasia Andreevna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: generalovaanastasya@yandex.ru

The results of marketing research of the features of consumer demand for gastronomic tours carried out among the respondents of the Orel region are presented in the article. On the basis of the analysis of the respondents structure, character of the answers of the age groups and the data about preferences of the consumers recommendations concerning the development of gastronomic tourism are developed and offered taking into account market realities.

Keywords: gastronomic tourism, market of tourist services, tourist potential, offer, demand.

В последние годы повысилось внимание путешественников к гастрономическому туризму. Под гастрономическим туризмом понимают вид туризма, связанный с ознакомлением, производством, технологией приготовления и дегустацией национальных блюд и напитков, а также кулинарными традициями народов мира, который имеет целью получение уникального незабываемого опыта.

В научной литературе широко освещены общие аспекты современного развития туризма, его видов и их популяризации [7-15], однако недостаточно внимания уделено изуче-

* Научный руководитель: Шмарков Михаил Сергеевич, к.э.н., доцент; e-mail: turexpert888@yandex.ru

нию рынка гастрономического туризма и тенденций потребительских предпочтений. Весьма актуален вопрос исследования спроса на гастрономические туры.

Для того чтобы определить конъюнктуру рынка гастрономического туризма в России, а конкретно в Орловской области, нами было проведено исследование в форме экспресс-опроса, в результате которого удалось выявить особенности и уровень спроса на гастрономические туры.

Исследование проводилось в марте-апреле 2018 года. Технология проведения опроса заключалась в проведении компьютерного опроса с помощью вспомогательных Интернет-ресурсов (Google-Формы), а также использовался прямой контакт с респондентами – метод личной беседы. В опросе приняли участие 74 человека, из них 55,4% женщин и 44,6% мужчин.

Распределение возраста респондентов в выборке было следующим:

- в возрасте от 17 лет до 24 лет – 35,1%;
- в возрасте от 25 лет до 35 лет – 18,9%;
- в возрасте от 36 лет до 45 лет так же 18,9%;
- в возрасте от 46 лет до 55 лет – 17,6%;
- в возрасте старше 55 лет – 9,5%.

Наиболее представительной оказалась группа молодежного туристского сегмента, что говорит о популярности гастрономического туризма среди них.

Анализ полученных данных показал, что большая часть респондентов регулярно совершает путешествия (87,8%), но 12,2% опрошенных не путешествуют.

Респондентам было предложено оценить по пятибалльной шкале важность преобладания элементов в составе тура. В результате было выявлено, что такой элемент тура, как пляжный отдых, был оценен по высшему баллу 31 респондентом, 4 балла поставили 13 опрошенных, а на остальные оценки пришлось 30 опрошенных.

Следующим элемент – экскурсии, 22 человека оценили его важность на 5 баллов, 4 и 3 балла поставили 16 респондентов, 9 опрошенных оценили на 2, а остальные 11 человек дали оценку 1.

Гастрономия была оценена 5 баллами 25 опрошенными, 4 баллами – 21 респондентом, 13 человек поставили по 3 балла, а остальные 15 дали минимальную оценку.

Интересно то, что лечение оказалось наименее важным элементом для респондентов, так как его оценили 1 баллом 23 респондента, когда оценку 5 дали всего 16 опрошенных, 4 балла 11 человек, 3 балла поставили 10 респондентов и оценку 2 выбрали 14 человек.

Респондентов, которые уже имели опыт путешествия гастрономическими турами, оказалось меньше – их 39,2%, в то время как число остальных респондентов составило 60,8%. Связано это также с тем, что гастрономический туризм до сих пор является новым видом туризма для множества путешественников, и, кроме того, гастрономические туры зачастую имеют высокую стоимость.

Наиболее популярными туристскими направлениями среди потребителей туристского продукта в Орловской области стали Россия и страны СНГ, которые получили 45,9% голосов опрошенных. Также высокую популярность имеют европейские направления, которые предпочли 29,7% респондентов. На третьем месте оказалось азиатское направление, его выбрали 10,8%. Американское же направление интересно 8,1% опрошенным, а африканское направление – 5,4%.

Полученные данные говорят о том, что большинство орловских потребителей не могут себе позволить отдых за рубежом, так как, согласно статистическим данным, опубликованным на Официальном сайте Территориального органа Федеральной службы финансовой статистики по Орловской области, заработная плата на душу населения в начале 2018 года составляла порядка 22 849 рублей на душу населения.

Наиболее популярным направлением гастрономического туризма в России у опрошенных является Центральный федеральный округ, рейтинг которого составил 64,7%, после

него следуют Южный федеральный округ (52,9%), на третьем месте оказался Северо-Кавказский федеральный округ (23,5%), Дальневосточный федеральный округ предпочли 20,6% респондентов, а Уральский федеральный округ заинтересовал 17,6% человек и одинаковое количество опрошенных (14,7%) предпочли Северо-Западный, Приволжский, Сибирский федеральные округа.

Объяснить популярность Центрального федерального округа можно следующим образом: так как все респонденты – жители Орловской области, которая входит в ЦФО, то менее затратным для них и является путешествие по близлежащим регионам. Этот факт также обосновывается тем обстоятельством, что в основном все пользующиеся спросом гастрономические туры совершаются в выходные дни и длятся от двух до четырех дней, то есть время на дорогу ограничено.

Наиболее приемлемым ценовым диапазоном для орловских потребителей туристского продукта стал предел до 30000 рублей (39,2%), диапазон от 30000 до 50000 выбрали 31,1% опрошенных, от 50000 до 100000 рублей 20,3%, а свыше 100000 рублей предпочло 9,5% респондентов. Эти показатели также связаны с уровнем заработной платы в Орловской области.

По результатам проведенного исследования можно сделать выводы о том, что для развития гастрономического туризма и популяризации его в Орловской области туристским агентствам и операторам необходимо ориентировать свою деятельность:

- на молодежный сегмент;
- на формирование предложений по гастрономическому туризму в Центральном федеральном округе;
- на активизацию спроса потребителей со средним достатком.

Молодежный сегмент – это перспективное направление развития сферы отдыха. Необходимость развивать его обусловлена такими социальными качествами молодежи, как активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, непритязательность [5]. Высокая туристская активность объясняется и стремлением молодых людей к общению и познанию. Молодым свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени, а также молодые люди больше открыты к новому, чем люди среднего возраста. Бесспорно, данный сегмент туристского рынка, выделенный по возрастному признаку, имеет ярко выраженный стереотип поведения и несколько иначе расставляет туристские приоритеты [6].

Согласно исследованиям, проведенным в Орловской области, можно сделать вывод о том, что:

- местные туристские фирмы практически не уделяют внимание организации экономических гастрономических туров, которые могли бы заинтересовать именно молодежный сегмент;
- имеющийся ассортимент молодежных туристских программ представлен весьма ограниченно;
- указанный туристский сегмент нуждается в предоставлении специфического туристского продукта.

В этой связи политика в сфере организации гастрономического туризма в Орловской области должна ориентироваться на реальные потребности и возможности молодежного сегмента и не должна быть лишь пассивным отражением сложившейся ситуации.

На сегодняшний день туристская инфраструктура в России развита слабо, зачастую отсутствует адекватный баланс соотношения «цена – качество». Но, тем не менее, большинство орловских потребителей туристского продукта предпочитают отдых по России. Такой выбор объясняется уровнем доходов орловских потребителей и нестабильной политической обстановкой в зарубежных странах. Раньше потребители туристского продукта имели возможность отдохнуть за рубежом дешево и в то же время получить достаточно качественные

туристские услуги. Эта ситуация изменилась после того как были закрыты такие направления туризма, как Турция и Египет. Сейчас же потребители туристского продукта снова получили возможность отдыхать в этих странах, но в связи с нестабильной политической обстановкой они боятся их посещать. Альтернативой стал отдых на отечественных курортах, где можно получить туристские услуги за приемлемую цену, но привычный пляжный и культурно-познавательный туризм не всегда интересен, и потребители ждут развития новых видов туризма. Поэтому именно сейчас благоприятное время для развития гастрономического туризма и формирования широкого спектра гастрономических туров, привлекательных для ценителей. Представляется, что результаты проведенного исследования будут полезными в этих целях.

Анализируя потенциал России и потенциал ее кухни, можно сделать вывод о том, что дальнейшее развитие гастрономического туризма в стране возможно, если приложить все необходимые для этого усилия. Это, в первую очередь, создание сопутствующей инфраструктуры (транспорта и гостиниц), инвестиции и финансирование, а также подготовка кадров и квалифицированных специалистов.

Список источников:

1. Tourdom.ru: новости, форум, тренинги, вебинары, работа в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourdom.ru> (дата обращения: 11.04.2018).
2. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 207 с.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 1071 с.
4. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 303 с.
5. ТурСтат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turstat.com/tag/statistika> (дата обращения: 11.04.2018).
6. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учеб. пособие. – М.: КноРус, 2015. – 416 с.
7. Шмарков М.С. Повышение конкурентоспособности туристских организаций и методы адаптации их деятельности к изменяющимся рыночным условиям в регионе: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2013. – 149 с.
8. Шмарков М.С. Роль инноваций в развитии туристского бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №3 (21). – С. 84-87.
9. Шмарков М.С., Мусалитина М.С. Влияние геополитических факторов на развитие рынка туризма и деятельность компаний // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 134-139.
10. Шмарков М.С., Мусалитина М.С., Губарева Л.И. Новейшая история геополитики туризма М.С. // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – №2 (71). – С. 33-36.
11. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А. Особенности предпринимательской деятельности на современном рынке туризма // Профессиональное обучение: стратегические приоритеты и социальный запрос: монография. / Под редакцией В.Н. Правдюк. – Орёл: ОГУ им. Тургенева, 2017. С. 266-283.
12. Шмарков М.С., Шмаркова Е.А., Шмаркова Л.И. Тенденции развития современного предпринимательства на рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40). – С. 75-78.
13. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Анализ основ формирования инновационного подхода к построению партнерских отношений с потребителями туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №1 (7). – С. 11-14.
14. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Анализ эволюции сезонных колебаний характери-

стик деятельности туристских фирм и прогнозирование их развития // Вестник Белорусско-Российского университета. – 2012. – №4 (37). – С. 144-154.

15. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Особенности развития выездного и внутреннего туризма в современных рыночных условиях // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №2. – С. 308-314.

УДК 378.172:796.015.865

Каленина М.Ю.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ВНЕДРЕНИЮ КОМПЛЕКСА ГТО В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

*Каленина Мария Юрьевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», РФ 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kalenina.mariya@yandex.ru

В статье описана программа под названием ГТО («Готов к труду и обороне»). Рассматривается назначение ГТО, дана краткая характеристика, проанализировано отношение студентов к внедрению комплекса ГТО в образовательный процесс.

Ключевые слова: комплекс ГТО, спорт, физическая культура, студенты.

Kalenina M.Yu.

ATTITUDE OF THE STUDENTS TO INTRODUCTION OF GTO COMPLEX INTO EDUCATIONAL PROCESS

Kalenina Maria Yuryevna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kalenina.mariya@yandex.ru

In the article the GTO program (Ready for work and defence) is described. The purpose of GTO and its short characteristic is given. The attitude of the students to introduction of GTO complex into educational process is analyzed.

Keywords: GTO complex, sports, physical training, students.

ГТО («Готов к труду и обороне») – полноценная программная и нормативная основа физического воспитания населения страны, которая нацелена на оздоровление нации и развитие массового спорта.

Глобальной целью внедрения нормативов ГТО является мотивация и стимулирование желания населения РФ вести здоровый образ жизни, развивать и проявлять свои способности, а также участвовать в спортивных мероприятиях.

24 марта 2014 года Президент Российской Федерации подписал Указ №172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)», что определило в стране развитие физической культуры. В связи с этим необходимо не только создать оптимальные модели внедрения комплекса, но и найти эффективные механизмы мотивации студентов к участию в этом проекте. В соответствии с Положением ВФСК ГТО 5 и 6 ступени предназначены для студентов вузов.

Для того чтобы понять отношение студентов к внедрению комплекса ГТО в образова-

* *Научный руководитель:* Должикова Христина Викторовна, ст. преподаватель; e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru

тельный процесс, было проведено личное анкетирование. Студентам было предложено ответить на вопросы о внедрении комплекса, а также на вопросы о развитии физической культуры и спорта. С этой целью была создана выборка из 60 респондентов. Было опрошено 30 девушек и 30 юношей в возрасте от 17 до 21 года.

Студентам было предложено ответить на 16 вопросов анкеты, которая состояла из трех частей: в первой части респонденты ответили на вопросы, которые касались личных данных (возраст, пол, группа здоровья); во второй части было предложено ответить на вопросы об отношении студентов к занятиям физической культурой; ответы третьей части позволили определить степень осведомленности студентов о ВФСК ГТО [5].

В ходе опроса студентов по второй части анкеты были получены следующие результаты (таблица 1).

Таблица 1 – Ответы респондентов на вопрос «Посещаете ли вы занятия «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Да	27	90%	21	70%	48	80%
Нет	3	10%	9	30%	12	20%
Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Анализ таблицы показывает, что из опрошенных только 80% посещают «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту». А остальные 20% не посещают «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» по состоянию здоровья. Стоит отметить, что среди опрошенных юношей, посещающих занятия, на 20% больше, чем девушек.

Таблица 2 – Ответы респондентов на вопрос «Занимаетесь ли вы в спортивных или физкультурно-оздоровительных секциях?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Да, каждый день	10	33%	14	47%	24	40%
Да, 2-3 раза в неделю	8	27%	6	20%	14	23%
Раньше посещали	2	7%	3	10%	7	11%
Нет	10	33%	7	23%	17	28%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Анализ таблицы показывает, что 40% опрошенных занимаются ежедневно; 23% ответили, что занимаются 2-3 раза в неделю; раньше посещали секции, а сейчас нет – 11% опрошенных; 28% никогда не занимались в спортивных секциях.

Таблица 3 – Ответы респондентов на вопрос «Как долго вы занимаетесь в спортивных или физкультурно-оздоровительных секциях?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
До 1 года	10	50%	5	22%	15	35%
От 1 года до 3 лет	7	35%	12	52%	19	44%
От 3 лет до 5 лет	0	-	1	4%	1	2%
Свыше 5 лет	3	15%	5	22%	8	19%
Итого	20	100%	23	100%	43	100%

На этот вопрос ответили 43 из 60 студентов, так как 17 из них никогда не занимались в спортивных секциях. Анализ таблицы показывает, что 35% опрошенных имеют стаж занятий до 1 года; у 44% стаж занятий от 1 года до 5 лет; стаж занятий от 3 лет до 5 лет всего лишь у 2% опрошенных; стаж свыше 5 лет у 19% опрошенных студентов.

Таблица 4 – Ответы респондентов на вопрос «Как вы относитесь к обязательным занятиям «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Положительно	24	80%	25	83%	49	82%
Отрицательно	6	20%	5	17%	11	18%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Анализируя таблицу, мы видим, что на вопрос об отношении к обязательным занятиям по физической культуре в образовательной организации 82% студентов ответили положительно и 18% ответили отрицательно.

В результате исследования отношения студентов к обязательным занятиям «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» были получены следующие результаты (рисунок 1):

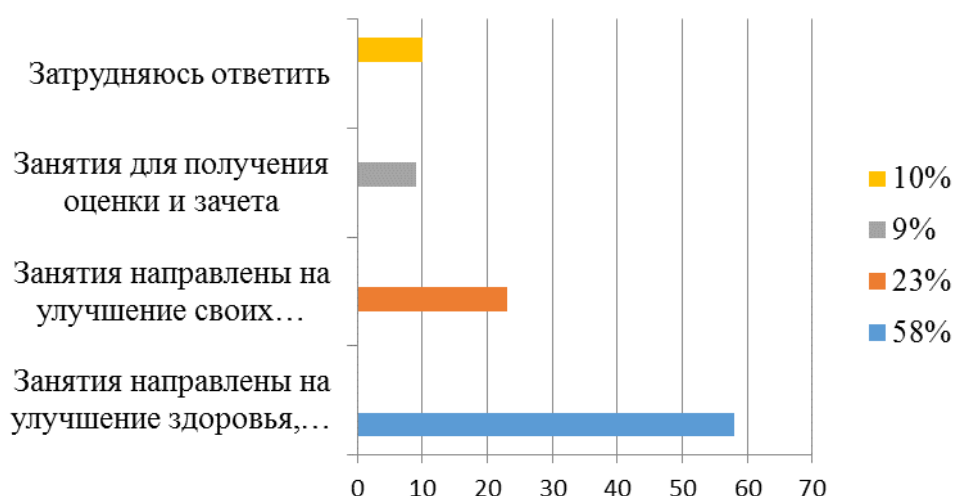


Рисунок 1 – Ответы на вопросы «Для чего вы посещаете обязательные занятия «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»?»

58% – для улучшения здоровья, самочувствия, работоспособности;
 23% – чтобы добиться улучшения своих спортивных показателей;
 9% – для получения оценки или зачета;
 10% – затруднились ответить.

После анализа результатов первой половины опроса можно сделать вывод, что полученные данные отражают тот факт, что большинство студентов положительно относятся к занятиям «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту», осуществляемые в рамках образовательного процесса в ОрелГУЭТ, которые направлены на улучшение работоспособности, самочувствия, здоровья.

В ходе опроса студентов по третьей части анкеты были получены следующие результаты.

Таблица 5 – Ответы на вопрос «Удовлетворены ли вы своей физической подготовленностью?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Да	24	80%	11	37%	35	58%
Нет	6	20%	19	63%	25	42%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Анализ таблицы показывает, что из опрошенных только 58% удовлетворены своей физической подготовленностью. Стоит отметить, что среди опрошенных юношей, удовлетворенных своей физической подготовленностью, на 43% больше, чем девушек.

Таблица 6 – Ответы на вопрос «Посещаете ли вы дополнительные платные спортивные занятия?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Да	20	67%	23	77%	43	72%
Нет	10	33%	7	33%	17	28%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Из данных таблицы 6 видно, что большинство студентов (72% опрошенных) посещают дополнительные платные занятия.

Таблица 7 – Ответы на вопрос «В достаточной ли мере вы занимаетесь физкультурой и спортом в настоящее время?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
В достаточной мере	13	43%	7	23%	20	33%
Необходимо заниматься больше	2	7%	15	50%	17	28%
Не достаточно, но есть желание	8	27%	5	17%	13	22%
Нет желания заниматься	7	23%	3	10%	10	17%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

Среди опрошенных студентов 33% считают, что в достаточной мере занимаются спортом; 28% считают, что им необходимо в большем объеме заниматься спортом; 22% считают, что недостаточно занимаются, но имеют желание приступить к регулярным занятиям и тренировкам; 17% ответили, что не имеют желания регулярно заниматься спортом.

Таблица 8 – Ответы на вопрос «Что вам мешает активно заниматься физической культурой и спортом?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Ничего не мешает	13	43%	7	23%	20	33%
Отсутствие свободного времени	1	3%	10	33%	11	18%
Неудобное расписание занятий	3	10%	5	17%	8	13%
Отсутствие желания заниматься	7	24%	3	10%	10	18%
Большая занятость	5	17%	3	10%	8	13%
Другие причины	1	3%	2	7%	3	5%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

33% опрошенных студентов ничего не мешает заниматься спортом; 18% студентов указали причину отсутствия свободного времени; 13% студентам мешает заниматься спортом неудобное расписание занятий; у 18% отсутствует желание заниматься спортом; у 13% причиной является большая занятость; оставшиеся 5% не смогли назвать конкретной причины.

Таблица 9 – Ответы на вопрос «Ваша семья ведет здоровый образ жизни?»

Варианты ответа	Юноши		Девушки		Всего	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Да	1	3%	3	10%	4	7%
Скорее да, чем нет	9	30%	12	40%	21	35%
Скорее нет, чем да	9	30%	7	23%	16	27%
Нет	11	37%	8	27%	19	32%
Итого	30	100%	30	100%	60	100%

На вопрос о ведении здорового образа жизни в семье 7% студентов ответили, что их семья в основном ведет здоровый образ жизни; 35% – скорее да, ведет; 27% – скорее нет, не ведет; 32% – нет, не ведет.

15 вопрос анкеты позволил определить отношение студентов к комплексу ГТО.

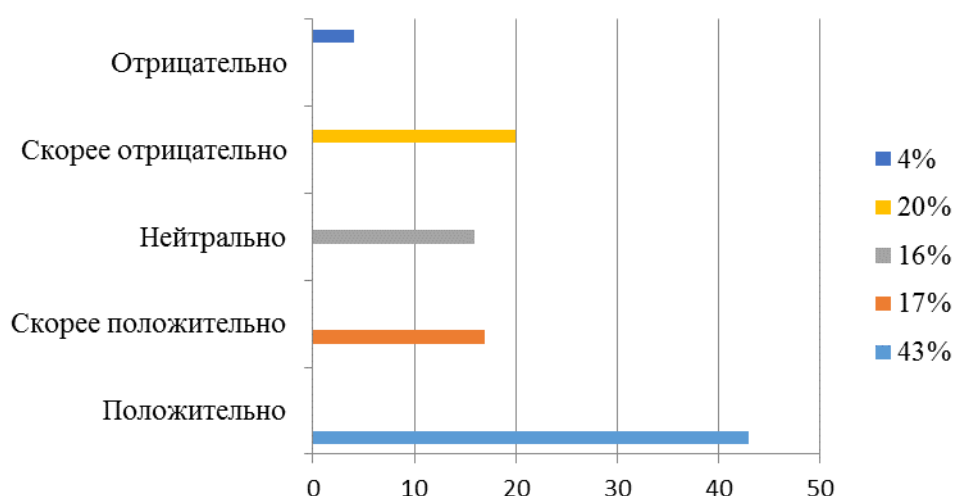


Рисунок 2 – Ответы на вопрос «Как вы относитесь к комплексу ГТО?»

Последний вопрос в анкете звучал так «Стоит ли внедрять комплекс ГТО в образовательный процесс?». Результаты приведены на рисунке 3.

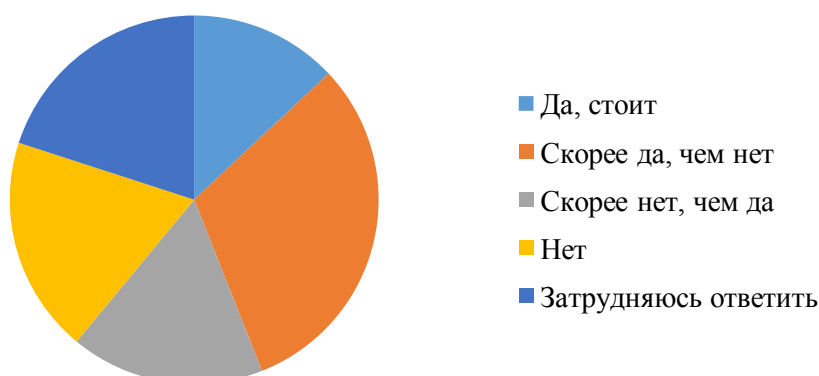


Рисунок 3 – Ответы на вопрос «Стоит ли внедрять комплекс ГТО в образовательный процесс?»

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать вывод, что большинство студентов относится положительно к комплексу ГТО и выполнению его нормативов, однако существуют проблемы в понимании ими целей этого мероприятия. Полученные данные свидетельствуют о том, что мотивы, направленные на пропаганду комплекса ГТО среди сверстников, оказались слабо выраженными.

Необходимо проделать большую работу, чтобы разъяснить цели и задачи комплекса ГТО на всех уровнях. Имеет смысл ввести в теоретическую часть занятий по физической культуре больше часов обучения, которые будут посвящены ГТО, истории комплекса, его выдающимся представителям. Также необходимо проводить семейные мероприятия в рамках комплекса и адаптировать их к различным возможностям участников. Комплекс ГТО должен восприниматься не только как элемент зачета (оценивания), но и как способ провести свободное время. В СССР комплекс ГТО был популярен тем, что решал проблему проведения свободного времени студентами. В современном мире у студентов более широкие

возможности для проведения досуга [3].

Комплекс ГТО должен привлекать студентов, для этого необходимо использовать средства массовой информации, проводить социальную рекламу с участием не только звезд спорта, но и звезд шоу-бизнеса. На данный момент активное желание заниматься в рамках комплекса имеют лишь те студенты, которые «серьезно» (профессионально) занимаются спортом, а также студенты, которые обладают высокой физической подготовленностью. Основное внимание следует уделить той части студентов, которые имеют оценки «хорошо» и «удовлетворительно» (подавляющая часть студентов) по физической культуре, поскольку они находятся в пограничном состоянии, у них не сформировалось четкого отношения к комплексу.

Список источников:

1. Михайлова С.В., Норкина Е., Трemasкина Ю. Сущность и проблемы здорового образа жизни студентов [Электронный ресурс] // Электронный научно-практический журнал Культура и образование. – 2014. – №6 (10). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21737065>.
2. Новикова Х.В. Здоровьесберегающие технологии // Стратегия формирования здорового образа жизни средствами физической культуры и спорта. «Спорт для всех» и внедрение Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО». Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора В.Н. Зуева. – Тюмень: Вектор Бук, 2017. – С. 110-113.
3. Новикова Х.В. Комплекс ГТО: прошлое и настоящее // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №4. – С. 235-240.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 августа 2009 года №1101-р «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года».
5. Титушина Н.В. Факторы, определяющие необходимость внедрения нового комплекса ГТО в систему физического воспитания населения России // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2014. – №7 (113). – С. 168-171.
6. Указ Президента Российской Федерации от 24 марта 2014 года №172 «О всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне (ГТО)».
7. Якимов А.И. Возвращение норм ГТО как способ оздоровления // Актуальные проблемы и подходы к внедрению Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне»: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2014. – С. 131-134.

УДК 339.137.22:658.5

Морозова Е.А.

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО КАК РЫНОЧНАЯ СИЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

*Морозова Елена Александровна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», РФ 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru

В статье рассматривается необходимость изучения конкурентной среды с точки зрения деятельности небольшого торгового предприятия Орловской области.

Ключевые слова: конкурентное преимущество предприятия, потенциал фирмы, конкурентная позиция фирмы на рынке.

* Научный руководитель: Сотникова Елена Анатольевна, к.э.н. доцент; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru

Morozova E.A.

COMPETITIVE ADVANTAGE AS A MARKET FORCE OF AN ENTERPRISE

Morozova Elena Alexandrovna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru

The necessity of the competitive environment study from the point of view of small trade enterprise activity in Orel region is considered in the article.

Keywords: competitive advantage of the enterprise, firm potential, competitive position of the firm in the market.

Конкурентные начала в экономике формируются в результате становления рыночных отношений. Сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и конкуренция – главный механизм развития современной экономики. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления.

Анализ конкуренции свидетельствует о том, что на микроэкономическом уровне наибольшее значение имеет конкуренция предприятия, управление которой приобретает особую важность в условиях формирования рыночных отношений и в настоящее время является гарантом успешной предпринимательской деятельности.

Рыночные отношения диктуют предприятию чёткие конечные цели успеха в конкурентной борьбе – максимальное удовлетворение запросов потребителя и высокий уровень эффективности экономической деятельности. Реализация этих целей состоит в поиске и использовании конкурентных преимуществ, обеспечивающих достижение прочных позиций на рынке.

Рыночная сила предприятия зависит от ряда факторов, которые являются преимуществами по сравнению с конкурентами, а именно:

- эффективности маркетинговой и сбытовой деятельности;
- уровня цен на реализуемую продукцию, зависящего от себестоимости производства и реализации продукции предприятия;
- качественных характеристик реализуемых товаров.

Контроль действий конкурентов позволяет удовлетворить специфические запросы покупателя и потребителя раньше и лучше других фирм. Зная сильные и слабые стороны конкурентов, можно оценить их потенциал и цели, настоящую и будущую стратегии.

Изучение конкурентной среды требует систематического наблюдения за главными конкурентами, не упуская из виду потенциальных конкурентов. Анализ информации, её интерпретация позволяют специалистам вывести обоснованные оценки по каждому фактору конкуренции, охарактеризовать общее положение основных конкурентов, определить место своей фирмы по отношению к ним и оценить её конкурентоспособность.

Чтобы обеспечить достойное положение фирмы на рынке, важной стратегической задачей становится опережение конкурентов в разработке новых товаров, новой технологии, нового дизайна, нового уровня издержек производства, новых цен, нововведений в системе распределения и сбыта.

Появление на рынке новых компаний ведет к росту предложения. Это может вызвать падение цен или повышение издержек и снижение прибыли. Однако есть ряд препятствий для проникновения на рынок новых конкурентов.

1. Экономия на масштабах производства, которая означает сокращение издержек производства единицы продукции или услуг по мере роста объемов производства в единицу времени. Данный эффект отпугивает новых конкурентов, вынуждая их либо начинать дело в больших масштабах, которые потребуют огромных инвестиций, либо подвергнуться сокру-

шительной атаке со стороны уже существующих компаний.

2. Дифференциация продукции, означающая, что действующие в отрасли компании имеют известные торговые марки и опираются на приверженность потребителей данной разновидности товара, которая является результатом маркетинга или существует по традиции. Новые конкуренты должны затратить немало денег, чтобы сломать устойчивое предпочтение покупателей.

3. Потребность в капитале, которая затрудняет начало дела в тех случаях, когда для ведения конкурентной борьбы необходимы крупные средства. Это препятствие может возрасти в зависимости от действия фактора неопределенности. Например, на рынке может появиться новый сильный конкурент или в стране приняты новые законодательные акты, требующие дополнительных вложений.

4. Необходимость переобучения персонала, приобретения нового производственного и торгового оборудования, технического обслуживания, новый дизайн продукции требует серьезных денежных вливаний.

5. Нехватка каналов распределения, которая может воспрепятствовать появлению новых конкурентов в торговле. Новым участникам рынка приходится снижать цены, проводить широкомасштабные рекламные кампании, использовать другие стимулы, чтобы убедить оптовиков принять их продукцию.

6. Ряд препятствий в виде дополнительных затрат, не связанных с экономией на объемах производства, а обусловленных наличием определенных действующих на рынке преимуществ. В числе этих препятствий: патентованная технология производства, доступ к сырьевым источникам на выгодных условиях, лидерство в области ноу-хау, опыт, удобное местоположение.

В настоящее время в экономике нашей страны реализуются мероприятия, призванные устранить диктат производителя и постепенно утвердить приоритет покупателей. Естественно, что фирма не может быть конкурентоспособной, если её товар не имеет сбыта.

Все компании на рынке в широком смысле конкурируют между собой в удовлетворении конкретной потребности.

Специфика торгового предприятия состоит в том, что, несмотря на немаловажную роль таких компонентов микроокружения фирмы, как поставщики и конкуренты, на первое место выдвигается месторасположение магазина и, в особенности, его покупатели. Ориентация на последних обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество предприятия.

Оценивая конкурентную позицию фирмы на рынке, потребители делают это с точки зрения своей пользы, выгоды. Поэтому любая организация должна выискивать резервы предоставления дополнительной пользы и благ потребителям, касается ли это более высокого качества товаров и услуг или предоставления их по более низким ценам.

Группа покупателей – сегмент, обладающий большей силой, если он соответствует следующим критериям:

- сконцентрирован или покупает относительно большие объемы товаров;
- приобретаемая продукция представляет важную часть затрат или закупок в отрасли производства;
- приобретаемая продукция стандартизирована или не дифференцирована;
- хорошо информирован.

При оценке процесса формирования предприятием позиции на рынке товаров на примере торгового предприятия «Зайди» в г. Болхове было выявлено следующее: потенциальными покупателями могут быть жители домов, находящихся в непосредственной близости от торгового предприятия, так как именно они чаще всего являются покупателями товаров постоянного спроса. Поэтому для исследуемого предприятия подойдёт стратегия рыночной ниши или сфокусированная стратегия, т.к. она основана на дифференциации товарного ассортимента и обеспечении лучшего товарного предложения покупательской аудитории.

Чтобы успешно функционировать, каждая фирма должна знать емкость рынка, на ко-

тором она функционирует, свою долю на рынке, потенциальных покупателей, их вкусы, предпочтения, возможности, намерения, конкурентов и т.п., изучать тенденции этих показателей, чтобы не упустить открывшиеся возможности, избежать надвигающихся неприятностей и просто эффективно выполнять свою работу.

Для оценки возможности осуществления коммерческой деятельности выбранного предприятия на рынке мы воспользуемся данными, представленными в бухгалтерской отчетности предприятия и статистических ежегодниках по Орловской области (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика емкости и доли целевого сегмента рынка магазина «Зайди», г. Болхов

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Отклонение (+,-) от		Темпы роста, в % к	
				2014-2012 гг.	2014-2013 гг.	2014-2012 гг.	2014-2013 гг.
Численность целевого сегмента рынка*, чел.	5387	5363	5292	-95	-71	98,2	98,7
Годовой среднедушевой доход населения, руб.	30857	39036	45912	15055	6876	148,8	117,6
Доля доходов потребителей, направляемая на приобретение товаров, %	58,15	55,35	57,53	-3,62	-0,82	-	-
Емкость сегмента, тыс. руб.	96661	115875	139779	43118	23904	144,6	120,6
Товaroоборот магазина «Зайди», тыс. руб.	29518	33129	35591	6073	2462	120,6	107,4
Доля сегмента магазина «Зайди», %	30,5	28,6	25,5	-5,0	-3,1	-	-

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что исследуемое предприятие занимает практически четвертую часть рынка в обслуживаемом сегменте. Для исследуемого предприятия лучше избрать стратегию рыночной ниши или сфокусированную стратегию, т.к. она основана на дифференциации товарного ассортимента. Выбор такой стратегии даёт анализируемому предприятию следующие преимущества: дополнительный рост объёмов продажи и получение прибыли за счёт завоевания предпочтений потребителей; создание имиджа добросовестного, надёжного, проявляющего заботу партнёра.

Но для того чтобы эффективно работать на рынке, необходимо знать, какую маркетинговую политику ведут предприятия-конкуренты и проводить их сравнительный анализ. Например, торговому предприятию «Зайди», какой бы специализации оно не было, нужно иметь четкое представление о собственной концепции торговли. Осознание того, что анализируемая фирма отличается от конкурентов, какой его имидж желательно закрепить в сознании целевых потребителей, позволяет достичь существенного преимущества перед фирмами-конкурентами.

Наиболее верным способом выявления конкурентных преимуществ является определение потенциала фирмы. Потенциал фирмы – это комплекс ее возможностей и достижений. Основными составляющими потенциала являются следующее: во-первых, реальное положение компании на рынке, оно определяется с помощью матрицы фактической ситуации. Во-вторых, конкурентоспособностью, которая оценивается с помощью определенных параметров, имеющих наиболее важное значение для потребителя. И, в-третьих, финансовое состояние, позволяющее определить финансовую составляющую потенциала и сделать выводы о наличии достаточного количества финансовых ресурсов и финансовой прочности предприятия.

Для того чтобы занять прочную позицию, руководству выбранного для изучения торгового предприятия можно принять следующие меры.

Во-первых, проанализировав деятельность поставщиков, отказаться от услуг невыгодного поставщика с точки зрения экономии затрат. Во-вторых, для создания постоянной клиентуры можно обратиться за консультативной помощью к специалисту в области марке-

тинга, который будет заниматься исследованием рынка, изучением потребительского спроса и т.д. В-третьих, следует, конечно же, использовать возможности рекламы, обновляя экстерьер магазина с использованием ярких цветов. Проведение рекламы также привлекает внимание потенциальных покупателей, за счет рекламной кампании возможен рост среднедневного товарооборота. Все это повлияет на экономическую эффективность в целом.

В нынешних условиях каждой фирме просто необходимо правильно оценивать создавшуюся ситуацию на рынке для того, чтобы предложить эффективные конкурентные методы и средства повышения конкуренции. Наиболее серьезным этапом данной работы является изучение возможностей достижения конкурентных преимуществ и выработка на этой основе мер по сохранению и повышению конкурентной позиции фирмы. Большое число новых предприятий и организаций, ограничения внешней политики государства осложнили конъюнктурную ситуацию на рынке. В настоящее время далеко не все российские предприятия готовы к ведению конкурентной борьбы, даже выпуск или реализация конкурентоспособной продукции не позволяет многим из них эффективно осуществлять рыночное конкурентное преимущество из-за отсутствия практики использования всего комплекса средств маркетинга.

Список источников:

1. Конобеева О.Е., Конобеева Е.Е. Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности экономики России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 144-148.
2. Конобеева О.Е., Сотникова Е.А. Маркетинговая политика организации бизнеса в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (12). – С. 111-115.
3. Лебедева О.А., Макарова Т.Н., Скворцова Н.А. Механизмы осуществления оперативных процессов торговыми организациями // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С. 178-182.
4. Лебедева О.А., Скворцова Н.А. Рыночная ориентация компаний: постановка проблемы, исследование и перспективы // Теоретическая и прикладная экономика. – 2017. – №1. – С. 62-74.
5. Макарова Т.Н., Лебедева О.А., Сотникова Е.А. Актуализация создания аналитической платформы для поддержки малых и средних предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40) – С. 43-48.
6. Макарова Т.Н., Сотникова Е.А. Инновационный потенциал потребительского рынка в региональном аспекте // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №2 (16). – С. 89-95.
7. Скворцова Н.А., Лебедева О.А., Сотникова Е.А. Инновационное развитие регионов в условиях экономического пространства // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2-6. – С. 1265-1268.
8. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А. Логистика инструментарий, способствующий повышению эффективности деятельности коммерческих предприятий // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2012. – №2. – С. 6-12.
9. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А. Построение эффективного бизнеса с учетом логистического подхода // Современный менеджмент: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции (Орел, 16 октября 2011) / Под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ, 2011. – С. 128-134
10. Сотникова Е.А. Модернизация современного бизнеса с учетом современных подходов // Инновационное развитие предпринимательского сектора в сфере региональной экономики: монография / под общ.ред. Н.И. Лыгиной. – Орел: ОрелГИЭТ, 2015. – С 154-171.
11. Теория конкурентных преимуществ фирмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.km.ru/referats/8e9dee6ab0db4cb290effbea64b615e7>.
12. Lyapina I.R. Approaches to organization of project management in Russia / Lyapina I., Vlasova M., Stroeveva O. et al // Contributions to Economics. – 2017. -№ 9783319454610. – С. 91-99.

13. Lyapina I.R Sustainable development of large entrepreneurial structures in competitive environment / Lyapina I.R., Izmalkova S.A., Sotnikova E.A. et al // Journal of Applied Economic Sciences. – 2016. – №7. – Т. 11.

14. Sibirskaya E.V. Statistical Modeling of Portfolio Profitability / E.V. Sibirskaya, I.R. Lyapina, I.V. Ushakova et al // Russia and the European Union, Development and Perspectives Ser. Contributions to Economics / E.G. Popkova (ed.). – [Springer International Publishing AG], 2017. – P. 367-373.

15. Stroeveva O. Effectiveness of management of innovative activities in regional socio-economic systems / Stroeveva O., Lyapina I.R., Konobeeva E.E. et al // European Research Studies Journal. – 2015. – Т. 18. – №3. – С. 63-76.

УДК 378.183:574

Рослякова А.Ю.

ВОЗМОЖНОСТИ ЭКОВОЛОНТЕРСТВА В РЕГИОНЕ

*Рослякова Анастасия Юрьевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», РФ 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: alena_16192009@mail.ru

В статье рассматривается история возникновения добровольческой деятельности и ее становление как направления в России, возможности добровольческой деятельности, виды волонтерской деятельности. Особое внимание уделяется экологическим проблемам современности. Экологическое волонтерство – один из самых интересных и доступных видов добровольческой деятельности, который стал особенно популярен в России во время Года экологии и не теряет актуальности и на сегодняшний день. Эковолонтеры работают с заповедниками и организациями, занимающимися охраной природы. Они помогают в уборке и обустройстве территорий заповедных земель, проведении исследований и многом другом. Также эковолонтеры принимают участие в различных субботниках и следят за чистотой своего города, района, двора. Не менее важным аспектом их деятельности является работа с населением. Волонтеры учат людей, как жить в гармонии с природой, рассказывают о проходящих экологических акциях и о правильной утилизации мусора. Практическая часть работы – это социологическое исследование, проведенное на территории Орловской области с целью выявления отношения населения к экологическим проблемам региона.

Ключевые слова: волонтерство, добровольческая деятельность, экологическая проблема, эковолонтерство.

Roslyakova A.Yu.

POSSIBILITIES ECO-VOLONTEERING IN THE REGION

Roslyakova Anastasia Yurievna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alena_16192009@mail.ru

The history of volunteer activity and its formation in Russia, its possibilities and kinds are considered in the article. Special attention is paid to present environmental problems. Ecological volunteering is one of the most interesting and accessible kind of volunteer activity which became especially popular in Russia in the year of ecology and it does not lose its urgency for today. Eco-volunteers work with the reserves and organizations engaged in protection of nature. They help with cleaning and arrangement of territories of the reserves, carrying out the researches and many other things. Eco-volunteers take part in various community work days and watch the cleanliness of the city, district and court yards. The work with the population is not

* Научный руководитель: Спасибина Елена Сергеевна; e-mail: alena_16192009@mail.ru

less prominent aspect of their activity. Volunteers teach people how to live in harmony with the nature, tell about ecological actions or about correct garbage recycling. The practical part of the work is sociological research carried out on the territory of Orel region, to revealing the attitude of the population to the environmental problems of the region.

Keywords: volunteering, voluntary activity, environmental problem, eco-volunteering.

Одной из важнейших проблем современности является экологическая проблема. Ее решение зависит как от уровня социального развития общества в целом, так и от каждого человека в отдельности.

Экологической проблемой для человечества стало изменение природной среды в результате воздействия на нее различных негативных факторов.

Прошлый 2017 год был объявлен Годом экологии. В нашей стране было проведено много мероприятий, способствующих сохранению окружающей среды. В основном этим занимались волонтеры. В конце года Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин наградил выдающихся из них.

В связи с высокой эффективностью усилий волонтеров он объявил новый 2018 год Годом добровольца.

Мы решили разобраться, кто же такие волонтеры?

Волонтер, он же доброволец, – это, на наш взгляд, очень мужественный, героический и отважный человек, который способен прийти на помощь в любую минуту. Он поможет безвозмездно, можно сказать, что это человек с огромным сердцем.

В свою очередь, волонтерство (от лат. *voluntarius* – добровольный), или добровольчество, – это большой круг деятельности, который включает традиционные формы взаимопомощи и самопомощи, официальное предоставление услуг и другие формы гражданского участия, осуществляемые добровольно на благо широкой общественности без расчета на денежное вознаграждение, несмотря на пол, расу, нацию и вероисповедание. Добровольцы с точки зрения закона Российской Федерации – физические лица, осуществляющие добровольческую деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг.

Безвозмездная помощь своим близким существовала всегда. В Греции – это врачипутешественники, лечившие бедных граждан и проводившие профилактические меры против эпидемий холеры и чумы. В Древней Руси было популярно милосердие к «сырым и убогим». В странах Востока появились зачатки филантропии. Во всем этом мы видим прообразы волонтерства.

Когда же появились волонтеры? Это один из многих вопросов, которым задаются сами добровольцы.

Самым первым упоминанием о добровольчестве в Древней Руси принято считать договоры князя Олега (911 год) и князя Игоря (945 год) с Византией о выкупе пленных.

После принятия христианства в 988 году большую роль в благотворительности и добровольчестве стала играть церковь.

Екатерина Великая, в свою очередь, создала сеть воспитательных домов для детей-сирот или для тех малышей, которые считались незаконно рожденными (их также называли «засорными»).

А вот первые «человеколюбивые общества» под императорским патронажем в России были созданы еще в XVIII веке. В XIX возникли первые «некоммерческие общественные организации» – земства. Таким организациям история волонтерства в России обязана распространением бесплатного медицинского обслуживания в деревнях, где издревле применялись лишь народные средства.

Однако после произошедших в нашей стране в октябре 1917 года событий добровольчество стало принудительным. Инициативу, ранее принадлежавшую общественным органи-

зациям и частным лицам, полностью взяло в свои руки государство. Последняя негосударственная волонтерская организация, российский филиал Международного Красного креста, была закрыта в 1930-е годы. Но это не означает, что в СССР не было волонтерства. Ведь в дальнейшем для нашей страны должны были наступить самые страшные, кровавые и ожесточенные годы в истории - Великая Отечественная война.

Нам бы хотелось особенно отметить роль женщин в добровольческой деятельности. Эти хрупкие, беззащитные, на первый взгляд, создания шли в атаку плечом к плечу с храбрыми воинами-мужчинами. Они возрождали традицию сестер милосердия. О таких великих женщинах написано множество животрепещущих повестей, одна из них, например, «А зори здесь тихие» Б. Васильева.

В начале 90-х годов волонтерство набирает популярность, хотя и в этом направлении возникает множество проблем. Одной из таких является разобщенность и безынициативность современного общества России, особенно молодого поколения, которое оторвано от традиционных культурно-исторических ценностей: а образовавшуюся пустоту они стремятся заполнить иностранной моделью поведения, кажущейся лучше и прекраснее. Это и всеобщее недоверие, особенно среди тех, кому волонтеры оказывают поддержку, ведь проявления бескорыстия в нынешнем бездуховном обществе многих настораживает.

На сегодняшний день волонтеров в Российской Федерации чуть больше 2,5%. Это очень маленькая цифра для такой большой и добродушной страны. В среднем возраст волонтеров 18-25 лет. Молодежь стремится помочь, старается найти для себя определенный вид деятельности, который будет близок по душе.

Очень широк спектр деятельности, где требуется волонтерская помощь, поэтому каждый человек может выбрать для себя вид добровольческой деятельности.

Есть следующие, наиболее актуальные для молодежи формы и направления волонтерской деятельности:

- работа с социально незащищенными группами населения;
- помощь в больницах и хосписах;
- работа, направленная на восстановление и сохранение исторических памятников и мест;
- помощь животным, работа в приютах для животных, добровольная помощь зоопаркам и заповедникам;
- организация досуговой и творческой деятельности, спортивных, патриотических и фестивальных мероприятий;
- защита окружающей среды.

Мы хотели бы остановить наше внимание именно на деятельности волонтеров, специализирующихся на защите окружающей среды.

Эковолонтерство – один из видов добровольческой деятельности, направленный на решение проблем экологии.

Действительно, эковолонтерство может оказать значительную помощь экологии нашего региона, причем оно не требует больших финансовых затрат и каких-то специальных навыков, необходимых в других отраслях добровольческой деятельности.

Город Орел можно считать зеленым городом, поскольку, несмотря на относительно небольшую площадь, в нем много парков, бульваров и скверов.

Отношение молодежи к эковолонтерству разное. Проведенное нами исследование показало, что 49% молодых людей заинтересованы в решении проблем экологии в нашем регионе. Они помогли бы очищению окружающей среды добровольно, без каких-либо вознаграждений. 27% опрошенных готовы бороться с мусором за определенную плату в свободное время, им требуется дополнительная мотивация. 24% участвовавших в исследовании заявили, что их не волнует проблема экологии. Они не готовы убирать за другими, а сами не мусорят. Участники считают, то для борьбы с мусором на улицах есть специальные службы.

Таким образом, мы видим, что каждый человек относится к экологической проблеме

по-разному, но большинство из опрошенных заинтересованы в защите окружающей среды.

В городе Орле большое количество различных общественных организаций, занимающихся эковолонтерством. Их цель – улучшить экологическую ситуацию в Орловской области.

Одной из таких волонтерских организаций является экодружина «Вятчи». Она занимается очисткой городских улиц от мусора, посадкой деревьев, проводит интерактивные беседы с молодёжью. Любой желающий может вступить в ряды их дружины и вместе бороться с мусором.

Мы знаем, что основные места большого скопления мусора – леса и места отдыха людей на природе.

На территории Орловской области находится прекраснейший памятник природы – «Орловское полесье». В 2017 году группы волонтеров помогали лесничим убирать территорию заповедника от огромных свалок, которые оставляют гости этого чудесного места. Но на этом работа добровольцев не остановится. Уже весной они примутся за очистку территорий Орловской области.

Каждый из нас может поспособствовать улучшению экологической ситуации в нашем регионе. Хочется отметить богатейшие традиции, которые имело когда-то волонтерство в нашей многонациональной и великой стране, которые будут дальше процветать во имя мира на Земле и счастья каждого живущего человека.

В заключение хочется призвать всех к более трепетному отношению к природе. Мы должны сохранить чистую планету для наших детей, внуков. Только совместными усилиями мы можем сделать наш город чище, ведь каждый имеет право на чистую планету.

Список источников:

1. Головицына Ю. С. Методическое пособие «Азбука добровольчества» к образовательной программе «Вектор добровольчества» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2013/01/14/metodicheskoe-posobie-azbuka-dobrovolchestva>.
2. Тетельмин В.В., Язев В.А. Экология. – М.: НОУ «Интуит», 2016. – 350 с.
3. Четошникова Е. Самоосуществление через добровольчество: ценностно-смысловой аспект. – LAP Lambert Academic Publishing, 2015. – 84 с.
4. Экология: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования / Я.В. Котелевская и др.; под ред. Е. В. Титова. – М.: Академия, 2016. – 203 с.

УДК 346.26

Ставцева А.Е.

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ

*Ставцева Анастасия Евгеньевна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», РФ 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: stavtseva.nastya@yandex.ru

Предпринимательство играет одну из важных ролей в развитии общества и в экономике страны. Именно предприниматель является опорой и гарантом стабильности и устойчивого развития как государства, так и гражданского общества, как экономической, так и политической жизни его граждан.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, качества современного предпринимателя.

* Научный руководитель: Комиссарова Елена Александровна; e-mail: komisselena@mail.ru

Stavtseva A.E.

IMAGE OF MODERN BUSINESSMAN: THE BASIC CHARACTERISTICS

Stavtseva Anastasia Evgenievna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alena_16192009@mail.ru

Business plays one of the important roles in the society development and national economy. The businessman is a support and guarantor of stability and sustainable development both of the state, and civil society and both economic, and political life of its citizens.

Keywords: businessman, business, qualities of modern businessman.

На образ современного предпринимателя оказала влияние вся история развития предпринимательства. В средние века понятие «предприниматель» имело два значения. Обычно к ним относили лиц, которые занимались внешней торговлей. Марко Поло – итальянский купец и путешественник, который стоял у истоков развития торговли между Европой и Китаем, является примером такого предпринимателя. Торговец, то есть предприниматель, заключал контракт с купцом (банком) на продажу товаров. Также предпринимателями называли людей, которые организовывали представления, балаганы, парады, а также руководителей крупных производственных или строительных проектов. В XVII веке предпринимателем стали считать человека, который заключил контракт с государством на выполнение работ или на реализацию определенной продукции.

Во всеобщем словаре коммерции, изданном в 1723 году, впервые дано экономическое определение слова «предприниматель». Коммерсантом в нем считался человек, берущий «на себя ответственность по производству или строительству объекта». В то время высказывались мнения различных ученых, изучающих это направление (Р. Катильтон, К. Бодо). Предпринимателем считали человека, который действует в условиях риска, потому он приобретает товар по фиксированной цене, а по какой продаст – неизвестно. В этом и был риск. Далее считали, что предприниматель дополнительно должен обладать определенным интеллектом, различной информацией, знаниями и капиталом. А. Маршалл и его последователи считали главным качеством предпринимателя наличие организаторской способности.

Государственной поддержки предпринимательства в России не было почти до XVIII в. Но уже тогда можно было выделить интересные моменты. Например, с XIII по XV века существовали первые предприниматели, новоподрядчики, и государство оказывало им поддержку, освобождая от уплаты налогов.

Также в 1667 г. был создан Новоторговый устав, который регулировал деятельность иностранных и отечественных купцов, т.к. ранее наблюдалось, что иностранные покупатели приобретают по низким ценам российские товары, вследствие чего российские купцы становились их агентами, и это тормозило развитие российского предпринимательства.

Уже тогда предприниматели сталкивались с трудностями: дефицит капиталов для создания предприятий, конкуренция со стороны зарубежных товаров, найти решение этих проблем можно было с помощью государства. В связи с этим Петром I было выпущено несколько указов, в которых купечество освобождалось от товарных пошлин и службы и других привилегий. По мнению Петра, это должно было заинтересовать купцов к занятиям промышленными делами.

Д.И. Менделеев, который всерьез занимался проблемами промышленного развития России, считал, что «причиной малого развития у нас промышленности должно считать отсутствие личной предприимчивости, определенной преимущественно тем, что русские люди привыкли все получать готовенькое, так сказать, в виде подарка от кого бы то ни было, сверху или снизу, и если манна небесная сама собой не валит с неба, то наша образованность привыкла обвинять кого-либо или сверху, или снизу, а сама ничего не предпринимает, если это сопряжено с необходимостью личного труда, риска и упорства, как это и нужно для дел промышленности». В СССР же образ предпринимателя был потерян на 70 лет из-за правления советской власти.

Предпринимательство в прошлом и сейчас схоже, потому что имеет общие черты. Предприниматели чаще всего молодые люди, кроме того сохранились те же проблемы: государственная бюрократия и конкуренция со стороны иностранных предпринимателей. Все это оказало большое влияние на создание современного образа предпринимателя.

В качестве примера, отражающего предпринимательские качества современного предпринимателя, можно привести одного из самых успешных молодых предпринимателей в России Сачкова Илью Константиновича. Он основал одну из крупнейших компаний в области компьютерной безопасности Group-IB. Данная компания входит в мировой рейтинг ТОП-7 компаний, оказывающих влияние на информационную безопасность мира. К 32 годам он является членом экспертных комитетов Государственной думы РФ, Совета Европы и ОБСЕ в области киберпреступности, МИД России, автором технологии расследования распределенных атак на отказ в обслуживании (DDoS), членом совета Координационного центра национального домена сети Интернет.

И.К. Сачков – коренной москвич из образованной семьи, его мама – информационный аналитик Центробанка, отец – физик. Первый опыт в области информационной безопасности был получен Ильей еще в школе, где он смог найти причину отказа модема и раскрыть кражу трафика одним из учеников. Идея продолжила развиваться после прочтения книги Кевина Мандиа о компьютерных расследованиях. Также основой его бизнеса стало образование, полученное в МГТУ имени Н.Э. Баумана, который он окончил с отличием. Первоначальный капитал \$5000 он взял у брата, и с однокурсниками открыл первую компанию в 2003 году. К четвертому курсу университета он мог сам обучать студентов компьютерной криминалистике и киберрасследованиям.

Одним из первых крупных проектов, который позволил его бизнесу выйти на новый уровень, был предотвращенный его компанией взлом одного из сайтов Leta Group (представитель антивирусной компании ESET) в 2010 году. Команда Ильи смогла решить эту проблему, что позволило заработать \$3 млн, увеличить штат Group-IB до 70 человек, открыть офисы в Нью-Йорке и Сингапуре и закупить оборудование.

В 2010 году вклад И.К. Сачкова в область информационной безопасности был отмечен на международном уровне. Компания продолжила свое развитие, летом 2016 года были покорены новые бизнес-вершины, чему способствовали внешние инвестиции: люксембургской Altera Investment Fund SICAV-SIF и фонда Run Capital. Компанией ведется совместная работа по вопросам кибербезопасности с Технологическим институтом Короля Таиланда Монгкута Латкрабанга.

Илья Константинович Сачков обладает должным уровнем личных и профессиональных качеств, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности, а также хорошим уровнем образования в своей области, первоначальным капиталом, целеустремленностью и наблюдательностью, он чувствует потребности рынка, умеет контактировать с государственными и финансовыми структурами, умело развивает и находит новые инвестиции и проекты. Такой вывод можно сделать на основании успешного развития основанной им компании.

Предпринимательской деятельностью занимается большое количество людей. Все они обладают разным характером, складом ума, ценностями. Несмотря на это, им все-таки свойственны некоторые общие черты.

По мнению социологов и психологов, успешно реализовать себя в предпринимательской деятельности могут лишь 5-7% населения. Эта малая часть людей обладает необходимыми качествами: активностью, организаторскими способностями, целеустремленностью и т.п. Такой маленький процент объясняется и тем, что не все готовы подвергаться риску, ставя под удар денежные средства и активы.

Австрийский и американский экономист Й. Шумпетер выделяет некоторые мотивы предпринимательской деятельности:

- потребность влияния и власти;
- стремление к успеху, воля к победе;
- радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел.

Чаще всего деньги в предпринимательской деятельности являются не целью, а сред-

ством достижения социального статуса, возможностью самореализации и уважения окружающих, но только благодаря деньгам и прибыли можно достичь поставленных целей. Желание и идея самореализации заставляют идти на риск ради прибыли, для получения которой необходимо уметь находить нестандартные и оригинальные методы.

Предприниматели обладают целым набором личных качеств, которые позволяют реализовывать бизнес-проекты. Интеллектуальные способности предпринимателя характеризуются гибкостью мышления и аналитическим складом, мастерством мыслить, производить идеи, в том числе коммерческие. Предприниматель – это творчески мыслящий человек, имеющий смекалку и широкое мировоззрение, способный находить неординарные решения. Но, даже обладая всеми нужными предпринимательскими качествами, человек подвергается риску финансовых и материальных потерь. Чтобы минимизировать риски, сделать деятельность более успешной и перспективной, необходимо в первую очередь разработать удачную идею, которая станет основной концепцией бизнеса.

Отличительным качеством предпринимателя является способность моделировать мысленно будущую деятельность, быть наблюдательным для того, чтобы вовремя замечать нереализованные потребности потенциальных потребителей, которые могут стать основой бизнеса или помогут его развитию. Но для того, чтобы идея получила успешную реализацию, только этих качеств недостаточно. Организаторские способности, умение работать с людьми, взаимодействовать с различными коммерческими и государственными структурами становятся необходимыми на этапе реализации бизнес-идеи. Любую деятельность необходимо постоянно поддерживать на прибыльном уровне, чтобы она была конкурентоспособной, для этого необходимо наличие определенных знаний в области маркетинга, менеджмента, психологии бизнеса и других наук.

К особым характеристикам предпринимателя относят лидерские качества, которые проявляются в стремлении к самостоятельности, независимости, а именно: решительность и уверенности в себе, способность повести за собой команду, настойчивость и умение нести ответственность.

По мнению молодежи (обучающихся отделения среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «ОрелГУЭТ»), основными качествами, которыми должен обладать российский предприниматель, являются трудолюбие и целеустремленность (60%), склонность к риску, авантюризм (30%), лидерские качества (10%).

Большинство опрошенных хотели бы попробовать себя в роли предпринимателя (40%), около 30% ответили отрицательно, а остальные затруднились ответить.

Специальное образование, по мнению студентов, не требуется (70%), но при этом отмечают, что желательно экономическое (50%) и психологическое (10%), также отмечают обязательное владение иностранными языками (80%).

Для успешной предпринимательской деятельности необходимо сочетание всех вышеперечисленных качеств и профессиональных знаний.

Список источников:

1. Андриевский А.С. Образ успешного предпринимателя в представлении современных студентов // Актуальные проблемы самореализации личности в современном обществе: Материалы Международной научно-практической конференции. Под редакцией Д.Я. Грибановой. – Псков: Псковский государственный университет, 2017. – С. 26-28.
2. Комиссарова Е.А., Комиссаров Е.А. Основные проблемы защиты персональных данных // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 348-352.
3. Мараховская Г.С., Хамуха О.А. Анализ образа предпринимателя в современном обществе // European Scientific Conference: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч. 3. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. – С. 202-204.
4. Никитина А.А., Тимерманис Е.Б. Особенности представления образа современного предпринимателя в студенческой среде // Неделя науки СПбГПУ: материалы научно-практической конференции с международным участием. – СПб: Институт гуманитарного образования СПбГПУ. – 2014. – С. 362-364.

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет экономики и торговли» и редакция журнала «Экономическая среда» приглашает к сотрудничеству преподавателей, научных работников, аспирантов и соискателей, студентов.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ:

Требования к статьям:

- Статьи должны носить аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо начать с описания проблемы (задачи) и завершить выводами и предложениями.
- К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1,0 печатных листа (10 000 – 40 000 знаков с пробелами).
- Обязательными элементами статьи являются Ф.И.О. всех авторов, заглавие (название) статьи, аннотация, ключевые слова, список литературы, сведения об авторах.
- Фамилии и инициалы авторов статьи приводятся перед заглавием, в отдельной строке, выделяются жирным шрифтом. Число авторов статьи, как правило, не должно превышать трех человек.
- Заглавие (название) не должно быть слишком длинным, должно полностью отвечать содержанию статьи. Заглавие размещается по центру строки, набирается заглавными (прописными) буквами, без переносов, выделяется жирным шрифтом.
- Аннотация (150 – 500 знаков с пробелами) и ключевые слова размещаются перед текстом статьи (после заглавия) и выделяются курсивом. Текст аннотации должен быть лаконичным, связным, логичным и информативным.
- Список литературы приводится в конце рукописи в алфавитном порядке (по фамилиям авторов) в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»). В статье рекомендуется привести ссылки все использованные автором литературные источники и статистические данные.
- Сведения об авторах, научном руководителе (для статей аспирантов, соискателей) и рецензентах приводятся в конце статьи, после списка литературы.
- Рекомендуется продублировать сведения об авторе (ах) в отдельном файле:

Ф.И.О. полностью	
Ученая степень, звание:	
Должность:	
Место работы, город, страна:	
Почтовый адрес (для связи с редакцией, не публикуется):	
Телефон, e-mail (для связи с редакцией, не публикуется):	
E-mail (для опубликования):	
Название рукописи:	
Объем в усл. (авт.) п.л.:	
Научный руководитель (только для статей аспирантов, соискателей): Ф.И.О., уч.степень, звание, должность, место работы, e-mail	

– Статьи, предназначенные для публикации в журнале, подлежат обязательному рецензированию. Статьи аспирантов (соискателей) должны сопровождаться положительной рецензией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой. Скан-копия рецензии направляется в редакцию вместе со статьей (отдельным файлом).

– Рукопись должна сопровождаться документом, подтверждающим проверку работы на наличие плагиата. Рекомендуемый Интернет-сервис для проверки AntiPlagiat.ru (режим доступа: <http://www.antiplagiat.ru>).

Требования к оформлению:

– Редакция принимает материалы только в электронном виде (рекомендуется направлять материалы на e-mail журнала: economicsreda@mail.ru – «Экономическая среда»).

– Материал должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word в форматах doc, docx или rtf: шрифт Times New Roman – 12 пт., обычный; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

– При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 10-12 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не уместится в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=», или после знака «+», или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке.

– Рисунки должны быть черно-белыми, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должен превышать 160 мм, высота – 200 мм. Разрешение не менее 300 pp. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. Пример оформления подписи к рисунку:

...

Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

– Цифровой материал в статье рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 10 пт. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с номерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. Каждая таблица должна иметь номер и название, которые располагаются перед таблицей.

Пример оформления таблицы:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2012 год	2013 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

– Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «.....». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы в тексте статьи необходимо заключать в квадратные скобки «.....» [1].

МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!

Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим претензий к редакции авторы самостоятельно и за свой счет обязуются урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных авторами гарантий.

Авторы, направляя рукопись в редакцию, поручают редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати и размещения электронной копии статьи на сайте журнала, в научных электронных библиотеках и базах данных.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам. Редакция не берет на себя обязанность объяснять авторам нетехнические причины отклонения статей. С журналом сотрудничают высококвалифицированные специалисты, и их заключение является определяющим для судьбы статьи.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.