



V Международная научная конференция

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Часть II



Москва

УДК 330  
ББК 65  
А43

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов,  
Н. М. Сараева, Т. К. Абдрасилов, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова,  
В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев,  
М. А. Игнатова, К. К. Калдыбай, А. А. Кенесов, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров,  
В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, Е. В. Матвиенко,  
М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Б. Ж. Паридинова, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин,  
А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова*

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственные редакторы: *Е. И. Осянина, Л. Н. Вейса*

Международный редакционный совет:

*З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия),  
К. М. Ахмеденов (Казахстан), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина),  
Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан),  
А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан),  
А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан),  
К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия),  
О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия), К. И. Курпаяниди (Узбекистан),  
В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия),  
Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан),  
Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков  
(Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)*

**А43 Актуальные вопросы экономики и управления** : материалы V Междунар. науч. конф.  
(г. Москва, июнь 2017 г.). — Москва : Издательский дом «Буки-Веди», 2017. — iv, 94 с.

ISBN 978-5-4465-0937-9

В сборнике представлены материалы V Международной научной конференции «Актуальные вопросы экономики и управления».

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330  
ББК 65

ISBN 978-5-4465-0937-9

© Оформление.  
ООО «Издательство Молодой ученый», 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

**Кондратьев П.Н.**

Маркетинговые инструменты формирования ожидаемого потребительского поведения, используемые в универсамах «Магнит» г. Великие Луки Псковской области. .... 83

**Степанов А.И.**

Продвижение продуктов дистанционного банковского обслуживания ..... 87

**Tonkikh D.O., Mikuliak O.B.**

Marketing system as a tool for improving competitiveness of companies in conditions of the oil and gas market ..... 90

## ЭКОНОМИКА ТРУДА

**Зулкарнеева В.В.**

Стимулирование персонала как метод повышения трудового потенциала организации ..... 93

**Казарьян М.М., Вазим А.А.**

Основы системы антикризисного управления персоналом предприятия. .... 96

**Матвеева Е.В.**

Статистический анализ уровня безработицы в РФ ..... 99

**Симонова М.В., Жукова А.А.**

Анализ и краткосрочный прогноз занятости населения Самарской области. .... 102

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ,  
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**Гальчич М.А., Марковцев Н.В., Поняшова А.С., Олянич А.Л., Храмов С.В.**

Применение бизнес-моделирования для анализа деятельности производственных предприятий. .... 105

**Гарипова А.И., Юдина Д.В., Чернова А.И.**

Концепция А. Фейгенбаума как новая философия в области управления предприятием ..... 107

**Долинский Н.И., Полякова В.А.**

Эффективное управление рисками бизнеса в реальном секторе экономики ..... 109

**Иванова Н.Е., Грицай А.В.**

Совершенствование управленческого учета затрат по центрам ответственности в специализированных ремонтных организациях. .... 112

**Дмитриева И.В., Иванова А.Р.**

Риск банкротства как угроза экономической безопасности предприятия ..... 114

**Иванова А.Р., Дмитриева И.В.**

Основные проблемы при управлении дебиторской задолженностью в контексте экономической безопасности предприятия ..... 117

**Иванова Н.Е., Приступа М.Э.**

Совершенствование системы бюджетирования в консолидированной группе компаний ..... 119

|   |     |
|---|-----|
| <b>Кобелева Л.А., Зайдуллина Л.К., Бадыкшанова Р.М.</b>   |     |
| Аудит производственной логистики .....  | 121 |
| <b>Кривошеев С.В.</b>   |     |
| Основные направления развития малого бизнеса в условиях экономического кризиса .....                                  | 123 |
| <b>Пермякова С.А., Шендель Т.В.</b>   |     |
| Профессиональные стандарты как основа изменения системы обучения персонала компании .....                             | 127 |
| <b>Поняшова А.С., Безносков П.П., Гальчик М.А., Мазеин К.В., Козырь А.А., Ефимов В.А., Храмов С.В.</b>                |     |
| Автоматизированная система мотивации деятельности структурных подразделений вуза .....                                | 131 |
| <b>Поняшова А.С., Безносков П.П., Мазеин К.В., Ефимов В.А., Гальчик М.А., Манолева К.Р., Храмов С.В., Козырь А.А.</b> |     |
| Электронный университет. Функциональное описание бизнес-процесса обработки обращений. ....                            | 132 |
| <b>Сатлер В.В.</b>  |     |
| Организационно-экономические факторы обеспечения конкурентоспособности аптечных организаций в России .....            | 135 |
| <b>Тхориков Б.А.</b>  |     |
| Базовые элементы проектного управления в общественном секторе экономики .....   | 138 |

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

|  |     |
|--|-----|
| <b>Винокурцева Е.А.</b>  |     |
| Мониторинг предоставления государственных и муниципальных услуг .....  | 142 |
| <b>Емельянова К.Н.</b>   |     |
| Анализ инвестиционного климата особых экономических зон России и рекомендации по его улучшению .....                 | 144 |
| <b>Кожина Н.А., Рева Ю.К., Чарный Я.О.</b>   |     |
| Территория опережающего развития «Хабаровск»: современное состояние и проблемы функционирования .....                | 147 |
| <b>Кригер А.А.</b>   |     |
| Анализ потенциала рынка молочной продукции на территории южных районов Красноярского края и Республики Хакасия ..... | 150 |
| <b>Тупицына О.С.</b>   |     |
| Экономический потенциал региона на примере Республики Бурятия .....  | 154 |

## ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Бирюкова М.В.</b>  |     |
| Статистический анализ экспорта товаров и услуг РФ .....                         | 158 |
| <b>Бирюкова И.В.</b>  |     |
| Статистический анализ индекса потребительских цен на товары и услуги в РФ ..... | 160 |
| <b>Булыгина Е.Ю.</b>  |     |
| Статистическое изучение объема розничного товарооборота в РФ .....              | 163 |
| <b>Кравченко А.С.</b>   |     |
| Розничная торговля в Кемеровской области. ....                                  | 165 |
| <b>Серёмина Р.Н., Смолина Е.С.</b>  |     |
| Таможенный контроль: понятие, виды, формы и методы .....                        | 166 |

## ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Моргачева Л.А.</b>   |     |
| Методы оценки конкурентоспособности транспортного рынка ..... | 169 |



# МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

## Маркетинговые инструменты формирования ожидаемого потребительского поведения, используемые в универсамах «Магнит» г. Великие Луки Псковской области

Кондратьев Петр Николаевич, кандидат экономических наук, старший преподаватель  
Великолукская государственная сельскохозяйственная академия (Псковская обл.)

С развитием рыночных отношений, усилением конкуренции в сфере розничной торговли города Великие Луки возрастает влияние поведения потребителей на деятельность участников рынка. Важнейшим условием устойчивого успеха торговых предприятий становится понимание механизмов поведения потребителей и умение их использовать на практике для достижения организационных целей, в частности максимизации прибыли. В этой связи существенно возрастает роль поведенческого маркетинга, который, с точки зрения эксперта в данной области Арсена Даллакяна, ставит цель не просто изменить убеждение людей, а повлиять на их поступки посредством контекста (ситуации) и эмоций [1].

В настоящее время «Магнит» — это крупнейшая розничная сеть продовольственных магазинов. В городе Великие Луки по состоянию на конец апреля 2017 года работает 15 универсамов, 2 гипермаркета и 4 универсама «Магнит-Косметик» [3].

Каждый представленный тип магазинов характеризуется рекламными акциями и специальными предложениями, которые носят как разный характер, так и разный временной предел. Единственное, что объединяет данные маркетинговые мероприятия, — это их цель, связанная с увеличением количества потенциальных покупателей и стоимости каждой покупки.

Большая часть инструментов, применяемых в универсамах «Магнит» направлена на формирование иррационального потребительского поведения, основными механизмами которого являются подражание и внушение [2].

Механизм подражания можно связать с эффектом присоединения к большинству (англ. — bandwagon effect), который побуждает потребителя приобретать то, что покупают и используют все. Он вызван желанием быть «на волне жизни», не отставать от других (не оказаться «белой вороной») или стремлением соответствовать тому кругу людей, в котором хотелось бы вращаться. Отчасти эффект подкрепляется использованием образа знаменитостей. Так, при проведении многочисленных акций, например, «Ножи Fissler» или «Сковороды Thomas. Кухня рекомендует!», на титульном листе буклета для наклеек, плакатах были размещены популярная певица Полина

Гагарина и персонажи телесериала «Кухня», пользующиеся участвующими в акции товарами. Подобный ход призван сформировать эмоциональное отношение покупателя к брэнд: если товаром пользуются известные люди (кумиры), то должен попробовать его и я.

Внушение ставит целью искусственно привить потребителю нужное настроение, изначально чуждый ему интерес, побудить к действию, совершить вторжение в его психику для того, чтобы заставить приобрести необходимый товар, независимо от того, существует ли в данный момент в нем потребность.

Якорный эффект или эффект привязки является одним из когнитивных предубеждений, в основе которого лежит предположение, что первое впечатление надолго остается в памяти, оказывая влияние на все последующие решения. В ходе различных экспериментов было неоднократно доказано, что оценка числового значения (например, цены) потребителем смещается в сторону начального приближения ввиду силы тяготения человека к ранее полученным значениям при оценке неизвестного показателя. [4].

Как правило, в универсамах «Магнит» этот эффект используется при оформлении ценников, на которых отображается сразу две цены — старая и новая (рис. 1).



Рис. 1. Пример якорного эффекта посредством ценника на товар

Как видно из этого рисунка, цена в 36,3 рублей не покажется покупателю уж такой дорогой, поскольку за тот же товар можно заплатить гораздо больше — без скидки 24 % он будет стоить 48 рублей. А насколько адекватна текущая

цена сомнений у покупателя уже не будет, так как ему объяснили, что есть цена и дороже.

Распространенной акцией в универсамах «Магнит» является предложение нескольких товаров по цене одного, двух или трех. Маркетологи отмечают, что бесплатное — это и есть источник иррационального потребительского восхищения. Такое предложение потребителям кажется выгодным ввиду колоссальной экономии. К тому же они порой не уверены и не задумываются над тем, действительно ли пригодится данный товар. Нередко в этом втором или третьем товаре просто нет смысла, и люди покупают ненужные им вещи, так как они считают, что якобы в придачу получают бесплатную единицу товара, хотя нередко цены на товары по акции сильно завышены или заранее были подняты искусственно. Кроме этого, в подобных акциях могут участвовать товары не самого высокого качества, с истекающим или подходящим к концу срок годности, с незначительным дефектом и т. п. Наглядный пример этого приема чаще можно увидеть в печатных и электронных журналах (рис. 2), реже — в торговом зале.

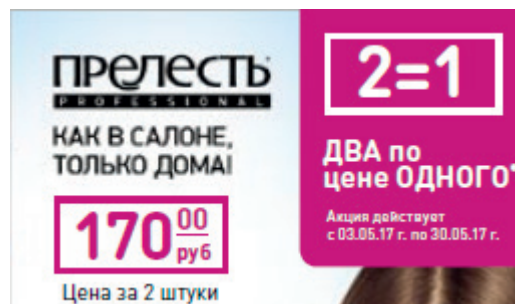


Рис. 2. Пример реализации акции двух товаров по цене одного

Разновидностью данной акции является увеличение объема товара при сохранении цены на него. Так, майонез провансаль «Ряба» в универсамах «Магнит» продается не в стандартной, а увеличенной упаковке, что сопровождается следующей надписью: «В подарок +25 %».

Зачастую скидки на товары имеют ограниченный срок действия. Эту информацию продавец обязательно старается донести до покупателя, сопроводив ее словами, осуществляющими призыв к немедленным действиям, например, «Распродажа», «Успей сегодня» (рис. 3) и т. п.



Рис. 3. Пример реализации акции с ограничением по времени

Между тем у покупателя может сложиться мнение, что колебаться в вопросе приобретения товара не стоит, ждать и искать более выгодное предложение нельзя и нужно брать именно сейчас, так как в будущем такого предложения не будет. Однако подобная акция, как и описанная выше, вероятнее всего является регулярным явлением при обновлении ассортимента в магазине.

В последнее время в розничных магазинах зачастую используют эффект владения (англ. — endowment effect) — это психологический феномен, в основе которого лежит положение, что человек больше ценит те товары, которыми уже владеет, пускай и отчасти, а не те, которыми может овладеть в будущем.

Товар, расположенный на витрине магазина, будет оставаться для покупателя чужим и дорогим лишь до того момента, пока с ним не произойдет непосредственный контакт, в результате которого можно почувствовать его своей собственностью. Отличным примером может служить наличие пробников на духи и косметику в универсамах «Магнит-Косметик». В продовольственных же универсамах этот

эффект проявляется реже и имеет место быть при проведении различных дегустаций продуктов.

Психологический феномен «одной ногой в двери» (англ. — foot in the door) заключается в увеличении лояльности и понижении сопротивления покупателя путем постепенного усложнения поставленной перед ним задачи.

Примеры применения данного эффекта в универсамах «Магнит»:

- распространение рекламных материалов (журналы, листовки и т. п.), содержащих исключительно сведения о дешевых товарах или тех, которые в данный момент участвуют в акции;
- предложение скидки на покупку при предъявлении купона;
- гарантированный подарок при совершении покупки определенного товара (рис. 4) и др.

Кроме этого, в одной из последних акций торговой сети «Магнит» также можно увидеть в действии этот эффект (рис. 5).



Рис. 4. Пример использования эффекта «одной ногой в двери» в официальных журналах «Магнит-Косметик»



Рис. 5. Эффект «одной ногой в двери» на примере акции «Ножи Fissler»

*Эффект ореола* (англ. — halo effect) — это явление, возникающее при восприятии и оценке людьми друг друга в процессе общения. Имея полученные ранее знания или исходя из текущей информации, человек может сформировать специфическую установку, отражающую его отношение к другому человеку или какому-нибудь объекту восприятия. Причем она может мешать ему видеть реальные черты, достоинства и недостатка этого самого человека или объекта.

Один неудачный продукт позволяет составить мнение обо всем ассортименте магазина. Невежливый, грубый, хамский ответ кассира повлечет за собой первое впечатление о магазине, которое возможно впоследствии отразится на его помещении.

Таким образом, этот эффект провоцирует людей к принятию поспешных решений. Это может повлечь за собой отказ от пользования товарами или услугами, предлагаемыми магазином, и переход к конкуренту. В условиях серьезной конкуренции на рынке розничной торговли в городе Великие Луки и спада покупательской активности

такое положение дел для торговой сети «Магнит» не смертельно, как для малых предприятий, однако репутация магазина может оказаться испорченной. Все это заставляет руководство торговой сети обращать повышенное внимание на обслуживание покупателей, предполагающее не только обеспечение комфортного процесса покупки товаров, но и гарантию их высокого качества (т.н. Знак качества в «Магните»).

В последнее время в универсамах «Магнит» наблюдается тенденция использования разнообразных POS-материалов, в частности специальных ценников на товары, реализуемые со скидкой. Помимо особого цвета ценников, акцент делается на новизну, дополнительную выгоду от покупки (например, выдача дополнительных наклеек в случае приобретения товаров-спонсоров), качество, позиционирование собственной торговой марки и др. При этом зачастую используется для фона красный цвет, сам текст написан четко, для него подобран соответствующий размер шрифта (рис. 6). Такой ценник способен более эффективно продвигать товары за счет привлечения дополнительного внимания к нему.





Рис. 6. Примеры специальных ценников в торговом зале

Применение маркетинговых инструментов в универсамах «Магнит» на этом не ограничивается, нами были рассмотрены лишь самые значимые. Стоит отметить, что все

они находятся в постоянном развитии и совершенствовании так же, как и поведение потребителей, на которое они призваны воздействовать.

#### Литература:

1. Даллакян А. Управляй удовольствием! Творчество, поведенческий маркетинг и корпорации / А. Даллакян. — М.: Эксмо, 2016. — 224 с.
2. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: теория и практика: монография / Л. С. Драганчук. — Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. — 196 с.
3. Официальный сайт розничной сети «Магнит» АО «Тандер». URL: <http://magnit-info.ru/> (дата обращения: 17.05.2017).
4. Якорный эффект или зачем сортировать товары по цене? URL: [http://www.marketch.ru/marketing\\_marginalia/yakornyuy-effekt-ili-zachem-sortirovat-tovary-po-tsene/](http://www.marketch.ru/marketing_marginalia/yakornyuy-effekt-ili-zachem-sortirovat-tovary-po-tsene/) (дата обращения: 17.05.2017).



## Продвижение продуктов дистанционного банковского обслуживания

Степанов Андрей Игоревич, магистрант;

Научный руководитель: Попадюк Т.Г., доктор экономических наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Активное развитие технологий Интернет, мобильной связи, увеличение количества пользователей Интернет активно стимулировало развитие дистанционного банкинга. В данный момент большая часть интернет-пользователей в России используют интернет-банкинг для частных лиц. Так, в 2015 году 66 % интернет-пользователей также пользовались интернет-банкингом, количество пользователей выросло на 51 % за год [8]. Также более 30 % взрослого населения имело доступ к интернет-банкингу [4, с. 3].

Многие банковские организации стали уделять больше внимания сети Интернет как одному из каналов связи с клиентами и даже как каналу для продвижения своих услуг, не относящихся к банковской деятельности. Некоторые инвесторы и предприниматели увидели в этом возможность снижения издержек банковского обслуживания и повышения конкурентоспособности продуктов благодаря отсутствию физических отделений банка.

Бизнес-модель дистанционного банкинга позволяет без снижения качества обслуживания производить обслуживание клиентов на большей части территории страны

без задействования филиальной сети. К преимуществам данной модели можно отнести не только снижение издержек, но и инновационное позиционирование, позволяющее привлечь внимание преимущественно молодой аудитории. Если говорить о недостатках — это, прежде всего, недоверие со стороны консервативных клиентов, что создает определенные барьеры в развитии данной формы банкинга.

В данный момент в России существует несколько банковских организаций, работающих по бесфилиальной бизнес-модели, обслуживая клиентов с помощью мобильных приложений и веб-приложений. Наиболее известными являются банковские продукты компании АО «Тинькофф Банк», проект «Открытие Рокет» банка ФК «Открытие», проект «Touch Bank» от ОТП Group. Преимущественной аудиторией данных продуктов являются пользователи ПК и мобильных устройств, регулярно использующие различные онлайн-сервисы. Была составлена карта позиционирования продуктов данных организаций (рисунок 1).

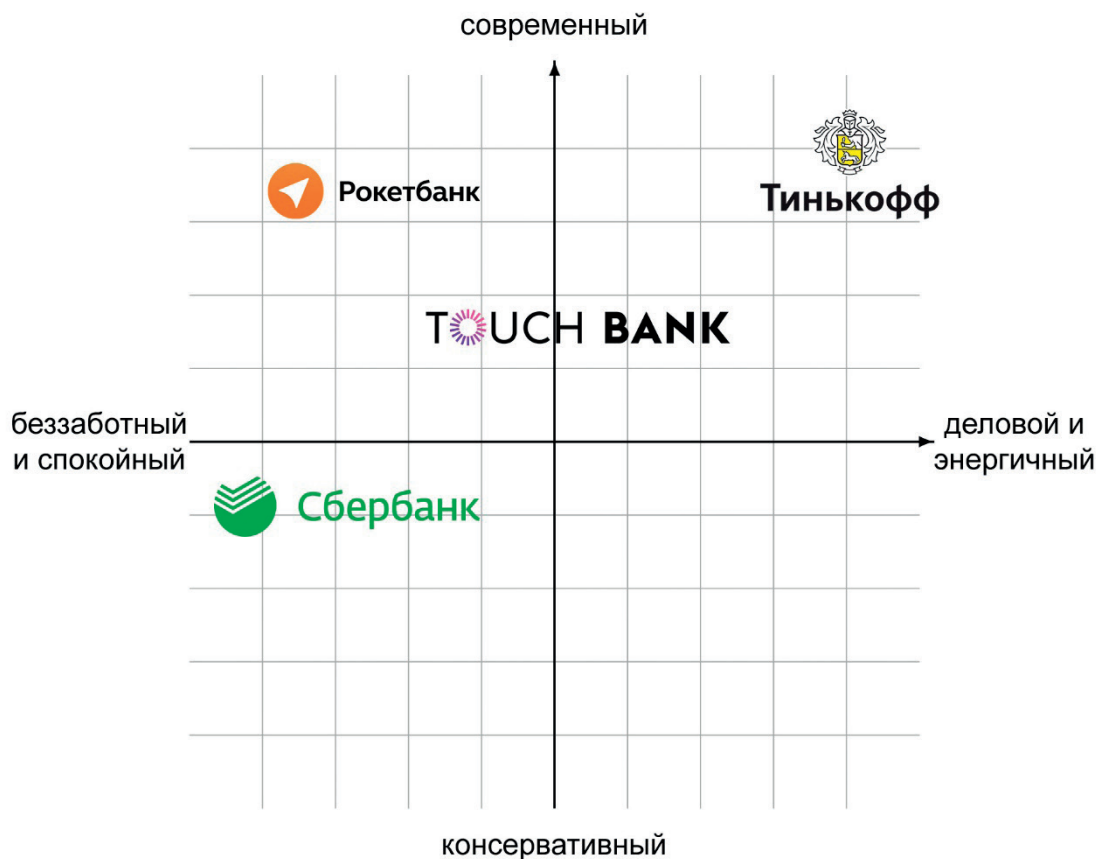


Рис. 1. Позиционирование банковских продуктов

Банковские продукты, работающие с дистанционным обслуживанием, ассоциируются у аудитории с новыми современными технологиями. Правильно выстроенные коммуникации, которые используют язык, близкий целевым сегментам потребителей, позволяют более эффективно продвигать данные продукты. Кроме того, важно учитывать, что продвижение среди консервативной аудитории будет иметь более низкую эффективность по критерию стоимости привлечения одного клиента.

Наиболее значительным игроком на рынке дистанционного банковского обслуживания стал «Тинькофф Банк». Рыночная доля банка по объему кредитного портфеля составила 10,3 % по итогам 2016 года, рост портфеля составил 19,6 % за год [11 с. 4]. В данный момент клиентами банка являются более 5 миллионов человек. Ядром целевой аудитории банка являются пользователи мобильных устройств в возрасте от 20 до 40 лет. При этом рост осуществляется как за счет привлечения молодой аудитории, так и за счет обслуживания регионов, в которых наблюдается недостаточное присутствие других банковских организаций.

В среднем по рынку в 2016 году рост кредитных портфелей составил 0,94 %, по данным «Интерфакс-ЦЭА», и 1,1 %, по данным ЦБ (1,4 % с учетом валютной переоценки), в то время как «Тинькофф Банк» показал рост портфеля на 19,6 % и приобрел более миллиона новых клиентов [11 с. 4].

Аудитория сервиса Touch Bank достигла 62 тысяч активных клиентов к концу 2016 года, при этом в 2016 году наблюдался 40 % рост аудитории [10, с. 29].

Проект «Рокет Открытие» также быстро набирает аудиторию, обеспечивая банку «ФК Открытие» около 40 % новых дебетовых карт, в данный момент услугами «Рокет Открытие» пользуются около 150 тысяч человек [2].

Данная бизнес-модель имеет свои достоинства и недостатки, которые проявляются в продвижении и позиционировании продуктов, перечне возможностей и угроз на рынке. Был составлен SWOT-анализ (таблица 1), позволяющий судить о положении данных продуктов на рынке, далее произведен подробный анализ данной информации.

Таблица 1. SWOT-анализ банковских продуктов по модели дистанционного банковского обслуживания

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокий интерес инвесторов</li> <li>2. Сниженные издержки (по сравнению с традиционными банковскими продуктами)</li> <li>3. Возможность предложения выгодных условий</li> <li>4. Высокий темп роста количества клиентов</li> </ol> | <p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подверженность фишинговым атакам</li> <li>2. Сложность использования</li> <li>3. Недоверие со стороны консервативной аудитории</li> <li>4. Низкая платежеспособность молодой аудитории</li> </ol>  |
| <p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможное смягчение законодательства</li> <li>2. Развитие и автоматизация технологий перекрестных продаж</li> <li>3. Развитие технологий машинного обучения для автоматизации обслуживания</li> </ol>                          | <p style="text-align: center;"><b>THREATS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ужесточение конкуренции</li> <li>2. Прекращение экстенсивного роста из-за насыщения рынка</li> <li>3. Нестабильная экономическая ситуация</li> <li>4. Ухудшение платежеспособности граждан</li> </ol> |

Благодаря своему конкурентному преимуществу — более низким издержкам, банки, работающие по модели дистанционного обслуживания, могут предложить клиентам дополнительные выгоды при меньшей стоимости обслуживания карты. Это является стратегическим маркетинговым преимуществом. Так, по версии агентства Markwebb Rank & Report «Тинькофф Банк» предоставляет самые выгодные тарифы на онлайн-обслуживание [7], при этом оставаясь наиболее эффективным банком отношению прибыли к среднему объему активов [6]. Сооснователь «Рокет Открытие» Алексей Колесников также заявил о сниженных издержках по сравнению с традиционной моделью банкинга, что позволяет предлагать более выгодные тарифы на обслуживание [5].

Ввиду того, что в целевую аудиторию таких продуктов входят молодые люди в возрасте 20–25 лет, не все клиенты обладают высокой платежеспособностью, пользуются кредитными услугами и имеют значительные накопления на вкладах. Тем не менее, в течение нескольких лет

можно ожидать переход данных клиентов в более платежеспособный сегмент аудитории.

Согласно исследованию организации FICO, проведенному в 2014 г. В США [9, с. 3], молодые люди (так называемое «поколение Y» или «миллениалы» — родившиеся в середине в 1980-х гг.) в пять раз чаще закрывают все свои счета в основном банке и в три раза чаще открывают счета в новом банке, чем более старшее поколение (люди старше 50 лет). Таким образом, банкам нужно прилагать все больше усилий, чтобы не потерять молодых клиентов. В условиях насыщения рынка банковскими продуктами борьба за их лояльность особенно важна.

Банки дистанционного обслуживания активно задействуют возможности перекрестных продаж (cross-sale), чтобы получить дополнительную выручку и осуществить диверсификацию источников дохода. Для перекрестных продаж обычно используются страховые продукты, инвестиции, ипотечные продукты. Аналитический отчет агентства Эксперт РА показал, что 51 % опрошенных компаний

в 2014 и 58 % компаний в 2015 году использовали ДБО как канал продаж дополнительных услуг, предлагая пользователям персонализированные предложения [3, с. 2]. Эффективность такого канала продвижения оказалась выше, чем у SMS-рассылок и телефонных звонков клиентам.

Дистанционная модель обслуживания также зарекомендовала себя среди предпринимателей: сейчас доступ к дистанционному обслуживанию есть у более чем 80 % субъектов малого и среднего бизнеса [4, с. 3]. Сравнительно недавно появилось большое количество брендов дистанционных банковских сервисов для предпринимателей: «Точка», «Тинькофф Бизнес», «Кнопка», «Модуль Банк». Внедрили дистанционные сервисы для предпринимателей такие крупные игроки, как «Сбербанк», «Альфа-Банк», «Промсвязьбанк» и другие.

Развитие дистанционного банкинга для предпринимателей связано, в свою очередь, с развитием средств электронной подписи, а также с высокой готовностью малого и среднего бизнеса пользоваться дистанционным обслуживанием [1].

Таким образом, банковские продукты, предоставляемые по модели дистанционного обслуживания, показали высокие темпы роста, так как дают банковским организациям возможность экстенсивного роста за счет задействования молодежи, а также недообслуженных банковскими услугами территорий (например, города с численностью населения менее 50 тысяч человек). Кроме того, определенный рост достигается за счет предложения более выгодных условий, что, в свою очередь, достигается за счет сниженных издержек дистанционной модели банкинга. В будущем можно ожидать всё большую готовность населения использовать электронные каналы банковского обслуживания, поэтому потенциал роста пользователей сохраняется. Перспективным также является обслуживание малого и среднего бизнеса с помощью дистанционных каналов.

Можно констатировать рост популярности модели дистанционного банковского обслуживания, однако банковским организациям необходимо учитывать особенности продвижения, в частности, позиционирования и работы с клиентами в данном сегменте рынка.

#### *Литература:*

1. Беликова А.Г., Кордина И.В. Банковское обслуживание бизнеса в сети интернет перспективы и последствия // Международная научно-практическая конференция «Информационные технологии Сибири». — Кемерово: 2016. — С. 49–51.
2. Житкова В. Банк-приложение. Как финансовый сервис завоевывал аудиторию // Газета РБК. — 2017. — № 056.
3. Интернет-банкинг в России: потенциал не исчерпан // Рейтинговое Агентство Эксперт РА — 2015 г. — 18 с.
4. Расчет индикаторов финансовой доступности за 2015 год // Банк России. URL: [http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/11568/acc\\_indicators\\_0716.pdf](http://www.cbr.ru/StaticHtml/File/11568/acc_indicators_0716.pdf)
5. Рокетбанк: «Клиенты любят нас за то, что мы общаемся нормально» // Информационное агентство Банкир.ру. URL: <http://bankir.ru/publikacii/20170522/rocketbank-klienty-lyubyat-nas-za-to-chto-my-obshchaem-sya-normalno-10008897/>
6. Рушайло П. Игра на выбывание // Коммерсантъ Банк. — 2017. — № 44 — С. 14.
7. Тинькофф Банк предоставляет самые выгодные тарифы на онлайн-обслуживание физических лиц по версии агентства Marksw Webb Rank & Report // Тинькофф Банк. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/15022017-tinkoff-bank-x-markswwebb-rank-report/>
8. Internet Banking Rank 2015 // Marksw Webb Rank & Report. URL: <http://markswwebb.ru/press/blog/8482.html>
9. Options and Opportunities: Forging Lasting Banking Relationships with Millennials. // FICO Report. — 2014. — 13 p.
10. OTP Bank PLC Annual Report. — 2016. — 60 p.
11. TCS Group Holding PLC Annual Report. — 2016. — 45 p.



## Marketing system as a tool for improving competitiveness of companies in conditions of the oil and gas market

Tonkikh Dmitriy Olegovich, student;

Mikuliak Olga Borisovna, candidate of pedagogical sciences, associate professor

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Tula Branch

*The article reveals the role of oil and gas marketing strategy in business. The approach to the functional strategy of developing in accordance with modern environmental requirements and market conditions. A detailed information in this work is also consist of supply and demand world statistics of oil and gas industry, forecasts and recommendations for the near future of oil and gas business.*

**Keywords:** marketing, oil and gas business, market conditions, world oil demand, world oil supply, trends

Today it's well known that the oil and gas sector is in a period of transformation. The energy business can be radically changed due to the recent events. That is why, at nearest future, decisive actions from the leaders of oil companies that will allow the business not only to survive in the short run, but also prepare the corporation for future changes.

As a result of glut, over the past few years, an excess supply of 1.5–2 million barrels per day occurred in the energy market [1].

The agreement on the freezing of oil production, adopted in February, 2016, will eventually equalize this

imbalance. In terms of demand and supply, presented in graphics 1 and 2, it is evident that in the third quarter of 2015 the supply exceeded demand by about 2 million barrels per day [1]. According to forecasts, it is believed that at least in the next year the equilibrium supply and demand will not be reached.

However, competition, declining prices and excess supply are not the only factors affecting oil and gas companies. The world community is increasingly thinking about environmental issues.

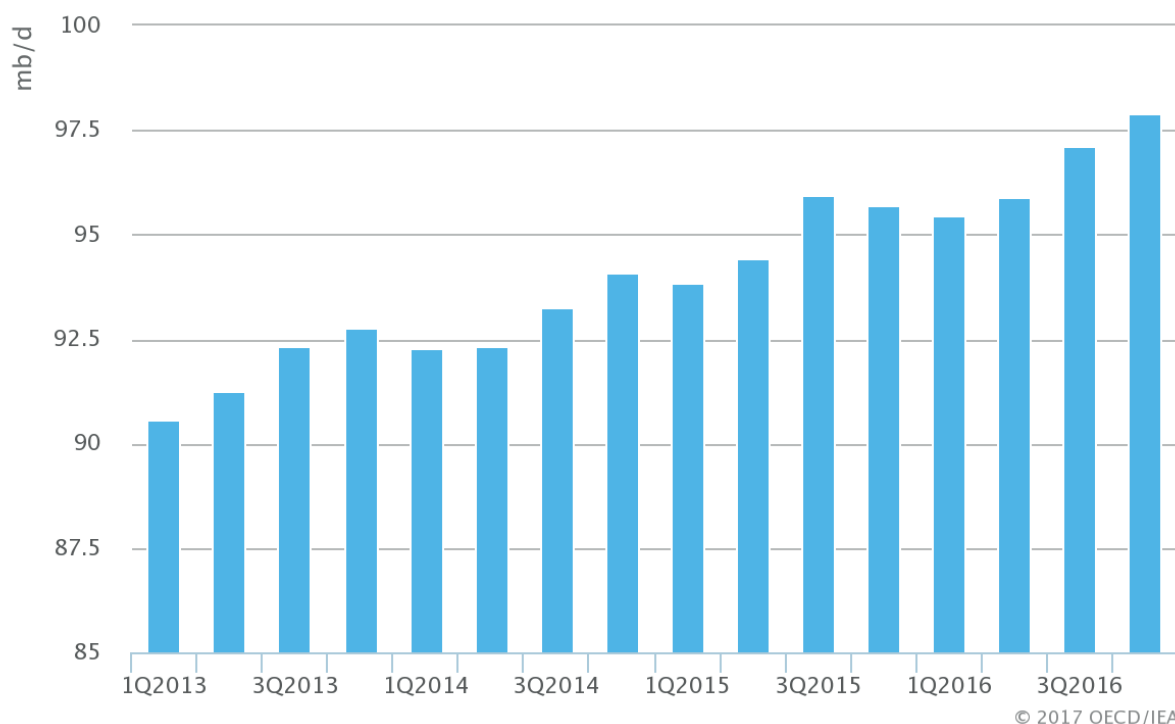


Fig. 1. World oil consumption, 2016

In 2015, at the twenty-first summit of the United Nations Framework Convention on Climate Change in Paris, an agreement was adopted to maintain an increase in the average temperature of the planet: below 2 °C for the reduction in greenhouse gas emissions.

Nevertheless, this decision does not call into question the existence of oil-producing and oil-refining companies,

but their operating procedure will be precisely subjected to changes. According to many analysts, the “oil era” is coming to an end, and, presumably, biofuel, nuclear power, and renewable energy will soon begin to occupy an increasing share of the energy business (graphic 3). Thus, in the emerging conditions for the oil and gas industry, it is necessary to revise its strategies.

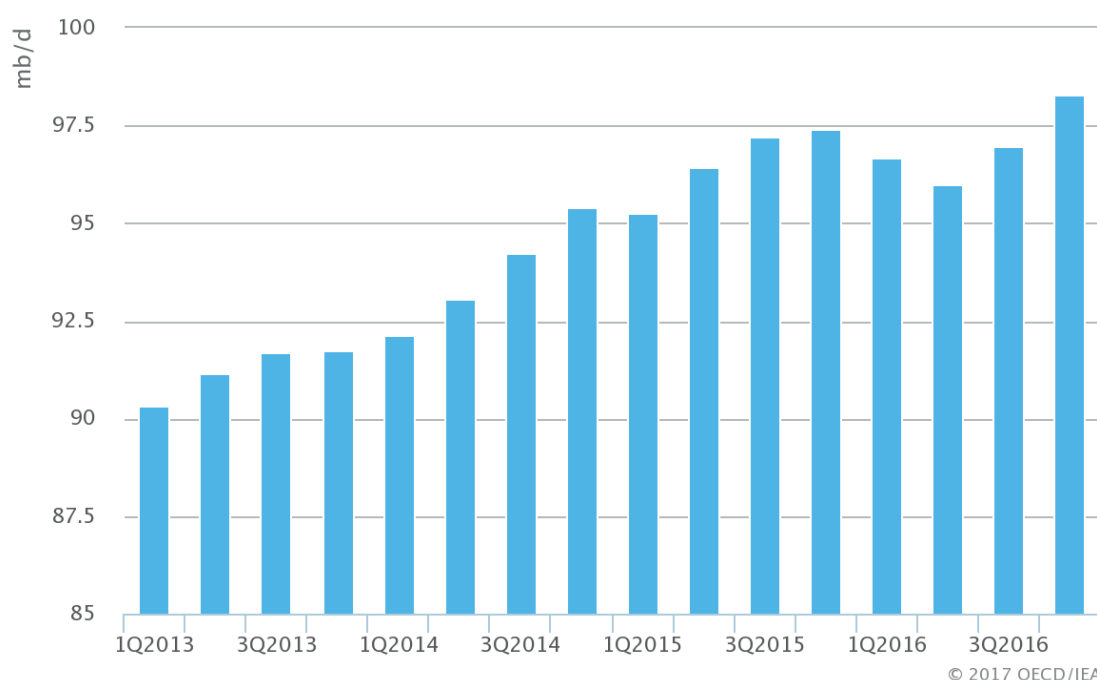


Fig. 2. World oil supply

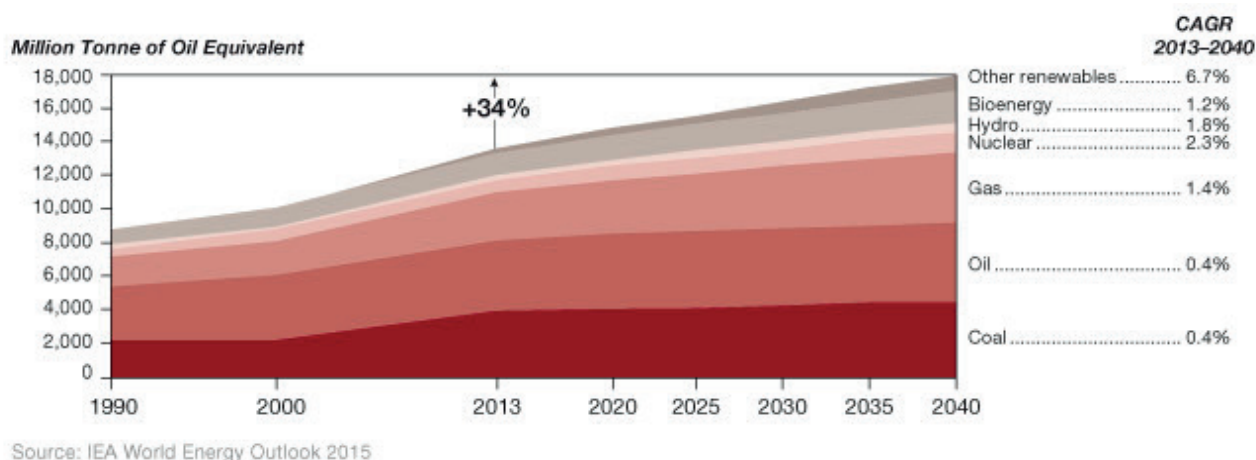


Fig. 3. World primary demand for fuel, forecast to 2040

PwC — an international consulting and auditing network for companies. After making analysis of oil and gas market trends for 2016, offered the leaders of oil and gas companies the following steps of the marketing strategy in order to successfully enter new market conditions [2]:

- 1) better focus on the targeted approach: to reach a promising growing segment of the market in which the company can surpass competitors and at the same time quickly adapt to changing conditions; it is desirable that in this segment the company already had any base of scientific developments;
- 2) do not strive to cut costs everywhere. Instead, invest in developing new projects that will bring profits or other benefits to the company. Especially if these projects are enough ecological, allowing to reduce CO<sub>2</sub> emissions;

3) to prioritize innovative technologies that will meet the environmental requirements while minimizing costs.

In general, these steps, probably, are effective strategic measures for any company operating under the new economic realities. The oil and gas sector should take into account its developmental features and specific specifics.

Today companies management is need not only to monitor the technical, economic and financial indicators of the company's internal environment, but also to receive and study relevant information about the state of the market and other elements of the external environment. It is marketing research that is the tool for prompt and effective response to world trends. For the oil and gas sector, the marketing strategy should include: analysis of the market volume of the market and segmentation, analysis of the market share of

the organization, assessment of the level of monopolization and competition, and analysis of the position of goods on the sales market [3]. When the last type of analysis is performed, the specific nature of the oil and gas market must be taken into account — compliance with quality standards. In the oil and gas industry, the quality of the product (oil, gas or refined product) depends primarily on the natural indicators of the field, then on the quality of the processing plant.

The parameters of the requirements for the goods are very strictly regulated. At the same time, technical, regulatory and economic parameters play a primary role, while aesthetic and ergonomic parameters are not taken into account at all [4].

Adherence to the world standards, that is, the transition to an ecological type of fuel and resource-saving technologies of research, drilling, production and processing, will allow oil and gas companies to stay on the market. But if the conditions, for example, the location of the fields, initially require large costs from companies, it is possible that the company should follow PwC's advice and find a new direction.

In June, 2015, at the annual exhibition "Gas and Oil" in Calgary, Canada, a survey was conducted of 30 oilfield service companies on what marketing strategies they use to sign contracts [4]. According to the results of the survey, it turned out that only half of the companies are developing a marketing plan (although all companies determine the budget for marketing activities), and practically none of the companies assess the results of the marketing department, considering that it is unnecessary.

Oil companies should pay more attention to marketing strategies — in conditions of severe competition and the primary establishment of partnerships through direct sales, only effective marketing will allow the service business to succeed on the market.

An affordable way to develop marketing strategies for oilfield services companies can be as integrated marketing, which

includes, in addition to usual market analysis, advertising, PR, sales promotion and the formation of a recognizable brand [3].

The formation of a marketing strategy has its own characteristics [5]:

1) it is necessary to have a significant managerial experience, rely on both intuition and common sense;

2) management need to take into account the risk factor and uncertainty;

3) also for companies require specialists with high level of knowledge and qualifications;

4) after making a new marketing strategy, a large amount of strategically important information will appear;

5) the process involves the analysis of a variety of information, from which it is necessary to choose only the relevant information, and to make decisions based on it;

6) it is necessary to develop an individual approach, and then the company can succeed among competitors due to its strengths.

The need for marketing strategies for oil and gas business is due to the fact that in the absence of marketing plans, the company can spend much more on projects that will not yield any results.

Only high-professional work of the marketing department will allow the company to determine the most effective ways to find customers, to form a recognizable brand and will help to achieve strategic goals.

Evaluation of the result of the work of the department will give managers an objective picture and show the strengths and weaknesses of the organization.

Consequently, marketing implies not only analysis and timely adapting to changing conditions, but also increasing sales through advertising, PR, building strong relationships with customers, and is the key to successfully overcome the crisis, and enter new optimal conditions for oil and gas companies.

#### References:

1. International Energy Agency: Oil market report // URL: <https://www.iea.org/oilmarketreport/omrpublic/> (date of the application: 25.04.2017).
2. 2016 Oil and Gas Trends // strategyand. pwc. URL: <http://www.strategyand.pwc.com/perspectives/2016-oil-andgas-trends> (date of the application: 25.04.2017).
3. Ahmad Assaf Alfady. Kuwait National Petroleum Company (KNPC). Marketing Strategy in Oil Sector // International Journal of Marketing Studies. — 2011. — № Vol. 3, No. 1. — c. 45–49.
4. Toni Guffei. Marketing Strategies in the Oil & Gas Services Sector // LinkedIn. URL: <https://www.iea.org/oilmarketreport/omrpublic/> (date of the application: 25.04.2017)
5. Shchepakina M. B., Solkina A. A. K razrabotke indikatorov sostoyaniya regional'nogo rynka nefteproduktov i integral'nogo pokazatelya effektivnosti yego regulirovaniya // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2015. № 2 (55). S. 345–352.



# ЭКОНОМИКА ТРУДА

## Стимулирование персонала как метод повышения трудового потенциала организации

Зулкарнеева Виолетта Викторовна, магистрант  
Уральский государственный университет путей сообщения (г. Екатеринбург)

Для любой компании очень важно работать не только с клиентами, но и с собственным персоналом, ведь именно от него напрямую зависит успешность выполнения поставленных задач. Грамотно выстроенная система мотивации позволяет повысить уровень лояльности и мотивированности персонала, а значит, и эффективность его деятельности. Как показывает практика, недостаточно просто делегировать полномочия и добиваться исполнения поставленных задач путем строгого контроля. Гораздо важнее вдохновить работников, сплотить их, а также учесть индивидуальные особенности каждого работника — его намерения и цели в данной организации, его желания относительно содержания труда и выполнения той или иной работы.

Сплоченный коллектив высокопрофессиональных специалистов необходимо постоянно направлять на благо достижения общей цели и личной самореализации, достижения статуса в организации. Даже в тех случаях, когда сформирована сильная по различным критериям команда и созданы наиболее подходящие условия для работы, в какой-то момент сотрудники могут потерять интерес к выполнению некоторых обязанностей или вовсе покидают компанию. Множество факторов могут стать причиной такого исхода, однако сущность всех этих факторов сводится к недостаточно проработанной системе мотивации. Именно мотивация является тем инструментом, которые может повысить интерес работников к выполнению своих профессиональных обязанностей, при этом мотивация не обязательно должна носить материальный характер, порой уместно пересмотреть нематериальную сторону системы мотивации для удержания работников и сохранения команды [3].

Рассмотрим особенности материальной и нематериальной мотивации. Прежде всего, стоит отметить, что материальная основа мотивирования включает в себя заработную плату, доплаты, бонусы, премии и иные денежные выплаты, а нематериальная основа мотивирования сводится к социально-психологическим изменениям и организационным переменам, которые способны повысить интерес работника к выполнению своих должностных обязанностей.

Как видно, использование материальной мотивации обладает преимуществом перед применением нематериальной, так как деньги являются всеобщим эквивалентом.

Порой даже работники предпочитают заменить предлагаемые им нематериальные мотивирующие факторы на материальные. Инструменты нематериального мотивирования строго могут быть использованы по назначению, в то время как его денежный эквивалент на любую другую цель, ограниченную лишь суммой выплаты.

Материальная мотивация может быть прямой и косвенной. Прямая материальная мотивация, прежде всего, состоит из базового оклада, который представляет собой постоянную часть заработной платы работников, и премиальных, которые являются переменной частью заработной платы [3].

Достаточно распространены на современном этапе такие способы материальной мотивации, как: ежемесячные премии, надбавки за перевыполнение работы, премии на праздники и дни рождения, премии за выслугу лет. При этом, устанавливая размер премии за выслугу лет, стоит в наибольшей степени увеличивать ее именно в начале трудовой карьеры, когда работник эффективно выполняет свои обязательства, работает на благо компании и стремится в наибольшей степени самореализоваться.

В организациях, занятых в сфере торговли или предоставления услуг, материальной мотивацией является установление премии в виде процентов от выручки, показывая, что заработок работника не имеет четко обозначенного верхнего предела и напрямую зависит от профессионального развития сотрудника и его умения стимулировать сбыт товаров и реализацию услуг.

Как показывает практика, фиксированная сумма премии или бонуса не стимулирует работать лучше, больше, эффективнее, так как денежное вознаграждение все равно останется неизменным [2].

Эффективная система оплаты труда крайне важна в управлении персоналом — в привлечении, мотивации, удержании в организации работников нужной компетенции, способствует повышению производительности труда, более результативному использованию человеческих ресурсов, сокращению расходов на поиск, подбор персонала, его обучение, социальную и трудовую адаптацию.

Если система оплаты труда неэффективна, это будет вызывать у сотрудника неудовлетворенность величиной компенсации за вложенный труд и может повлиять на снижение

производительности труда, качества выполнения своей работы, ухудшение трудовой дисциплины.

Эффективная система оплаты труда обязательно должна быть строго регламентирована внутренними документами компании — положением о премировании, штатным расписанием.

Косвенная материальная мотивация представляет собой компенсационный пакет, или соцпакет, который организация предоставляет работнику. Содержание

компенсационного пакета (бенефитов) зависит от уровня занимаемой должности, авторитета в организации [2].

Косвенная материальная мотивация — есть набор дополнительных компенсаций неденежного характера. В таблице 1 приведены два блока компенсаций работникам — обязательные бенефиты, которые установлены законодательством страны, и добровольные бенефиты, которые имеют добровольную основу и регламентируются внутри компании.

Таблица 1. Виды косвенного материального стимулирования персонала

| Обязательные бенефиты (регламентируются трудовым законодательством) | Добровольные бенефиты (используются работодателем на добровольной основе, государством не регламентируются)   |
|---|---|
| 1. Оплата больничных листов   | 1. Добровольное медицинское страхование (работнику открывается полис, согласно которому он может получать даже дорогостоящее медицинское обслуживание бесплатно)  |
| 2. Оплата ежегодных отпусков  | 2. Медицинское обслуживание работников, вышедших на пенсию (предоставление им полиса добровольного медицинского страхования, предоставление услуг ухода социальных работников)  |
| 3. Обязательное медицинское страхование                             | 3. Пенсионные накопительные механизмы (компания осуществляет выплату корпоративной пенсии сотруднику, который проработал в организации много лет)   |
| 4. Отчисления на обязательное пенсионное страхование                | 4. Страхование жизни работников и/или членов их семей (компания осуществляет страхование жизни работников и членов их семей, бесплатно для работника, а сотрудник получает страховое возмещение в случае получения увечий, серьезных заболеваний) |
|   | 5. Оплата дополнительных дней отпуска сотрудникам компании  |
|   | 6. Оплата обучения, дополнительного образования сотрудников   |
|   | 7. Возмещение затрат на сотовую связь   |

Всегда необходимо учитывать тот факт, что, какой бы сложной ни была система материального стимулирования работников, она не принесет желаемого результата от их отдачи, если не будет разработана и нематериальная мотивация, как моральная компенсация и уравнивающий фактор [5].

Нематериальная мотивация представляет собой комплекс внешних стимулов неденежного характера, которые способствуют повышению производительности труда. Для того, чтобы вдохновить сотрудника к качественному

выполнению своей работы, работодатель должен знать основы психологии общения, иметь опыт управления, а также обладать такими качествами, как чуткость, мудрость, интуиция, эмоциональный интеллект, вежливость.

Существует множество методов нематериального стимулирования, которые способны заинтересовать сотрудников выполнять свою работу эффективно и качественно [5]. В таблице 2 приведены основные методы нематериального стимулирования.

Таблица 2. Основные методы нематериального стимулирования

| Традиционные методы нематериального стимулирования   | Нетрадиционные методы нематериального стимулирования   |
|--|--|
| Создание условий для профессионального и карьерного роста сотрудников (движение по карьерной лестнице «вверх», с повышением занимаемого статуса и ростом оплаты труда) | Дополнительные дни отдыха, к примеру, за эффективно выполненную работу, за выполнение работ сверх нормы, за окончание длительного проекта.                                     |
| Гибкий график рабочего времени   | Различные подарки сотрудникам, к примеру, на дни рождения  |
| Право в числе первых выбирать себе время отпуска, регулярная «горизонтальная» ротация кадров   | Предоставление альтернативных графиков труда. Таким образом руководство дает понять, как ему важно заботиться о сотрудниках а не просто управлять ими и жестко контролировать. |

Конечно же, в таблице 2 приведены далеко не все разновидности методов нематериального стимулирования.

В каждой компании система нематериального стимулирования имеет свои отличительные особенности и является

дополнением к основной системе оплаты труда и компенсационного пакета.

При внедрении нематериального стимулирования в компании важно определить, каким образом каждый работник позиционирует себя с организацией. Это позволит наиболее четко подобрать методы воздействия на эффективность работы того или иного работника [5].

Следует отметить, что какой бы эффективной и универсальной ни была бы система денежных поощрений, наличие только материальной мотивации не сделает организацию эффективной. Каждый работник в команде имеет свои жизненные ориентиры и позиции, и если просто выплачивать дополнительные бонусы и премии, от этого вряд ли получится сплоченный коллектив, объединенный одной общей целью. Конечно, материальные поощрения следует увязывать с результативностью каждого отдельного работника, даже если два работника занимают одинаковую должность или находятся на одном уровне карьерной лестницы. Однако придерживаться только такого принципа не следует, так как это может вызывать негативную реакцию у работников и нарушать здоровый климат в коллективе. Поэтому так важно дополнительно применять и методы нематериального стимулирования. Характеризуя современную систему мотивации, используемую на практике, можно отметить то, что они все-таки действенны, но основным недостатком является усредненный подход к работникам без учета индивидуальных потребностей. Большинство работодателей не понимают важность нематериальной мотивации, а возможно, и не способны так организовать бизнес, чтобы денежных доходов хватало на создание системы нематериального поощрения сотрудников. Но рано или поздно, все равно работодатели приходят к пониманию

важности разработки такой системы мотивации, которая учитывала бы индивидуальные особенности сотрудника и имела бы не только материальный характер, но и другие поощрения нематериального типа.

Между материальными и нематериальными стимулами имеется взаимосвязь. Заработная плата напрямую влияет на самооценку сотрудника, обеспечивая уважение окружающих, формируя самоуважение, статус в обществе, т. е. материальный стимул дает не просто денежное вознаграждение, способное удовлетворить основные потребности человека, но и дает положительный социальный, моральный и психологический эффект.

Таким образом, в основе эффективной трудовой деятельности в организации лежит рационально построенная система мотивации и стимулирования труда. Мотивация и стимулирование труда — понятия не равнозначные. Если мотивация объясняет внутренние побуждения к действию (личные потребности, интересы, ожидания работника от выполнения своих должностных обязанностей в определенной организации), то стимулирование направлено на создание таких условий в организации, при которых работник пожелает отдавать свой опыт, знания, умения и навыки именно этой организации. Мотивация и стимулирование дополняют друг друга, именно поэтому так важно, чтобы в организации учитывались оба эти инструмента побуждения к действию. В зависимости от тех или иных предпочтений и ожиданий работников в определенной организации выделяют несколько типов сотрудников: сотрудник, ориентированный на заработок, профессиональный сотрудник, властный сотрудник, идейный сотрудник, хозяйский тип работников, творческий тип и коллективистский.

#### *Литература:*

1. Виханский О. С., Наумов А. И., Менеджмент. 3-е изд. — М.: Экономистъ, 2008. — 644 с.
2. Генкин Б. М., Коновалова Г. А. Основы управления персоналом. — М.: Высшая школа, 2013. — 228 с.
3. Грядовой Д. И., Кикоть В. Я. Социальное управление. Теория, методология, практика. — М.: Юнити-Дана, 2012. — 312 с.
4. Дейнека А. В., Беспалько В. А. Управление человеческими ресурсами: учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2013. — 389 с.
5. Журавлев П. В., Кулапов М. Н., Сухарев С. А. Мировой опыт в управлении персоналом. Обзор зарубежных источников: Монография. — М.: Деловая книга, 2011. — 158 с.



## Основы системы антикризисного управления персоналом предприятия

Казарьян Мария Михайловна, магистрант;

Вазим Андрей Александрович, кандидат экономических наук, доцент  
Национальный исследовательский Томский политехнический университет

*В статье определяется актуальность изучения основ системы антикризисного управления персоналом предприятия, рассматриваются различные подходы к определению данной системы. В работе анализируются основы системы антикризисного управления персоналом предприятия, выделяются ее основные направления, а также анализируются возможные барьеры, которые влияют на успешность функционирования системы антикризисного управления. Также в статье предлагаются различные методические подходы к преодолению этих барьеров.*

**Ключевые слова:** система антикризисного управления, управление персоналом, стимулирование, эффективность, кризис

Управление персоналом — это процесс обеспечения кадрами предприятия (организации, фирмы), организация их эффективного и рационального использования, а также их профессионального и социального развития. [1. С. 67]

Успех работы предприятия обеспечивают работники, занятые на нем. Поэтому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства — персоналом предприятия.

Современная мировая практика изобилует различными подходами к регулированию кадровым процессами, но многие руководители отечественных производственных организаций различных форм собственности недооценивают значение методов управления персоналом, особенно в условиях кризиса. Известно, что деятельность предприятия в условиях кризиса существенно отличается от его стабильного функционирования. Персоналу кризисного предприятия приходится решать нестандартные задачи, что требует от работников мобилизации собственного потенциала, повышенного психологического напряжения. Кризисные ситуации изменяют поведение персонала и оказывают негативное воздействие на эффективность его деятельности. Следовательно, антикризисное управление должно в значительной мере отличаться от традиционного управления и носить системный характер.

Рассмотрим систему антикризисного управления персоналом предприятия, состоящую из четырех основных частей — объекта управления, субъекта управления, концепции антикризисного управления персоналом и функциональной подсистемы (рис. 1).

Объект управления — персонал предприятия — составная часть трудового коллектива, штатный состав, который выполняет различные производственные, хозяйственные, управленческие функции. Субъект управления — это трехуровневая подсистема, включающая адаптивных антикризисных руководителей с юридическим правом принятия решений, специалистов функциональных подразделений и коллектив технических исполнителей. Концепция антикризисного управления персоналом предприятия базируется на выборе принципов антикризисного управления

персоналом и включает в себя как один из основных системных элементов антикризисную кадровую политику, которая должна ориентировать на решение следующих задач: формирование команды адаптивных менеджеров, сохранение ядра кадрового потенциала предприятия, снижение социально-психологической напряженности в коллективе. Реализация концепции антикризисного управления персоналом возлагается на функциональную подсистему, элементы которой представлены в рисунке 2.

Эффективное функционирование системы управления персоналом в условиях кризиса зависит от успешности преодоления информационного и психологического барьеров и барьера власти, возникновение которых обусловлено отсутствием на большинстве российских предприятий практического опыта антикризисного управления. Для обеспечения результативных антикризисных действий необходимо иметь ясное представление о вероятном состоянии среды, в которой окажется предприятие в будущем. Однако, сложившиеся на предприятиях информационные системы и технологии работы с информацией слабо приспособлены к отслеживанию и прогнозированию кризисных тенденций, ибо изначально были ориентированы на стабильные внешние условия, что и создает так называемый информационный барьер. Методы изучения и анализа внешней среды можно рассматривать как своеобразный фильтр, через который должна пройти внешняя информация, прежде чем поступить на предприятие. Ошибка в выборе метода изучения внешней среды предприятия может стать причиной стратегической близорукости и привести к отсроченным реакциям на внешние изменения в условиях деятельности предприятия. [3. С. 28]

Психологический барьер возникает вследствие того, что большинство управленцев работают эффективно, когда прогнозная информация согласуется с их прошлым опытом. Прогноз, противоречащий их опыту, они обычно считают необоснованным и игнорируют его в своих действиях, что является ошибкой. Процессы антикризисного управления связаны с высоким уровнем неопределенности и незначительности контроля за ситуацией. В этом случае интуиция ценится выше формальной логики и опыта, а эффективными являются нестандартные действия.



Рис. 1. Система антикризисного управления персоналом



Рис. 2. Элементы функциональной подсистемы системы антикризисного управления предприятием

Своевременная реализация антикризисных мероприятий вносит существенные коррективы в значимость деятельности различных подразделений. Соответственно возникают угрозы статусу отдельных служб и руководителей. При этом руководители и службы, положение которых может пострадать в результате воздействия кризисных факторов, стремятся преуменьшить влияние этих факторов на деятельность организации. Обычно такие работники являются представителями того типа мышления, который приносил успех в прошлом. Поэтому нередко случаи, когда они создают препятствия на пути антикризисного мышления, будучи в полной уверенности, что действуют на благо предприятия. Барьер власти порождается непониманием объективности кризисных тенденций, неготовностью руководителей к пересмотру самой стратегии управления.

Наличие указанных барьеров при работе с персоналом в условиях кризиса могут привести к негативным последствиям, например, породить неверие в устойчивость предприятия, что вызовет текучесть и потерю кадрового потенциала, создать проблему сопротивления персонала изменениям и реорганизации, необходимым для разрешения кризисной ситуации, ухудшить социально-психологический климат в коллективе. [2]

Работа по преодолению указанных барьеров и негативных последствий должна проводиться в рамках всей системы антикризисного управления персоналом предприятия. Остановимся на одной из важнейших составляющих этой работы, имеющей превентивный характер и опирающейся в большой степени на психологический фактор, а именно на формировании готовности персонала к действиям в условиях кризиса. Проводимая заблаговременно в рамках функциональной подсистемы, эта работа смягчает воздействие будущего кризиса и заранее готовит фундамент послекризисного роста.

Решение проблемы формирования готовности персонала к действию в условиях кризисной ситуации базируется на концепции создания психологического комфорта, то есть достижения такого состояния персонала, при котором возникает соответствие средств и условий труда функциональным возможностям работника. Готовность к действию — это активно-действенное состояние личности, отражающее состояние задачи и условий ее выполнения. Структура готовности включает мотивационный (ответственность, чувство долга), ориентационный, операционный, волевой (самоконтроль) и оценочный элементы. К факторам готовности персонала к действиям в условиях кризисной ситуации относятся: содержание задачи, обстановка, мотивация трудовой деятельности, самооценка подготовленности, личный опыт и умение мобилизоваться. Формула готовности: «Должен — хочу — могу». [4]

В формировании готовности персонала важнейшими являются две взаимосвязанные стороны: формирование профессиональных навыков, знаний и опыта деятельности (готовность персонала к действиям в кризисных ситуациях имеет порой большее значение, чем профессиональный опыт вообще) и формирование психологической готовности. Уровень психологической подготовки персонала к деятельности в кризисных условиях — один из важнейших факторов, влияющих на надежность социально-трудовой сферы предприятия в целом. Растерянность и проявление страха, особенно в самом начале развития кризисной ситуации, могут привести к непоправимым последствиям. В первую очередь это должны иметь в виду руководители, которые обязаны демонстрировать личное самообладание, выдержку и дисциплину. Неверие руководителя в свои силы и возможности персонала может парализовать волю последнего к сопротивлению дестабилизирующим факторам.

Работу по формированию готовности персонала в условиях кризисной ситуации целесообразно начать с комплексного психодиагностического обследования персонала, включающего изучение личностно-поведенческих стереотипов работников, диагностику психологического климата в коллективе, психоаналитическое исследование корпоративных страхов и опасений.

Результаты комплексного психодиагностического обследования персонала являются информационной базой системы антикризисного управления персоналом предприятия в целом и используются для планирования последующих этапов работы по формированию готовности персонала к деятельности в условиях кризиса, в числе которых обучение и подготовка персонала, апробация полученных результатов. В ходе обучения рекомендуется проводить психологические тренинги на готовность к неожиданным ситуациям, коммуникационные тренинги на готовность к взаимодействию в напряженных условиях. Психологическое моделирование кризисных ситуаций с определением степени риска и установкой приоритетов служит подготовке персонала к возможным действиям, деловые игры позволяют апробировать профессиональную и психологическую готовность персонала. [5]

Таким образом, важным фактором вывода предприятия из кризиса является системный подход к управлению персоналом, который обнаруживает себя в распределении функций и полномочий, в выборе принципов антикризисного управления, в разработке новой кадровой политики, в разработке и реализации управленческих решений. Наличие системы антикризисного управления персоналом говорить о солидном стиле управления предприятием, которое находится в состоянии кризиса, когда необходимо принимать и выполнять рискованные управленческие решения.

#### *Литература:*

1. Егоршин А. П. Управление персоналом. — Н. Новгород, НИМБ, 2011. — С. 67.

2. Клименко К. А. Оценка результативности управления персоналом // Молодой ученый. — 2016. — № 10. — С. 736–739.
3. Литвак Б. Г. Управленческие решения. — М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ», Изд-во ЭКМОС, 2009. — С. 28.
4. Политика управления человеческими ресурсами ОАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций // [http://www.gazprom.ru/i/posts/70/788857/hr\\_politics.pdf](http://www.gazprom.ru/i/posts/70/788857/hr_politics.pdf)
5. Фальцман В. К., Давыдова Л. А. Основы управления предприятия. — М.: ТЕИС, 2016 — С. 12.

## Статистический анализ уровня безработицы в РФ

Матвеева Евгения Вадимовна, студент

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*В статье приведено исследования уровня зарегистрированной безработицы в Российской Федерации, дана оценка ее динамики и построена регрессионная модель высокого качества.*

**Ключевые слова:** зарегистрированная безработица, коэффициенты корреляции, корреляционно-регрессионный анализ, параметры уравнения связи

Формирование рыночных отношений в социально-трудовой сфере происходит на фоне структурных преобразований, затрагивающих все сегменты и сектора экономики. Серьезные изменения происходят в отраслевом распределении рабочей силы, мотивационной роли заработной платы в денежных доходах населения и выборе сферы деятельности, количественно-качественной дифференциации рабочих мест по условиям занятости, трудовой мобильности, профессионально-квалификационному уровню, взаимодействии органов государственного регулирования рынка с предприятиями-работодателями и теневым сектором занятости. Эти проблемы приходится решать наряду с последствиями мирового экономического кризиса [1].

Главную роль в создании необходимого рынка труда, несомненно, должно играть государство. И, в первую очередь, необходимо создать благоприятный климат и условия для инвестиций в новые технологии, что позволяет создать высокооплачиваемые места. Кроме того, необходимо больше внедрять программы переобучения работников, в том числе и за рубежом, оказывать поддержку малому и среднему бизнесу, создавать программы переселения

семей на новое, перспективное с точки зрения занятости, место жительства.

Регистрируемая безработица охватывает лишь часть лиц, нуждающихся в трудоустройстве, а именно тех, кто в поисках работы обращается за помощью к государству. Их круг может меняться в зависимости от самых различных «привходящих» факторов, таких как психологическая готовность или неготовность к контактам с официальными инстанциями, установленный порядок регистрации, уровень материальной поддержки безработных, спектр оказываемых услуг и т. п. Иными словами, величина, структура и продолжительность регистрируемой безработицы во многом отражают институциональный потенциал государственных служб занятости [2].

Проблема регистрируемой безработицы в той или иной степени затрагивала и продолжает затрагивать практически все развитые страны, а вопросы возможного регулирования регистрируемой безработицы остаются важнейшими вопросами макроэкономической политики государства.

Проведем трендовый анализ временного ряда уровня зарегистрированной безработицы в России за 2005–2015 гг., изобразив графически динамический ряд (рис. 1).



Рис. 1. Динамика уровня зарегистрированной безработицы в России



Визуальный анализ рисунка 1 показал, что уровень зарегистрированной безработицы в России до 2008 года имеет тенденцию к снижению, в 2010 году наблюдается тенденция к росту, с 2011 года по 2014 год наблюдается тенденция к снижению, а в 2015 году снова наблюдается тенденция к росту.

Для того, чтобы выяснить, какие факторы влияют на уровень зарегистрированной безработицы проведем корреляционный анализ и оценим тесноту связи между признаками. Это позволит выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на результативный признак [3].

В качестве результативного признака (Y) примем уровень зарегистрированной безработицы в Российской Федерации за 2005–2015 г, % [6].

Факторными признаками являются:

$X_1$  — движение работников организаций (выбытие сотрудников), в % от среднесписочной численности;

$X_2$  — численность экономически активного населения по Российской Федерации, в среднем за год, тысяч человек;

$X_3$  — удельный вес убыточных организаций в общем числе организаций по всем формам собственности, %;

$X_4$  — ВВП на душу населения, темп роста, %;

$X_5$  — число прибывших из-за пределов России (общие итоги миграции), млн чел.

В результате реализации процедуры корреляционного анализа получена матрица парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Таблица 1. Матрица парных коэффициентов корреляции

|       | Y       | $X_1$   | $X_2$   | $X_3$   | $X_4$   | $X_5$ |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| Y     | 1       |         |         |         |         |       |
| $X_1$ | 0,52829 | 1       |         |         |         |       |
| $X_2$ | –0,5268 | –0,4109 | 1       |         |         |       |
| $X_3$ | 0,76948 | 0,54347 | –0,8482 | 1       |         |       |
| $X_4$ | 0,31565 | 0,36111 | –0,5913 | 0,34635 | 1       |       |
| $X_5$ | –0,9337 | –0,5693 | 0,51984 | –0,6803 | –0,5704 | 1     |

Проверку полученных значений парных коэффициентов корреляции проведем с помощью таблицы Фишера-Йейтса. При уровне значимости  $\alpha = 0,05$  и числе степеней свободы  $\nu = 9$  ( $11 - 2 = 9$ ) критическое значение коэффициента корреляции  $r_{кр} = 0,602$ . Значения полученных коэффициентов  $r_{yx3}$  и  $r_{yx5}$  больше критического  $r_{кр}$ , следовательно, они являются статистически значимыми. Гипотеза о равенстве нулю коэффициента корреляции  $r_{yx1}$   $r_{yx2}$   $r_{yx4}$  принимается, поскольку их значение меньше найденного критического  $r_{кр}$ .

Для построения уравнения регрессии, мы не можем взять  $r_{yx3}$  и  $r_{yx5}$  одновременно, так как между собой они мультиколлинеарны, то есть высокая взаимная коррелированность объясняющих переменных.

Поэтому, для построения уравнения регрессии необходимо выбирать тот фактор, у которого  $R^2$  будет максимальным. В нашем случае — это фактор  $X_5$ , значение коэффициента связи:  $r_{yx5} = -0,933$ .

Указанное значение коэффициента отрицательное, это говорит об обратной связи, то есть с увеличением фактора  $X_5$  уровень зарегистрированной безработицы уменьшается.

Фактор  $X_5$  можно включить в уравнение связи, параметры которого могут быть получены с помощью применения пакета анализа MS Excel (Данные — Анализ данных — Регрессия). Результаты регрессионного анализа представим в таблице 2.

Коэффициент множественной корреляции  $R = 0,933$ , что говорит о прямой тесной взаимосвязи признака в уравнении. Коэффициент детерминации  $R^2 = 0,87$ . Он показывает, что 87 % вариации уровня зарегистрированной безработицы в России за 2005–2015 года обусловлено вариацией включенного в модель фактора, т.е. число прибывших из-за пределов России, а на остальные неучтенные факторы приходится 13 %.

Таблица 2. Регрессионная статистика

| Регрессионная статистика |            |
|--------------------------|------------|
| Множественный R          | 0,93367529 |
| R-квадрат                | 0,87174955 |
| Нормированный R-квадрат  | 0,8574995  |
| Стандартная ошибка       | 0,2038586  |
| Наблюдения               | 11         |

|           | df | SS      | MS      | F         | Значимость F |
|-----------|----|---------|---------|-----------|--------------|
| Регрессия | 1  | 2,54232 | 2,54232 | 61,170891 | 0,000027     |
| Остаток   | 9  | 0,37405 | 0,04156 |           |              |
| Итого     | 10 | 2,91636 |         |           |              |

|                  | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика | P-Значение |
|------------------|--------------|--------------------|--------------|------------|
| Y-пересечение    | 3,20958478   | 0,18055075         | 17,77663504  | 0,00000003 |
| Переменная $X_5$ | -0,425789533 | 0,054440559        | -7,821182175 | 0,00002650 |

Значение F-критерия Фишера равно 61,17. F-критерий табличный равен 5,32. Следовательно,  $F_{\text{факт.}} > F_{\text{табл.}}$ , нулевая гипотеза отклоняется и уравнение регрессии статистически значимо. Также, значимость F-критерия показывает вероятность того, что множественный R будет равен нулю [4]. Она крайне мала (значимость F меньше 0,05), следовательно, уравнение регрессии статистически значимо с вероятностью 95 %.

Уравнение регрессии примет вид:

$$\hat{Y}_x = 3,209 - 0,42x_5. \quad (1)$$

Анализ параметров уравнения регрессии дал следующие результаты, что при увеличении числа прибывших из-за пределов России на территорию РФ на 1 миллион, уровень зарегистрированной безработицы в России за 2005–2015 г. снизится в среднем на 0,4 %. Средняя ошибка аппроксимации для уравнения составила 6,23 %, что не превышает допустимый предел, следовательно, качество модели хорошее.

Поскольку построенная модель на основе её проверки по F-критерию Фишера в целом адекватна, коэффициент регрессии значим, и ошибка аппроксимации не превышает допустимый предел, то она может быть использована для принятия решений и осуществления прогнозов.

Подставляя в уравнение регрессии (1) минимальное, среднее и максимальные значения факторов  $X_5$ , получим три прогнозных варианта, то есть пессимистический, реалистический и оптимистический прогноз:

$$\hat{Y}_x = 3,209 - 0,42x_5.$$

при  $X_3 = 1,987$ :  $\hat{Y}_x = 3,209 - 0,42 \cdot 1,987 = 2,363\%$ .

при  $X_3 = 3,118$ :  $\hat{Y}_x = 3,209 - 0,42 \cdot 3,118 = 1,881\%$ .

при  $X_3 = 4,734$ :  $\hat{Y}_x = 3,209 - 0,42 \cdot 4,734 = 1,193\%$ .

При условии, что параметры модели (1) статистически значимы, уровень зарегистрированной безработицы по России может составить: при минимальном значении факторов — 2,36 %; — при среднем значении факторов — 1,88 %; при максимальном значении факторов — 1,19 %.

Экономическое развитие России во многом зависит от трудовой миграции в страну и по ее территории.

Проведенный анализ показывает, что уровень зарегистрированной безработицы зависит от общей численности прибывших на территорию Российской Федерации мигрантов, при чем зависимость обратная.

В России дефицит трудовых ресурсов является основным фактором, ограничивающим качественное экономическое развитие. А приток квалифицированных кадров из-за рубежа позволяет «двигать» экономику и научно-технический прогресс без затрат на образование специалистов.

Для того чтобы трудовая миграция стала фактором ускорения, а не ограничения экономического роста России, миграционная политика должна быть направлена в первую очередь на отбор привлекаемых иностранных работников по профессиям, специальностям и квалификации, необходимым для устойчивого развития принимающего региона, и создание условий для их легального использования работодателями.

#### Литература:

1. Социально-экономическая статистика: учебник / под ред. М. Р. Ефимовой. — М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. — 590 с.
2. Есиева И. В. Безработица как одна из глобальных проблем современного мира // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 124–126.
3. Снатенков А. А. Оценка финансовых показателей организаций строительного комплекса (по материалам Оренбургской области): монография / А. А. Снатенков, И. В. Воюцкая, Б. А. Батанов. — Оренбург, 2015.
4. Тимофеева Т. В., Снатенков А. А. Практикум по социальной статистике. Оренбург.: Издательский центр ОГАУ, 2002. — 104 с.

## Анализ и краткосрочный прогноз занятости населения Самарской области

Симонова Марина Викторовна, доктор экономических наук, доцент;

Жукова Ангелина Алексеевна, студент

Самарский государственный экономический университет

*В статье произведен анализ численности занятых в Самарской области 2006–2016 гг. с помощью вычисления показателей динамики и показателей занятости, а также составлен точечный прогноз на 2017 и 2018 годы.*

**Ключевые слова:** занятость, занятые, экономически активное население, показатели динамики, показатели занятости, точечный прогноз

Занятость населения является важным социально-экономическим явлением, связанным с реализацией права человека «свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию» [1, п. 1 ст. 37].

В Законе РФ «О занятости населения в Российской Федерации» занятость определяется как «деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая, как правило, им заработок, трудовой доход» [2, п. 1 ст. 1].

Численность занятых является одним из главных показателей состояния экономики любой страны. Высокий уровень занятости свидетельствует о благосостоянии населения, процветании экономики страны, уменьшении количества преступлений. Низкий уровень занятости, в свою

очередь, свидетельствует о кризисе в экономической сфере страны, нарастании социальной напряженности и обострении криминогенной обстановки. Проблема занятости населения является весьма актуальным вопросом для государственной политики.

Рассмотрим, как изменялась численность занятых в Самарской области 2006–2016 гг. [4].

Наличие крупных промышленных объектов в Самарской области («АвтоВАЗ», «Электроцит», Самарский НПЗ, «Моторостроитель», «Авиакор») помогает обеспечивать занятостью большую долю населения, что однозначно помогает в достижении высокого уровня занятости.

На рисунке 1 видно, что максимальное количество занятых составило 1742 тыс. чел. в 2007 г., а минимальное количество — 1654,7 тыс. чел. в 2009 и 2010 гг.



Рис. 1. Динамика численности занятых в Самарской области

По показателям динамики (табл. 1) можно сделать вывод, что наибольший абсолютный прирост численности занятых был равен 46,5 тыс.чел. в 2007 г. Также на этот год приходятся самый высокий темп роста (102,74 %) и темп прироста (2,74 %). Наименьший абсолютный прирост численности занятых составил 40,8 тыс.чел. и 74,7 тыс.чел. в 2009 г. в сравнении с базисным (2006 г.) и предыдущим годом соответственно. Темпы роста численности занятых в 2009 году составили 97,59 % и 95,68 %, а темпы

прироста были равны –2,41 % и –4,32 % к 2006 и 2008 г. соответственно.

В целом за период 2006–2016 гг. наблюдается положительная динамика уровня занятости (табл. 2). Увеличение численности занятых в структуре всего населения Самарской области непосредственно связано с ростом количества мероприятий в области занятости на федеральном и региональном уровнях: организация бесплатных услуг по профессиональной подготовке или переподготовке

работников, создание рабочих мест для инвалидов, повышение эффективности профориентации, оказание финансовой поддержки малому и среднему бизнесу [3, с. 71].

Таблица 1. Показатели динамики численности занятых

| Годы | Численность занятых, тыс.чел | Абсолютные приросты, тыс.чел |        | Темпы роста, % |        | Темпы прироста, % |        |
|------|------------------------------|------------------------------|--------|----------------|--------|-------------------|--------|
|      |                              | Базисные                     | Цепные | Базисные       | Цепные | Базисные          | Цепные |
| 2006 | 1695,5                       | -                            | -      | -              | -      | -                 | -      |
| 2007 | 1742                         | 46,5                         | 46,5   | 102,74         | 102,74 | 2,74              | 2,74   |
| 2008 | 1729,4                       | 33,9                         | -12,6  | 102,00         | 99,28  | 2,00              | -0,72  |
| 2009 | 1654,7                       | -40,8                        | -74,7  | 97,59          | 95,68  | -2,41             | -4,32  |
| 2010 | 1654,7                       | -40,8                        | 0      | 97,59          | 100,00 | -2,41             | 0,00   |
| 2011 | 1662,5                       | -33                          | 7,8    | 98,05          | 100,47 | -1,95             | 0,47   |
| 2012 | 1687,7                       | -7,8                         | 25,2   | 99,54          | 101,52 | -0,46             | 1,52   |
| 2013 | 1691,5                       | -4                           | 3,8    | 99,76          | 100,23 | -0,24             | 0,23   |
| 2014 | 1704,8                       | 9,3                          | 13,3   | 100,55         | 100,79 | 0,55              | 0,79   |
| 2015 | 1698                         | 2,5                          | -6,8   | 100,15         | 99,60  | 0,15              | -0,40  |
| 2016 | 1686,7                       | -8,8                         | -11,3  | 99,48          | 99,33  | -0,52             | -0,67  |

Таблица 2. Показатели занятости населения

| Годы | Численность населения, тыс. чел | Численность экономически активного населения, тыс. чел | Численность занятых, тыс. чел | Уровень занятости, % | Уровень занятости ЭАН, % | Коэффициент нагрузки на одного занятого |
|------|---------------------------------|--|-------------------------------|----------------------|--------------------------|---|
| 2006 | 3225,6                          | 1770,4   | 1695,5                        | 52,56                | 95,77                    | 0,902                                   |
| 2007 | 3223,9                          | 1817   | 1742                          | 54,03                | 95,87                    | 0,851                                   |
| 2008 | 3220,9                          | 1804,8   | 1729,4                        | 53,69                | 95,82                    | 0,862                                   |
| 2009 | 3221,5                          | 1762,2   | 1654,7                        | 51,36                | 93,90                    | 0,947                                   |
| 2010 | 3215,5                          | 1755,8   | 1654,7                        | 51,46                | 94,24                    | 0,943                                   |
| 2011 | 3215,3                          | 1751   | 1662,5                        | 51,71                | 94,95                    | 0,934                                   |
| 2012 | 3214,1                          | 1747,7   | 1687,7                        | 52,51                | 96,57                    | 0,904                                   |
| 2013 | 3213,3                          | 1747,2   | 1691,5                        | 52,64                | 96,81                    | 0,900                                   |
| 2014 | 3211,2                          | 1757,9   | 1704,8                        | 53,09                | 96,98                    | 0,884                                   |
| 2015 | 3212,7                          | 1758,1   | 1698                          | 52,85                | 96,58                    | 0,892                                   |
| 2016 | 3206                            | 1758,6   | 1686,7                        | 52,61                | 95,91                    | 0,901                                   |

Согласно приведенным расчетам (см. табл. 2) наибольший уровень занятости составил 54,03 % в 2007 г., а наименьший результат этого показателя равен 51,36 % в 2009 г.. Анализируя уровень занятости экономически активного населения, можно увидеть, что наиболее высокий уровень зарегистрирован в 2014 г. (96,98 %), а самый низкий уровень — в 2009 г. (93,9 %).

Уровень занятости населения в период 2006–2016 гг. изменялся незначительно. Он уменьшался или увеличивался на 0,1–2 %. Наибольшее снижение уровня занятости было зафиксировано в 2009 г. и составило 2,33 %. Уровень занятости экономически активного населения в аналогичном периоде изменялся в диапазоне 0,05–1,7 %. Только в 2009 г. численность занятых в структуре экономической активности населения снизилась на 1,92 %.

Коэффициент нагрузки на одного занятого почти в каждом году в периоде 2006–2016 гг. уменьшался. Только в 2008 г. данный показатель увеличился на 0,012,

в 2009 г. — на 0,084, в 2015 г. — на 0,008 и в 2016 г. — на 0,009. Таким образом, наиболее сложной была ситуация в 2009 г., когда на 1000 занятых произошло увеличение численности незанятых в экономике на 84 чел., и в итоге нагрузка выросла до 947 чел. Наибольшее уменьшение этого коэффициента зафиксировано в 2012 г. и составило 0,030, то есть снизилось количество незанятых на 30 чел.

Снижение уровня занятости в 2008, 2009 и в 2015 гг. вызвано финансовыми кризисами в России. Из-за сложной экономической ситуации в стране одни предприятия вынуждены закрываться, а другие сокращать затраты. В результате оптимизации численности работников на многих предприятиях Самарской области ухудшается финансовое положение части населения и возрастает уровень преступности.

Для составления прогноза численности занятых на 2017 и 2018 гг. необходимо определить основную тенденцию развития занятости в Самарской области.



На рис. 2 к графику, отражающего динамику количества занятых, была добавлена линия тренда, которая наиболее точно описывает изменения показателя за определенный

период. Был выбран полиномиальный тренд, так как ему соответствует наибольшее значение коэффициента аппроксимации (табл. 3).

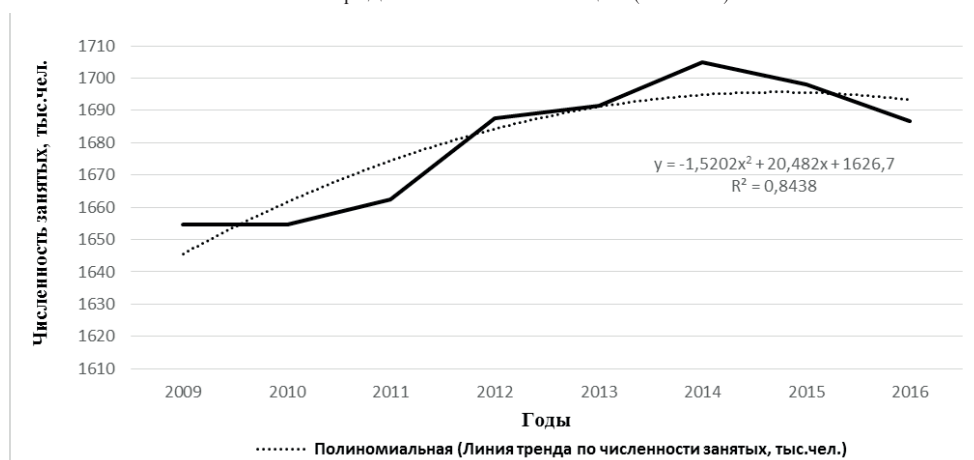


Рис. 2. Полиномиальный тренд численности занятых в Самарской области

Воспользуемся методом аналитического выравнивания для получения обобщенной статистической оценки тренда. Основным содержанием метода аналитического выравнивания в рядах динамики является то, что основная тенденция развития рассчитывается как функция времени  $\hat{y} = f(t)$ .

Так как для определения тенденции численности занятых было проанализировано 8 лет (2009–2016 гг.), то для упрощения расчетов были приняты значения времени от 1 до 8, где начальное и конечное значение относится к первому и последнему году исследуемого периода (к 2009 и 2016 г.) соответственно.

Таблица 3. Подбор тенденции развития занятости в Самарской области

| Тип тренда            | Уравнение   | Величина достоверности аппроксимации, R <sup>2</sup> |
|-----------------------|---|--|
| Экспоненциальный      | $y = 1649,6e^{0,0041x}$                               | 0.7044   |
| Линейный              | $y = 6,8x + 1649,5$                                   | 0.7032   |
| Логарифмический       | $y = 24,548\ln(x) + 1647,5$                           | 0.7557   |
| <b>Полиномиальный</b> | <b><math>y = -1,5202x^2 + 20,482x + 1626,7</math></b> | <b>0.8438</b>  |
| Степенной             | $y = 1647,7x^{0,0147}$                                | 0.7573   |

Подставив в полученное уравнение тренда значение  $t=9$  (прогноз на 2017 г.), мы получили точечную оценку прогнозируемого показателя численности занятых в Самарской области на 2017 год:

$$\hat{y} = -1,5202 \cdot 9^2 + 20,482 \cdot 9 + 1626,7 = 1687,9 \text{ тыс. чел.}$$

Для определения численности занятых на 2018 год в уравнение тренда было подставлено  $t=10$  и получено:

$$\hat{y} = -1,5202 \cdot 10^2 + 20,482 \cdot 10 + 1626,7 = 1679,5 \text{ тыс. чел.}$$

Таким образом, прогнозируемое значение количества занятых в Самарской области на 2017 год составляет 1687,9 тыс. чел., что является на 1,2 тыс. чел. больше, чем в 2016 году. В 2018 году по прогнозам ожидается вновь снижение численности занятых по сравнению с предыдущим годом на 8,4 тыс. чел.

Несмотря на положительную динамику исследуемых показателей не стоит забывать о дальнейшей реализации решений проблемы в области повышения уровня занятости населения с помощью активной государственной политики.

#### Литература:

1. Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
2. Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 28.12.2016) «О занятости населения в Российской Федерации».
3. Вайсбурд В. А. Экономика труда: учебное пособие. — Самара: Изд-во Самар. гос. экон. универс., 2007. — 264 с.
4. Занятость и безработица [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области: [сайт].

# ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

## Применение бизнес-моделирования для анализа деятельности производственных предприятий

Гальчич Максим Александрович, кандидат экономических наук, доцент;

Марковцев Николай Владимирович, начальник управления;

Поняшова Анастасия Сергеевна, руководитель центра информационных систем;

Олянич Александр Леонидович, системный администратор;

Храмов Сергей Вячеславович, ведущий программист

Российский государственный социальный университет (г. Москва)

*Для лучшего понимания деятельности организации используется моделирование. Рассмотрена методика и типовой бизнес-процесс производственного предприятия.*

**Ключевые слова:** бизнес-процессы, моделирование, производство

Разработка, экономическое обоснование и реализация гибких, адаптивных к изменяющимся условиям внешней конкурентной среды организационных систем управления предприятием невозможны без широкого применения новых технологий, использующих методы системного анализа и информатизации. Чаще всего это происходит, потому что современный этап развития общества характеризуется возрастающей ролью информационной сферы, представляющей собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации.

В общем случае, бизнес-моделирование — деятельность по выявлению и описанию существующих бизнес-процессов (анализ бизнес-процессов), а также проектированию новых (проектирование бизнес-процессов). [2]

Однако, данное определение не отражает специфики различных экономических категорий участников

хозяйственных процессов. Поэтому, с точки зрения исследуемого объекта, экономическая категория бизнес-процессов в производстве, это последовательная и целенаправленная деятельность хозяйствующих субъектов в сфере производства и реализации продукции различного назначения и обслуживающих соседствующих отрасли народного хозяйства. Основная цель — получение выгоды (чаще всего прибыли), необходимой для ведения как простого, так и расширенного воспроизводства готовой продукции, а также самосохранения хозяйствующих субъектов розничных секторов народного хозяйства. То есть, как и во многих других случаях бизнес-процесс в производственных предприятиях, это последовательность взаимосвязанных процессов, формирующих структуру бизнес-процессов.

В общем случае, для товаропроизводителя, ее можно представить следующим образом.

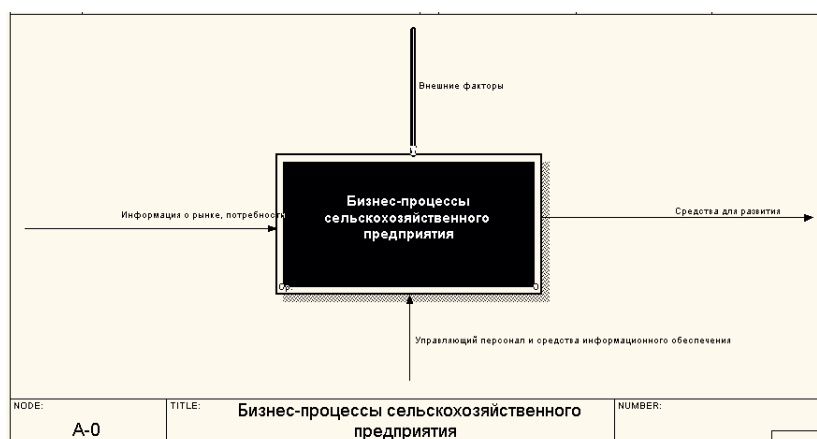


Рис. 1. Контекстная диаграмма бизнес-процессов предприятия

Но более показательной будет являться декомпозиция данной диаграммы.

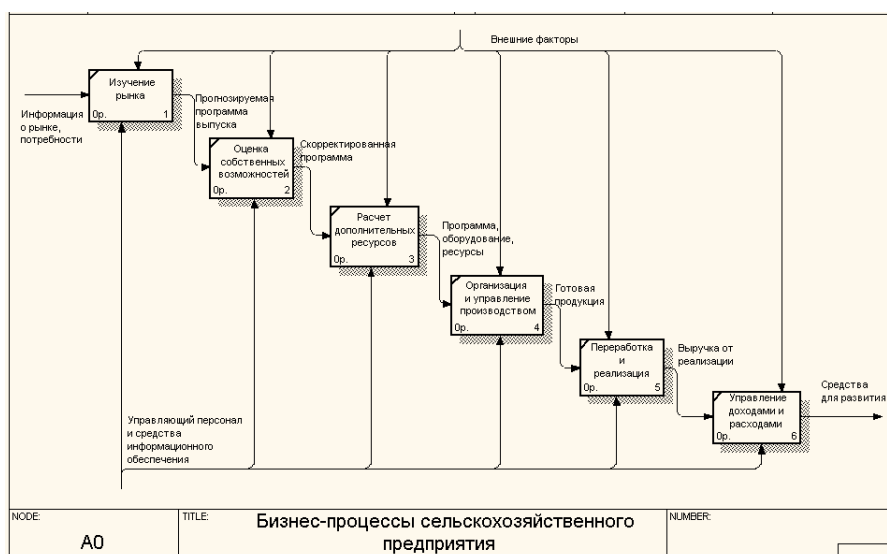


Рис. 2. Декомпозиционная диаграмма

Представленные функциональные блоки несут в себе следующий смысл:

1. Изучение рынка — определение его емкости, потребности потенциальных покупателей в товарной продукции различных производителей. На этом этапе производятся маркетинговые исследования изменения тенденций развития конъюнктуры соответствующего сегмента рынка.

I. прогнозирование возможной цены продажи продукции;

II. объемы реализации производимой продукции по прогнозируемым или обеспечивающим расширенное воспроизводство ценам.

2. Оценка собственных возможностей — на данном этапе с позиции проведенных исследований определяются потенциальные возможности производства с использованием имеющихся на предприятии ресурсов, с учетом вовлечения в производство не используемых резервов и внедрения достижений научно-технического прогресса и передового опыта организации производства.

3. Расчет дополнительных ресурсов — анализируются варианты увеличения объемов товарного производства на предприятии за счет привлечения дополнительных ресурсов, с учетом окупаемости затрат и возможности ведения расширенного производства.

4. Организация и управление производством — данный процесс подразумевает выбор технологий производства, управление процессом воспроизводства и технологическими процессами деятельности предприятия с целью повышения эффективности.

5. Переработка и реализация — отработка каналов опто-розничной торговли и выбор рынков сбыта производимой продукции.

6. Управление доходами и расходами:

I. управление доходами решается выполнением трех задач:

- обеспечение самоокупаемости текущей хозяйственной деятельности;
- выполнение финансовых обязательств перед государством и кредиторами;
- обеспечение самофинансирования предприятия в предстоящем периоде.

II. под управлением рисками понимается вероятность возникновения непредвиденных имущественных или финансовых потерь, в ситуации неопределенности условий хозяйственной деятельности предприятия. Основной целью, при этом, является минимизация потерь, случайно возникающих в процессе хозяйствования.

На предложенной схеме наиболее неопределенными являются управляющие воздействия и механизмы (кто и с помощью чего будет реализовывать процессы).

Исходя из определения управления: «Экономическая категория управленческое решение — это функция управления, представляющая собой целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления, с целью получения качественных изменений, необходимых для достижения поставленных целей и задач» [1], в качестве управляющего воздействия преобладает информационный аспект управления предприятием, который в свою очередь предполагает тройственный подход:

Во-первых, необходимая субъекту управления информация о внешней и внутренней среде рынка, позволяющая реально оценить существующее положение объекта управления. В его роли выступает производственное предприятие, организация или его подразделения.

Во-вторых, информация, необходимая для принятия и реализации объектом управления различных вариантов управленческих решений.

В-третьих, информация, необходимая специалистам объекта управления, для его развития в ближайшей и отдаленной перспективе.

В качестве механизма, показаны людские ресурсы и различное информационное обеспечение.

В качестве информационного обеспечения необходимо использовать:

1. региональные базы данных о количестве и местоположении необходимых для выполнения технологических операций, материально технических ресурсов, инновационных технологиях, о потенциальных партнерах и покупателях

2. Системы информационного обеспечения внедрения инновационных технологий.

3. Информационные системы управления локальными ресурсами предприятия.

Предлагаемая модель позволит дать руководителю и административному персоналу качественно новое понимание бизнес-процессов на предприятии. Это позволит перейти на качественно новые принципы построения организационных систем управления производственными процессами, опирающиеся на глубокое и всестороннее использование информационных технологий [3].

Совокупность своевременных, грамотных решений по управлению структурными подразделениями хозяйства в совокупности с применением средств информационных технологий. Что приведет к получению максимальной прибыли за счет увеличения объемов производства товарной продукции в сложившихся и прогнозируемых в будущем, хозяйственных операциях.

#### Литература:

1. Качанова Л. С., Гальчич М. А., Моделирование материальных и информационных систем. //Международный научный журнал, — М: Учебно-методический центр «Триада» (Москва), 2010. С. 22–26.
2. Гальчич М. А. Особенности управления на современном этапе развития информационных технологий. // Вестник федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Московский государственный агроинженерный университет им. В. П. Горячкина, — М.: Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К. А. Тимирязева, 2003. С. 185–187.
3. Гальчич М. А., Моделирование деятельности организации для реинжиниринга. //Международный научный журнал, — М: Учебно-методический центр «Триада» (Москва), 2010. С. 26–30.

## Концепция А. Фейгенбаума как новая философия в области управления предприятием

Гарипова Алина Илвировна, студент;

Юдина Дина Владимировна, студент;

Чернова Анастасия Ивановна, студент

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева

*В данной статье рассматривается концепция комплексного (тотального) управления качеством (TQM), ставшая в 60-е годы новой философией в области управления предприятием. Особое внимание обращается на четыре «смертных греха» в подходах к качеству.*

**Ключевые слова:** экономика качества, управление затратами, система управления качеством, производительность, издержки

## Improving the quality of production products

Garipova Alina, student;

Yudina Dina, student;

Chernova Anastasia, student

The Kazan national research technical university of A.N. Tupoleva-Kai

*This article discusses the concept of a comprehensive (total) quality management (TQM), which became in the 60-ies of the new philosophy in the field of enterprise management. Particular attention is drawn to the four “mortal sin” in approaches to quality.*

**Keywords:** Economics of quality, cost control, control system quality, performance, costs.



Арманд В. Фейгенбаум — знаменитый во всем мире американский специалист, автор концепции комплексного управления качеством, академик и бывший президент Американского общества по качеству (ASQ). [1]

Начиная с ранних периодов своей профессиональной карьеры, Арманд Фейгенбаум проявлял колоссальный интерес общественной работе по пропаганде деятельности в области управления качеством. [2]

Во время обучения Арманд Фейгенбаум уже имел огромный практический опыт работы в компании «Дженерал электрик» (General Electric — GE), которую возглавлял его дед. По предложению издательства McGraw — Hill (Нью-Йорк) в 1951 г. Фейгенбаум издал свою первую книгу «Контроль качества: принципы, практика и администрирование», которая в то время приобрела широкую популярность. В 1961 г. вышло второе издание под наименованием «Комплексный контроль качества», переведённое на множество языков. Публикация 1983 г. переведена на русский язык и опубликована в СССР издательством «Экономика» в 1986 г. под наименованием «Контроль качества продукции». В 1991 г. в Соединенных Штатах Америки вышло 40-е, юбилейное издание. [1]

Тема нашей статьи актуальна, так как А. Фейгенбаума можно считать основоположником системного подхода к управлению качеством и «отцом» системы менеджмента качества, концепцию которого используют по сей день.

По мнению А. Фейгенбаума, высшему руководству компании необходимо отдавать приоритет, в первую очередь, обеспечению качества, что является одной из самых важных задач в управлении. [3]

Под Всеобщим контролем качества А. Фейгенбаум понимал такую концепцию, которая давала возможность решать вопрос качества продукции и ее стоимости в зависимости от выгоды потребителей, производителей и дистрибьюторов. Кроме того, он считал, что качество — это «образ мышления», которое является важнейшим требованием и должно расцениваться не только при окончательном результате производства изделия, но и учитываться на каждом этапе его создания.

Также необходимо выделить то, что, по мнению А. Фейгенбаума, наступил период переоценки самой концепции эффективности. Если обычно она измеряется количеством выпущенной продукции на единицу затраченных ресурсов, теперь же её необходимо измерять количеством высококачественной, удачно реализуемой на рынке продукции на единицу затраченных совокупных ресурсов — трудовых, материальных и финансовых. Пересчет, произведённый на основе переоценки показал, что действительная эффективность ниже на 30 %. Такой подход приобретает большое распространение как в теории, так и на практике, укореняясь в сознании высших управляющих американских компаний. Вводится понятие «эффективной производительности», в соответствии с которым производительным необходимо считать работу, потраченную на производство только лишь высококачественной продукции. [2]

А. Фейгенбаумом сформулировано четыре «смертных греха», которые необходимо принимать во внимание, для того чтобы старания при осуществлении программ в области качества не оказались безрезультатными. [1]



Рис. 1.

Первый грех заключается в поощрении программ, базирующихся на «провозглашении лозунгов» и на поверхностных изменениях.

Второй грех заключается в том, что выбираются программы, в первую очередь, нацеленные на работников («синие воротнички»), не учитывающие значительной роли инженерных служб («белые воротнички»). [2]

Третий грех — неготовность признать, что постоянного уровня качества не существует (уровень качества обязан постоянно расти).

Четвёртый грех — это заблуждение, касающееся автоматизации, которая не способствует повышению качества. По мнению Арманда Фейгенбаума, существует отличие между попытками построить качество в роботизации

и созданием на его основе программ, основанных на человеческом факторе. [4]

### Заключение

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что, по мнению Арманда Фейгенбаума, качество необходимо учитывать на всех периодах формирования продукции и уровнях управленческой иерархии

компании при осуществлении технических, экономических, организационных и социально-психологических мероприятий, а проблемы могут быть удачно решены только в том случае, если будет сформирована новая организационная структура. [3] Вклад Арманда Фейгенбаума в науку и практику управления качеством нельзя переоценить, а его концепцию бесспорно можно назвать «новой философией» в области управления предприятием.

### Литература:

1. Кузнецова, Н. В. Управление качеством. Учебное пособие / Н. В. Кузнецова — Издательство: Флинта, Москва, 2016. — 362 с.
2. Минько, Э. В. Менеджмент качества: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Э. В. Минько // А. Э. — СПб.: Питер, 2013. — 272 с.
3. Трутнев, В. В. Организация ресурсосбережения на машиностроительном предприятии // Вестник Казанского государственного технического университета им. А. Н. Туполева. 2012. — 125 с.
4. Щурин, К. В. Управление качеством в историко-философском аспекте // К. В. Щурин, А. Л. Воробьев, Д. А. Косых; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Оренбург. гос. ун-т». — Оренбург: Университет, 2013. — 232 с.

## Эффективное управление рисками бизнеса в реальном секторе экономики

Долинский Николай Иванович, кандидат педагогических наук, доцент;

Полякова Валерия Андреевна, студент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Развитие теории и практики управления рисками представляет собой одно из важнейших направлений развития экономической теории и практики управления бизнесом, которое обусловлено не только совершенствованием методов и моделей управления, но и существенным воздействием различных факторов риска на результаты бизнеса.

При этом внедрение управления рисками на любом предприятии считается трудной задачей, поскольку управление рисками — это не обособленный процесс, а эффективность функционирования данного процесса на предприятии зависит от комплексного использования основ управления рисками, т. е. процесс должен быть встроен во всю деятельность организации. Далее проанализируем актуальность интегрирования процесса по управления рисками в бизнес в реальном секторе экономики.

Развитие современной экономики приводит к тому, что большинство решений в сфере бизнеса, связанных с расходованием финансовых средств, и результаты данных решений не могут быть определены однозначно и менеджеры не могут точно обосновать свои решения, поскольку постоянно сталкиваются с не определенными однозначно будущими результатами тех или иных действий. Это связано прежде всего, со спецификой рыночной экономики, в условиях которой будущие результаты предпринимательской деятельности зависят не только от усилий менеджера, но прежде всего от внешних факторов, на которые

менеджер или предприниматель не могут оказать значительного воздействия. Текущие положение дел выявляет необходимость интегрирования управления рисками в бизнес.

Нынешнее состояние экономики в Российской Федерации, которое на современном этапе зависит от глобальных факторов риска и общего состояния мировой экономической ситуации, является одним из важнейших внешних факторов риска. Так же для бизнеса в реальном секторе экономики существенным фактором риска является инфляция. Актуальным фактором риска на данный момент является и риск изменения обменного курса конвертируемой валюты, а также такие неблагоприятные макроэкономические факторы риска, как сокращение спроса (согласно экспертам россияне перешли к сберегательной модели поведения), проблемы в денежно-кредитной политике, рост инфляции, снижение потребительского спроса и другие, характерные на данный момент экономике страны.

На Гайдаровском форуме 2017 Алексей Кудрин выделил следующие проблемы экономики России, находящейся в состоянии стагнации:

- 1) Демографические изменения
- 2) Недостаток инвестиций
- 3) Технологическое отставание
- 4) Низкая производительность
- 5) Низкое качество государственного управления [2].

Основным итогом представленной на форуме модели для России экономического роста является выявление необходимости повышения совокупной факторной производительности (СФП). Динамика данного показателя зависит от:

- инноваций — технологических, организационный, институциональных
- мотивации — личностной, социокультурной, предпринимательской
- человеческого потенциала — образования, здоровья

Содействие повышения СФП входит в компетенции предпринимателей, менеджеров, как участников экономического процесса, от которых зависит экономический прогресс, заинтересованных в доходе или иных личных выгодах, поскольку бизнес в реальном секторе экономики находится под прямым влиянием развития экономики страны и отдельных вытекающих факторов.

Поскольку менеджер (инвестор, собственник) не может однозначно предсказать будущее состояние экономики, шансы наступления того или иного состояния экономики, реализации сценария, модели, получение соответствующего полезного результата определяется совокупностью субъективных вероятностей, наступление которых предполагает лицо, принимающее решение.

Таким образом, в условиях реального сектора экономики менеджер вынужден, ориентируясь на внешние и внутренние факторы риска, проводить анализ риска в соответствии с субъективными вероятностями, которые характеризуют степень его убежденности в наступлении тех или иных состояний, в связи с этим выбирая метод управления риском.

В связи с этим основная задача управления рисками в сфере реальной экономики заключается в том, чтобы в процессе воздействия на распределение будущих результатов приспособить бизнес к складывающимся в будущем состояниям окружающей среды, прежде всего конъюнктуре рынка, на котором реализуется продукция этого бизнеса, и обеспечить его развитие и достижение поставленных целей в любых образующихся экономических условиях.

Основным методом развития бизнеса в секторе реальной экономике, обуславливается его участием в инвестиционных проектах. Не принимая тех или иных видов риска предприниматель или менеджер может остаться с относительно малым доходом, не получить конкурентных преимуществ и сузить перспективы развития бизнеса.

Методы управления рисками направлены на преобразование распределений будущих результатов в соответствии со стратегиями развития бизнеса, мнениями, ожиданиями и предвидения менеджеров и собственников капитала; наблюдаемым развитием рыночной конъюнктуры и другими факторами.

Главная задача управления рисками состоит в том, чтобы в процессе применения методов управления рисками преобразовать моделируемое распределение будущих полезных результатов таким образом, чтобы обеспечить такое

развитие бизнеса которые бы в наибольшей степени соответствовало бы условиям окружающей среды предпринимателя, создавая те или иные конкурентные преимущества, и ожиданиям менеджера или собственника относительно будущего развития рыночной конъюнктуры, а так же тенденциям изменения других внешних условий.

Можно выделить некоторые принципиальные особенности управления рисками бизнеса в сфере реальной экономики:

1. Процесс управления рисками должен иметь постоянный характер, поскольку в условиях современной экономики инновационного типа рискованные факторы преобразования и трансформации рыночной конъюнктуры имеют глобальный характер, действуют постоянно, меняя как текущие рыночные условия, так и ожидания менеджеров и собственников относительно их будущих воздействий.

2. Реализация методов управления рисками требуют дополнительных вложений капитала, которые также имеют рисковую характер.

3. Учитывая специфику и особенности бизнеса в реальном секторе экономики, следует иметь ввиду, что реализация того или иного метода управления рисками не может дать мгновенный результат [1, с.105].

Основой процесса управления рисками на фирме складывается прежде всего из предусмотрительности менеджера и непосредственное реагирование на рискованные события, это и являются залогом успеха управления рисками.

Рассмотрим основные методы управления рисками, применимые к бизнесу в реальном секторе экономики:

- 1) принятие риска на себя;
- 2) использование путей уклонения от факторов риска или вообще исключение рискованных решений;
- 3) создание резервов капитала;
- 4) передача риска;
- 5) использование преобразования распределений будущих результатов

Управление рисками начинается с выделения факторов риска на этапе подготовки решения по управлению. Затем необходимо определить влияния выделенных факторов риска на результаты рассматриваемого решения по управлению бизнесом и, если есть возможность, получить оценки общего риска или риска по отдельным факторам. После этого нужно выбрать методы управления рисками, причем на практике совершенно не обязательно использовать только один из указанных методов.

Принципиальная схема управления рисками представлена на рис. 1.

В реальных условиях могут быть выделены различные факторы риска.

В зависимости от их специфики и конкретных особенностей требуется применение различных методов управления рисками. Важную роль в процессе управления рисками играет контроль результатов бизнеса, позволяющий выделить новые факторы риска и принимать решения с учетом фактически складывающейся рыночной конъюнктуры.



Рис.1. Принципиальная схема управления рисками

Источник: [1, с. 85].

Управление рисками должно иметь комплексный непрерывный характер, поскольку постоянно происходят изменения в окружающей среде предпринимателя, а с учетом фактического развития событий корректируются ожидания менеджеров или собственников относительно будущего развития событий и возможностей получения будущих результатов. Выбор метода управления осуществляется менеджерами с учетом специфики и особенностей конкретного бизнеса.

Отметим также необходимость внедрения деятельности по управлению рисками во все процессы по принятию бизнес решений на всех уровнях менеджмента фирмы. Т. е. руководству компании необходимо развивать систему

управления рисками. Такие системы чаще всего представлены в структурно-функциональном виде, где основные задачи выполняются делегированием полномочий подсистемам управления среднего и высшего звена [3].

Таким образом, в данной статье были изложены некоторые теоретические основы управления рисками, проанализировано текущее состояние экономики, оказывающее непосредственное влияние на бизнес в сфере реальной экономики, а вследствие так же выявлена необходимость внедрения процесса управления рисками бизнеса в сфере реальной экономики, в результате исследования раскрыты основные принципы эффективного управления рисками бизнеса.

#### Литература:

1. Воронцовский, А. В. Управление рисками: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. В. Воронцовский. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 414 с.
2. Кудрин, А. Устойчивый экономический рост. Модель для России [Электронный ресурс]: [официальный сайт] Центр стратегических разработок. — М., 1999–2017. — Режим доступа: <http://csr.ru/news/aleksej-kudrin-rasskazal-o-perspektivah-rossijskoj-ekonomiki/>
3. Сидоренко, А. 15 действий, от которых зависит эффективное управление рисками [Электронный ресурс]: [официальный сайт] Сообщество публицистов executive. — М., 2000–2017. Режим доступа: <http://www.e-executive.ru/management/practices/1985245-15-deistvii-ot-kotoryh-zavisit-effektivnoe-upravlenie-riskami>



## Совершенствование управленческого учета затрат по центрам ответственности в специализированных ремонтных организациях

Иванова Наталья Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент;

Грицай Алена Викторовна, магистрант

Магнитогорский государственный технический университет имени Г.И. Носова

*В данной статье рассмотрены вопросы, касающиеся развития управленческого учета затрат. Представлены типы центров ответственности и показатели оценки их деятельности.*

**Ключевые слова:** затраты, центры ответственности, центр затрат, центр доходов, центр прибыли, методы производственного учета

На современном этапе как в иностранной, так и в отечественной литературе слабо изучены вопросы, касающиеся управления затратами в специализированных ремонтных организациях. Управление затратами является самым эффективным способом максимизировать прибыль предприятия. Невозможно достичь этого с помощью постоянного увеличения объемов производства и цен на продукцию. Поиск вариантов по снижению себестоимости необходимая мера для каждого предприятия, желающего конкурентного преимущества на рынке. В специализированных ремонтных организациях такой показатель как прибыль отражает состояние оборудования и техники, непосредственную организацию производства и степень рационального использования территории площадей участков и цехов.

Управление затратами это комплексный процесс, в котором задействованы и согласованно взаимодействуют все структурные подразделения и подсистемы деятельности предприятий [1].

Распределение затрат по структурным подразделениям и видам продуктов непосредственно не влияет на величину финансовых результатов в целом, однако позволяет целенаправленно осуществлять контроль затрат и как правило, приводит к их снижению. В специализированных ремонтных организациях затраты группируются по местам возникновения, но в управленческом учете каждому месту возникновения затрат должна соответствовать своя сфера ответственности [2].

Алборов Р.А. и Ливенская Г.Н. трактуют центр ответственности как сегмент организации, по которому контролируются производственные затраты, а также полученный доход или процесс его инвестирования. Причем руководитель центра ответственности несет ответственность за процесс формирования этих показателей. Деятельность каждого центра ответственности оценивается эффективностью его функционирования. Цель учета по центрам ответственности состоит в обобщении данных о затратах и результатах деятельности по каждому подразделению. Таким образом, центр ответственности — это часть организации, самостоятельный объект управления, выделяемый в учете для контроля над ее деятельностью.

Учет, контроль и анализ по центрам ответственности — это система, которая измеряет (оценивает) соответствие достигнутых результатов запланированным

по каждому подразделению (центру ответственности), которые являются самостоятельными объектами бюджетного (планового) процесса и отвечают за исполнение перечня бюджетных показателей, определяемых центральным аппаратом управления при разработке сводного плана (бюджета) предприятия на предстоящий бюджетный период. Благодаря спецификации делегирования полномочий подразделению, собственно и определяющих его статус как центра ответственности, любые отклонения от плановых показателей фиксируются не только по месту возникновения, но и по ответственному лицу (подразделению).

По критериям уровня полномочий руководителей подразделений в рамках существующей на предприятии организационной структуры, а также с учетом всех вышеотмеченных особенностей, в производственных организациях можно формировать следующие центры ответственности:

1) центр затрат — это подразделение, в котором руководитель ответственен за достижение планового уровня затрат на производство продукции, работ, услуг. При этом, плановыми затратами являются оплата труда, затраты сырья и материалов и другие переменные расходы. Эффективность деятельности такого подразделения, соответственно, измеряется размером положительных или отрицательных отклонений фактического уровня затрат от планового.

2) центр доходов — это подразделение, руководитель которого в рамках выделенного бюджета ответственен за максимизацию дохода от продаж. Руководители таких подразделений не имеют полномочий ни по дополнительному (сверх бюджета) расходу средств для привлечения дополнительных ресурсов.

3) центр прибыли — этот центр ответственности отличается от предыдущего расширением полномочий руководителя. Здесь он имеет право варьировать затратами и производством продукции с целью максимизации прибыли от операций. Примером такого рода центра ответственности может служить хозрасчетное производственное подразделение, работающее на принципах самоуправления, самоконтроля и самоокупаемости. Однако здесь в полномочия менеджера не включаются решения в области вложений во внеоборотные активы [3].

4) центр инвестиций — это подразделение, руководитель которого контролируют не только доходы и затраты, но и следит за эффективностью использования

инвестируемых в них денежных средств. Примером подобных центров инвестиций могут быть крупные дочерние компании промышленных холдингов. Главной целью центра инвестиций является максимизация рыночной стоимости дочерней компании.

Первые три рассмотренных нами центра ответственности (центры затрат, доходов и прибыли) можно объединить в одну категорию — результаты их работы влияют на прибыльность организации. Ответственность же центра инвестиций совсем иного рода — результаты деятельности его влияют на структуру денежных потоков, а, следовательно, и на платежеспособность организации.

5) центр маржинального дохода — это подразделение, руководитель которого несёт ответственность за величину получаемого маржинального дохода. Чаще всего создается на тех предприятиях, где есть подразделения, осуществляющие более сложный вид деятельности — не одно производство (как центры затрат), и не одну торговлю (как центры дохода. Мерой эффективности является уже не доходы и затраты направления по отдельности, а разница между ними в виде маржинального дохода. Под маржинальным доходом (прибылью) понимается разница между выручкой направления и его переменными (изменяющимися в зависимости от объема деятельности) затратами.

6) центр контроля и управления — это подразделение, которое определяет как сферу, участок деятельности, обеспечивающий ответственность за конкретные виды деятельности и их результаты. Эти центры часто имеют лишь затраты, которые трудно соизмерять с контролируемыми ими результатами.

7) центр капитальных вложений — это подразделение, к которому относят экономически обособленные подразделения, ответственные лица обеспечивают эффективность использования капитальных вложений, контроль над затратами и результатами.

На практике часто встречаются также подразделения со статусом смешанного центра ответственности, которые сочетают в себе признаки двух или нескольких типов центров ответственности. Смешанным центром ответственности является подразделение, которое занимается, например производством продукции и одновременно ее сбытом. Оптимизация системы материального стимулирования (премирования) является основной целью реструктуризации организации на центры ответственности. Ответственность в данном случае означает, что руководитель подразделения не только контролирует, но и может влиять на параметр, за который он отвечает.

После рассмотрения всех типов центров ответственности, исходя из специфики предприятия, можно выбрать наиболее подходящие. Такие центры ответственности, как инвестиций, маржинального дохода, контроля и управления, капитальных вложений не смогут помочь в управлении затратах в специализированных ремонтных организациях из-за отсутствия некоторых критериев их существования. Например, по центру инвестиций, если у предприятия нет инвестиционной деятельности, то ему и не нужен контроль над инвестиционными ресурсами.

Типы центров ответственности, больше всего подходящих для специализированных ремонтных организаций, и показатели оценки их деятельности [3]:

Таблица 1

| Типы центров ответственности | Организационная форма центра ответственности                    | Показатели оценки деятельности центра ответственности                   | Показатели материального поощрения трудового коллектива центра ответственности                  |
|------------------------------|---|---|---|
| Центры затрат                | Вспомогательные и обслуживающие подразделения, служба снабжения | Выполнение производственной программы (структуры и объема работ, услуг) | Экономия затрат   |
|                              |   | Не превышения совокупной нормативной себестоимости работ, услуг         | Выполнение производственной программы (структуры и объема работ, услуг)                         |
| Центры доходов               | Маркетинговая служба, отдел сбыта продукции                     | Не превышения бюджета подконтрольных расходов                           | Экономия расходов на продажу  |
|                              |   | Достижение планового объема выручки от продажи продукции                | Выполнение или превышение планового объема выручки от продажи при её плановом физическом объеме |
| Центры прибыли               | Производственные подразделения (цехи по производству продукции) | Достижение планового объема прибыли и окупаемости затрат                | Выполнение или превышение планового объема прибыли в расчете на единицу продукции               |

После выбора конкретных центров ответственности для специализированных ремонтных организаций, можно наглядно продемонстрировать на примере сравнения

методов учета затрат по наиболее важным критериям для организации, и посмотреть насколько эффективным может быть учет затрат.

Сравнительная таблица методов производственного учета затрат в производственных организациях в организационно-методических и технических аспектах:

Таблица 2

| Критерии / Методы   | Метод по центрам ответственности                          | Метод по местам возникновения и носителям затрат                            |
|---|---|---|
| 1. Объект учета затрат  | Структурное подразделение организации                     | Основные и вспомогательные места возникновения затрат                       |
| 2. Предмет познания метода  | Операции по затратам по центрам ответственности           | Операции по затратам по местам возникновения                                |
| 3. Выполняемые функции  | Информационная, контрольная, аналитическая, прогнозная    | Информационная, аналитическая, контрольная                                  |
| 4. Организационно-методические и технические аспекты реализации метода учета затрат |   |   |
| 4.1. первичный учет затрат  | Отражение операций в книге учета доходов и расходов       | Отражение операций по месту возникновения затрат в первичных документах     |
| 4.2. сводный учет затрат  | Управленческий отчет центра ответственности               | Производственный отчет места возникновения затрат                           |
| 4.3. оценка результатов производства  | Анализ окупаемости затрат, маржинального дохода и прибыли | Анализ затрат по основным и вспомогательным местам возникновения, носителям |

Благодаря данной таблице можно увидеть различия этих двух методов учета затрат. Исходя из специфики предприятий, можно определить какой метод подходит предприятию. В специализированных ремонтных предприятиях, имеющих участки в разных городах, метод по центрам ответственности подходит больше. Объект учета затрат — это структурное подразделение организации, непосредственно сами участки. И соответственно ответственность

будет нести руководитель центра ответственности, в зависимости от его типа.

Таким образом, с учетом выше сказанного, по-нашему мнению, для усовершенствования управленческого учета затрат по центрам ответственности в специализированных ремонтных организациях оптимальными видится использование таких типов центров ответственности, как центр затрат, центр доходов и центр прибыли.

#### Литература:

1. Иванова Н.Е., Игнатъева А.А. Современные проблемы учета затрат на отечественных элеваторах // Молодой ученый. — 2016. — № 11. — С. 753–759.
2. Иванова Н.Е., Грицай А.В. Особенности совершенствования управленческого учета затрат в специализированных ремонтных организациях // Молодой ученый. — 2017. — № 14. — С. 358–360.
3. Алборов Р.А., Ливенская Г.Н. Организация управленческого учета по центрам ответственности в производственных организациях: монография / Р.А. Алборов, Г.Н. Ливенская. — Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2013. — 108 с.
4. Замбрицкая Е.С., Балбарин Я.Д., Сравнительный анализ существующих подходов к распределению затрат в бухгалтерском управленческом учете // Ученые записки факультета экономики и права МГТУ — 2012. — № 1 (1). — С. 56–60.

## Риск банкротства как угроза экономической безопасности предприятия

Дмитриева Ирина Вадимовна, аспирант;

Иванова Альфия Рустемовна, аспирант

Уфимский государственный авиационный технический университет

**В** современных условиях проблема экономической безопасности является актуальной, поскольку предприятия работают в условиях разных внешних и внутренних рисков, а конкурентная экономическая среда скрывает многочисленные угрозы. Одним из таких рисков является риск банкротства предприятия, т. к. в условиях

рыночной экономики неотъемлемой частью является такое явление как банкротство предприятий, не способных конкурировать на рынке, это обуславливает важность понимания сущности банкротства и разработку действий по улучшению финансового состояния предприятия.

Угроза банкротства за последнее время стала реальной для многих предприятий так например по данным Единого Федерального реестра сведений о банкротстве за период

2009–2016 года рост предприятий объявленных банкротами остается на достаточно высоком уровне (рис.1)

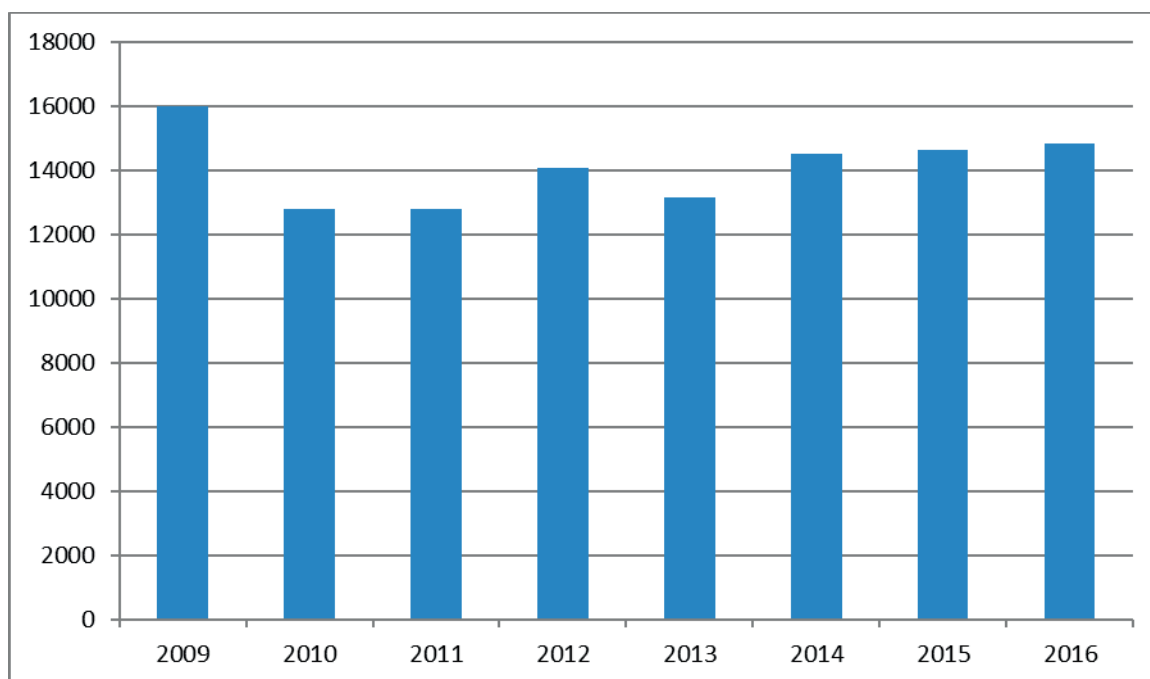


Рис. 1. Число предприятий, объявленных банкротами за период 2009–2016 г.

Мировая практика свидетельствует оттом, что банкротство — неизбежное явление любого современного рынка, который использует несостоятельность в качестве рыночного инструмента перераспределения капитала и отражает объективные процессы структурной перестройки экономики.

Однако любой риск, а банкротство — это несомненно риск для экономической безопасности предприятия, можно предопределить и постараться свести к минимуму последствия его наступления.

Итак, что же такое банкротство предприятия? И как оно влияет на экономическую безопасность предприятия? Именно два этих вопроса, были рассмотрены автором.

Как показал анализ научной литературы [1...], банкротство — это отказ компании платить по своим обязательствам, с юридической точки зрения банкротство — это признание арбитражным судом абсолютная неплатежеспособность должника и неспособность в связи с этим осуществлять свою экономическую деятельность, направленную на погашение долгов.

По мнению автора, банкротство — это кризисная ситуация, на решение или нахождения так называемого «выхода» из которой должно быть обращено все внимание системы экономической безопасности предприятия.

Для определения наличия признаков банкротства должника учитываются:

- размер задолженности за переданные товары;
- выполненные работы;
- оказанные услуги;

- суммы займа с учетом процентов, подлежащих уплате должником;
- размер задолженности, возникшей вследствие неосновательного обогащения;
- размер задолженности, возникшей вследствие причинения вреда имуществу кредиторов (за исключением обязательств перед гражданами, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью);
- обязательств по выплате выходных пособий и оплате труда лиц, работающих по трудовому договору;
- обязательств по выплате вознаграждения по авторским договорам;
- обязательств перед учредителями (участниками) должника, вытекающих из такого участия [2].

Важной составляющей в системе экономической безопасности предприятия, должна быть диагностика состояния предприятия, выявление слабых и сильных сторон, а также своевременное преодоление и предотвращение кризисных ситуаций.

Диагностика банкротства представляет собой комплекс мер по выявлению параметров кризисного развития предприятия и возможности его банкротства в будущем.

Несомненно, деятельность предприятия следует рассматривать как взаимодействие внешних и внутренних факторов.

Факторы, влияющие на возникновение кризиса на предприятии, изображены на рисунке 2.

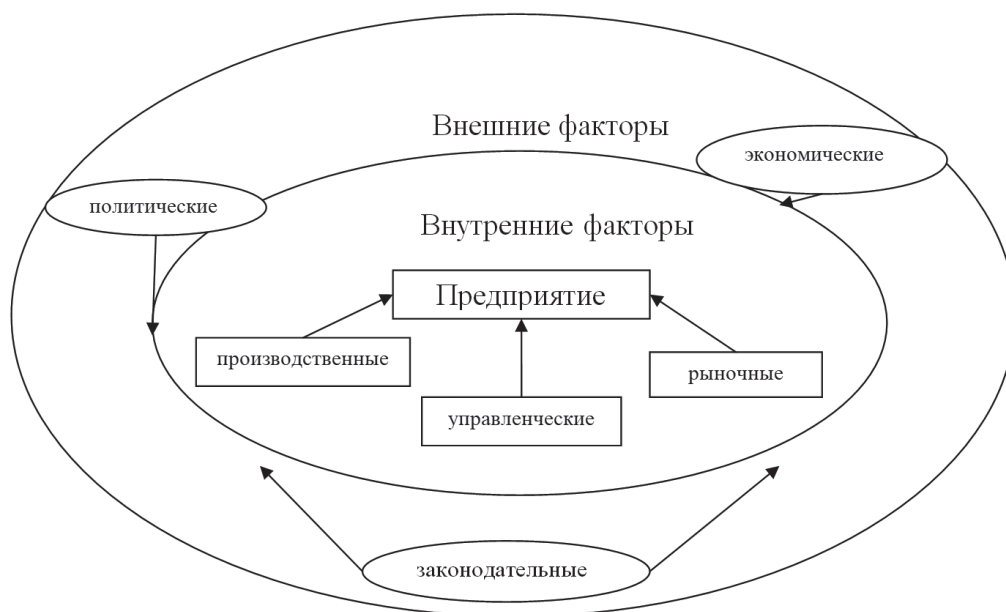


Рис. 2. Факторы, влияющие на возникновение кризиса на предприятии

Защитой от воздействия внутренних и внешних угроз выступает система экономической безопасности предприятия, которая представляет собой совокупность мероприятий, обеспечивающих экономическую безопасность организации.

Экономическая безопасность - это состояние предприятия, при котором оно может нормально функционировать для достижения своих стратегических целей, при существующих внешних условиях и их изменениях в определенных пределах [4].

Результатом обеспечения экономической безопасности предприятия является стабильность (устойчивость) его функционирования, эффективность финансово-экономической деятельности (прибыльность), личная безопасность персонала.

Таким образом, в период, когда предприятие находится в «зоне риска», политика экономической безопасности должна стать агрессивной. В связи с тем, что для выхода из кризисной ситуации предприятие должно применять стратегические мероприятия, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Методы снижения риска банкротства

| Методы                                 | Способы реализации  |
|--|---|
| Устранение неплатежеспособности        | Устранение неплатежеспособности путем продажи ликвидных активов; экономия на условно-переменных затратах;   |
| Восстановление финансовой устойчивости | Совершенствование бизнес-процессов, направленные на повышение эффективности.<br>Увеличение конкурентоспособности товаров и услуг.<br>Изменение маркетинговой политики;  |
| Обеспечение финансового равновесия     | Проведение локальных мероприятий по улучшению финансового состояния.<br>Реорганизация предприятия.<br>Предоставление государственных и муниципальных гарантий выполнения обязательств перед кредиторами при условии сокращения ими долговой нагрузки;   |
| Диверсификация                         | Позволяет фирме осуществить равномерное распределение капитала среди различных видов хозяйственного регулирования, что позволит направлениям с прибыльными инвестициями компенсировать убыточные аспекты хозяйства предприятия.                         |
| Перепланирование производства          | В том случаи, если товары или услуги предприятия не будут конкурентоспособными на рынке, предприятию необходимо выпускать новую продукцию, это будет возможно только в том случаи, если предприятие будет обеспечено многофункциональным оборудованием; |
| Продажа части неликвидного имущества   | Позволит предприятию получить дополнительную прибыль для покрытия текущих обязательств..  |

Для реализации всех этих методов необходимо обеспечить такое состояние предприятия, при котором риск воздействия других угроз минимизируется, а это можно достичь

только при эффективной системе экономической безопасности предприятия.



*Литература:*

1. Богомолов, В. А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учебное пособие. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». Гриф НИИ образования и науки. — М.: ЮНИТИ, 2012. — 279 с.
2. Байкина С. Г.: Учет и анализ банкротств. — М.: Дашков и К, 2011.
3. Беляева О. Банкротство по-новому // ЭЖ-Юрист, 2010, № 7.
4. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (в ред. от 29.12.2014) «О несостоятельности (банкротстве)».
5. Адамова В. Б., Марков П. А., Спахова Н. М. Проблемные вопросы практики применения законодательства о банкротстве // Вестник Арбитражного суда города Москвы, 2008, № 4.

## Основные проблемы при управлении дебиторской задолженностью в контексте экономической безопасности предприятия

Иванова Альфия Рустемовна, аспирант;

Дмитриева Ирина Вадимовна, аспирант

Уфимский государственный авиационный университет

Современные рыночные условия, обремененные в последнее время неспокойной геополитической обстановкой, накладывают огромную нагрузку на российские организации в отношении борьбы за выживаемость и конкуренцию. Неблагоприятно на российскую экономику повлияли и такие события 2013–2015 гг., как установление санкций против РФ со стороны Японии, США, ЕС и прочих стран и ответные санкции со стороны РФ. Внутренний рынок кредитных ресурсов сегодня не в состоянии снабдить российскую экономику «дешевыми» и длинными деньгами.

Исходя из этого важным критерием экономической безопасности (далее ЭБ) предприятия при производстве расчетов с различными контрагентами выступает оценка и анализ состояния управления дебиторской задолженностью.

В настоящий момент в отечественной научной литературе данный вопрос подробно изучается, в трудах В. В. Ковалёва, Г. В. Савицкой, Н. В. Никитиной, И. А. Бланка достаточно подробно раскрывается суть таких понятий, как сущность дебиторской задолженности (далее ДЗ), причины возникновения,

а также ее источники. Но основные проблемы управления ДЗ и пути их решения мало проработаны.

Важная функция финансового менеджмента — это управление ДЗ, основополагающей целью которой является увеличение прибыли предприятия за счёт эффективного использования дебиторской задолженности, как одного из экономических инструментов.

ДЗ, иными словами, можно обозначить, как сумма долгов, которые должны предприятию, фирме, компании со стороны других экономических субъектов или граждан, являющихся их должниками — дебиторами.

Анализ ДЗ имеет важное значение для организаций, функционирующих в условиях современного нестабильного рынка. Важным условием поддержания нужного уровня ликвидности и платежеспособности, является эффективное управление данной частью текущих активов, что так же важно при обеспечении ЭБ предприятия.

Направления работы с ДЗ, непосредственного подразделения ЭБ предприятия, условно можно разделить на две группы: аналитические и синтетические (таблица 1).

Таблица 1

| Направления работы с дебиторами | Методы   |
|---------------------------------|--|
| Синтетические                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>— процедура согласования гражданско-правовых договоров;</li> <li>— сбор информации о физических лицах согласно требованиям законодательства РФ о персональных данных;</li> <li>— совместная деятельность подразделения по экономической безопасности с государственными правоохранительными органами и судебными приставами в процессе взыскания ДЗ;</li> <li>— проведение переговоров с должниками.</li> </ul> |
| Аналитические                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>— анализ деятельности юридических лиц (анализ безопасности деловых предложений и контрактов, благонадежности партнеров, добропорядочности и платежеспособности компании, участия предприятия в арбитражных судах);</li> <li>— анализ финансовой устойчивости предприятия по представленному балансу, отчету о прибылях и убытках, отчету о движении капитала;</li> </ul>  |

Место управления дебиторской задолженностью в системе экономической безопасности, представлено на рисунке 1.



Рис. 1. Управление дебиторской задолженностью в системе экономической безопасности

Деятельность по управлению дебиторской задолженностью на предприятиях организована, как правило, не эффективно, в таблице 2 наглядно представлены основные проблемы и предлагаемые методы по их оптимизации.

Таблица 2

| Проблемы   | Методы  |
|--|---|
| 1) периодическое управление ДЗ;<br>2) отсутствие четких принципов и системы управления ДЗ;<br>3) отсутствие системы документооборота, системы контроля и обмена информацией о состоянии ДЗ между специалистами и отделами;<br>4) отсутствие жестких форм документов, упрощающих учет, анализ и инкассацию ДЗ;<br>5) отсутствие верной информации о реальных сроках погашения обязательств контрагентами;<br>6) отсутствие данных о общей сумме затрат, причиной которых является рост размера ДЗ, отсутствие динамики данных затрат;<br>7) не возможность отслеживания эффективности продаж с отсрочкой платежа (не рассчитывается экономический эффект от предоставления коммерческого кредита);<br>8) коллекторские функции, функции анализа ДЗ и принятия управленческих решений для урегулирования долга разбросаны между различными структурными подразделениями, подчиняющиеся директорам разной направленности (например, коммерческому директору и финансовому директору), при том, что в организациях нет регламентов взаимодействия и не налажены информационные потоки. | 1) важно наладить работу по получению следующей информации (для контроля и планирования ДЗ на предприятии):<br>— данные о предоставленных дебиторам счетах, не оплаченные на настоящий момент;<br>— срок просрочки оплаты по каждому из счетов;<br>— размер безнадежной и сомнительной ДЗ, оцененной на основании установленных внутрифирменных нормативов;<br>— кредитная история контрагента (средний период просрочки, средняя сумма кредита);<br>2) автоматизирование процесса управления дебиторской задолженностью.<br>Важно учесть, что главная причина, из-за которой предприятие должно отказаться от ведения учета и контроля ДЗ в таких программах, как Excel, связана с затруднениями быстрого обновления данных и настройки, важных для исполнения процедур утверждения;<br>3) оптимизация риска задержки возврата денежных средств и возникновения некоторых убытков можно избежать, заключив договор страхования ДЗ. |

Таким образом, по мнению авторов, управление ДЗ в системе ЭБ может значительно понизить риски, связанные с дебиторской задолженностью, укрепить финансовую

устойчивость предприятия и повысить его имидж в предпринимательской среде.

*Литература:*

1. Брунгильд С. Г. «Управление дебиторской задолженностью» — М: АСТ-2015, 161 с.
2. Галютдинова А. Р. «Проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятии и пути их устранения» — журнал «Российское предпринимательство» — том 16, номер 20 (октябрь 2015 г.).
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебник. — Мн.: Новое знание, 2014. — 681 с.

## Совершенствование системы бюджетирования в консолидированной группе компаний

Иванова Наталья Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент;

Пристupa Мария Эдуардовна, магистрант

Магнитогорский государственный технический университет имени Г.И. Носова (Челябинская обл.)

*В данной статье рассматривается алгоритм разработки бюджетов в консолидированной группе предприятий, выявляются проблемы при разработке бюджетов. Предлагаются способы решения проблем при составлении бюджетов.*

**Ключевые слова:** бюджетирование, бюджет, консолидация, группа компаний, планирование, контроль, управление

В настоящее время существуют группы компаний, представляющие из себя отдельные юридические лица, занимающиеся различными видами деятельности. Как показывает практика, данные компании обладают низкой ликвидностью, что в свою очередь ведет к снижению эффективности деятельности. Для устранения низкой финансовой результативности такие группы компаний внедряют единую систему бюджетирования.

Бюджетирование в консолидированной группе компаний — это финансовый инструмент, позволяющий руководителю эффективно и централизованно управлять деятельностью группы предприятий.

Говоря об особенностях группы компаний, стоит упомянуть об их взаимодействии друг с другом. Группы компаний связаны общими финансовыми ресурсами, которые могут быть распределены корпоративным центром. В такой ситуации решить вопрос с формированием консолидированного бюджета весьма легко. Для этого нужно собрать информацию по всем статьям бюджетов из бюджетов каждого предприятия, входящего в группу.

Для того чтобы бюджет достоверно отражал показатели деятельности предприятий, необходимо разработать единую методологию бюджетирования.

Изучая труды отечественных и зарубежных специалистов, можно найти множество алгоритмов для формирования бюджетов в группе компаний. Так, например, Григорьев О. В. в своей статье разрабатывает следующий алгоритм бюджетирования в группе компаний, состоящий из восьми этапов:

Этап 1. Формализация организационной структуры группы компаний.

Автор на этом этапе предлагает составить перечень предприятий, которые входят в группу, определить уровень подчиненности и составить схему перемещения материальных потоков внутри этой группы.

Этап 2. Определение базисных элементов бюджетной системы на уровне группы компаний.

На данном этапе происходит внедрение принципов бюджетирования, а также установление бюджетного периода.

Этап 3. Интерпретация стратегии компаний в системе ключевых показателей.

Данный этап предполагает создание стратегии развития предприятий на основе их целей. Также создается система показателей деятельности с их целевыми значениями.

Этап 4. Внедрение концепции процессного бюджетирования и выбор инструментария системы бюджетного управления на уровне подразделений группы компаний.

По моему мнению, данный этап является наиболее важным в формировании бюджета в группе предприятий. Так как здесь подробно описываются бизнес-процессы для целей бюджетирования. Для каждого бизнес-процесса высчитывается норматив и активно применяется в бюджетной системе. Также на данном этапе важно рассчитать объем потребности в ресурсах, так как неверные расчеты могут привести к снижению эффективности деятельности, а в дальнейшем может повлечь за собой убыток компаний.

Этап 5. Разработка финансовой модели системы бюджетирования подразделений группы компаний.

На данном этапе разрабатывается перечень хозяйственных операций и бюджетных статей подразделений группы. Составляются таблицы, несущие в себе описание процессно-ориентированного бюджетирования. Здесь

необходимо уделить особое внимание разработке показателей эффективности и результативности бизнес-процессов. Также автор предлагает установить на данном этапе схемы взаимосвязей и консолидации бюджетов компаний.

Этап 6. Интеграция сбалансированной системы показателей в бюджетное управление.

Данный этап предполагает формирование бюджетов стратегических мероприятий и дальнейшую их трансляцию в инвестиционные и финансовые бюджеты.

Этап 7. Внедрение методики консолидации финансовых бюджетов предприятий в общий финансовый план группы компаний.

Разрабатывается перечень консолидирующих показателей и правил их расчета. Также важно учесть то, что в холдинге могут быть и внутригрупповые обороты, которые так или иначе могут повлиять на показатели определенной компании, входящей в холдинг. На данном этапе необходимо разработать способы исключения внутригрупповых операций.

Этап 8. Организация и регламентация бюджетного процесса, формализация процедур анализа и контроля исполнения бюджета.

На данном этапе разрабатываются и утверждаются процедуры контроля над выполнением бюджета. [1]

Проанализировав алгоритм, предложенный автором, можно прийти к выводу, что данные этапы можно применить не только к целой группе предприятий, но также и к обособленной компании.

Несмотря на четко разработанный алгоритм, стоит отметить, что на каждом этапе разработки бюджета может возникнуть ряд проблем.

На раннем этапе при формировании перечня организаций, которые будут включены в бюджет, необходимо обратить внимание на целесообразность включения того или иного предприятия. Например, если организация

является убыточной или вовсе приостановила деятельность, то будет крайне нецелесообразным включать в консолидированный бюджет, так как показатели деятельности будут негативно сказываться на доле в выручке в группе компаний.

Также проблемы могут возникнуть при формировании единого принципа бюджетирования. Так как у каждого подразделения группы компаний имеется свое представление о бюджете. Руководители данных подразделений используют свои подходы к планированию доходов и расходов, детализации статей бюджета, а также их группировки. [2]

Стоит отметить и проблему с расчетом потребности в ресурсах и установление нормативов на исполнение статей бюджета. Как говорилось ранее, неверные расчеты могут привести к вынужденному финансированию со стороны группы, что может привести к корректировке всего бюджета группы.

При формировании бюджета группы предприятий возникает проблема отражения внутригрупповых операций. Для решения данной проблемы разрабатываются способы исключения внутригрупповых операций:

1. Формирование бюджетов без разбивки по контрагентам.
2. Определение доли внутреннего оборота в объеме реализации каждой бизнес единицы.
3. Расчет суммы внутригрупповой реализации, которую в дальнейшем нужно будет исключить из консолидированного бюджета.
4. Формирование консолидированного бюджета группы постатейным суммированием бюджетов компаний. Из статей бюджета исключаются суммы внутригруппового оборота. [3]

В рамках данной статьи предлагается рассмотреть краткую форму бюджета доходов и расходов группы компаний.

Таблица 1. Краткая форма бюджета доходов и расходов в группе компаний

| Статья бюджета        | Ед. изм.  | Контрагент | План          |
|-----------------------|-----------|------------|---------------|
| Выручка от реализации | тыс. руб. | Итого      | <b>50 000</b> |
|                       |           | Сторона    | 45 000        |
|                       |           | Группа     | 5 000         |
| Расходы прямые        | тыс. руб. | Итого      | <b>22 000</b> |
|                       |           | Сторона    | 20 000        |
|                       |           | Группа     | 2 000         |
| Маржинальная прибыль  | тыс. руб. | Итого      | <b>28 000</b> |
|                       |           | Сторона    | 25 000        |
|                       |           | Группа     | 3 000         |

Данные способы помогут избежать искажения показателей прибыли в группе.

Стоит отметить, что при формировании консолидированного бюджета необходимо придерживаться следующих принципов:

1. Принцип единой учетной политики. При составлении консолидированного бюджета в группе компаний используется единая учетная политика в отношении аналогичных статей имущества и обязательств, доходов и расходов подразделений, входящих в состав группы.

2. Принцип единой даты составления. Бюджеты групп компаний должны быть составлены за один и тот же период и на одну и ту же отчетную дату.

3. Принцип сквозной консолидации статей бюджета. Консолидация осуществляется путем построчного суммирования значений статей консолидируемых подразделений группы с исключением внутригрупповых оборотов.

4. Принцип постоянства использования методов консолидации и оценки. Принятые формы и методы составления консолидированных бюджетов от одного отчетного периода к другому должны применяться последовательно. [3]

Также стоит упомянуть о том, что при формировании бюджета в группе предприятий используются различные методы. В отечественной практике применяются два метода разработки бюджетов:

- традиционный метод (метод прироста);
- метод нулевого базиса.

Зачастую применяют традиционный метод бюджетирования, так как он весьма прост в осуществлении. При использовании данного метода бюджеты разрабатываются на основании прироста доходов и затрат от достигнутого уровня деятельности предприятия. Недостатком данного метода можно отметить принятие неэффективных решений достигнутого уровня, переходящее в бюджеты следующих периодов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что составление консолидированного бюджета группы компаний очень сложный и трудоемкий процесс. Система бюджетирования в группе позволяет координировать все стороны деятельности компаний, а также приложенные силы всех подразделений на достижение намеченных результатов и обеспечение высокой эффективности деятельности. Консолидированный бюджет полностью обеспечивает необходимой информацией руководителя корпоративного центра, что позволяет принимать эффективные управленческие решения по улучшению финансового состояния группы компаний.

#### Литература:

1. Григорьев О. В. // Бюджетирование в холдинге: алгоритм совершенствования. // Российское предпринимательство. — 2009 — № 12 (2).
2. Формирование консолидированного бюджета. // Финансовый директор. URL: <https://fd.ru/articles/21775-formirovanie-konsolidirovannogo-byudjeta-holdinga>.
3. Бюджет для холдинга. // Финансовый директор. URL: <https://fd.ru/articles/38495-byudjet-dlya-holdinga>.
4. Иванова Н. Е. // Организация управленческого контроля в системе бюджетирования. — Наука и современность. — 2012 — № 15–4. — С. 48–52.

## Аудит производственной логистики

Кобелева Лариса Алексеевна, студент;

Зайдуллина Лилия Камилевна, студент;

Бадыкшанова Рина Маратовна, студент

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева

*В данной статье мы провели изучение аудита производственной логистики. Особое внимание уделяется тому, какие результаты получит предприятие после проведения аудиторской проверки. Рассмотрены цели, задачи и технология проведения производственного аудита.*

**Ключевые слова:** производственный аудит, внешний аудит, внутренний аудит, критерии оценки качества логистики, организационная структура

## Audit of production logistics

Kobeleva Larisa Alekseevna, student;

Zaydullina Lilia Kamilevna, student;

Badykshanova Rina Maratovna, student

The Kazan national research technical university of A.N. Tupoleva-Kai

*In this article we have carried out studying of audit of production logistics. Special attention is paid to what results will be received by the enterprise after carrying out the audit inspection. The purposes, tasks and technology of carrying out production audit are considered.*



**Keywords:** *production audit, external audit, internal audit, criteria for evaluation of quality of logistics, organizational structure*

Важным звеном логистической системы компании является производственная логистика. От того насколько она эффективно работает зависит производительность всего бизнеса. Но как определить насколько результативно работает ваше производство, и насколько эффективно вы используете ваши производственные ресурсы? Ответить на поставленные вопросы вам поможет независимый аудит. Но это не значит, что после проведения производственного аудита эффективность вашего производства возрастет. Вследствие этого перед тем как поставить вопрос о проведении аудита производственной логистики на предприятии, необходимо понимать, для чего нам это необходимо [1].

Задачами аудита производства является:

- 1) Оценка эффективности учета и затрат;
- 2) Выявление «тонких» мест производства;
- 3) Оценка эффективности производственного планирования;
- 4) Выявление резервов повышения производительности труда;
- 5) Оценка незавершенного производства;
- 6) Выявление резервов сокращения издержек на производство;
- 7) Подготовка программы развития производства;

Технология проведения аудита производственной логистики:

- 1) Поиск и выявление «тонких» мест в производстве;
- 2) Анализ производительности и ритмичности работы цехов как основного, так и вспомогательных цехов производства;
- 3) Анализ производительности и ритмичности инфраструктуры;
- 4) Анализ всех возможностей применения принципов Бережливого производства, кайдзен, 5S;
- 5) Составление перечня проблем производственной логистики;
- 6) Разработка технических и технологических, а также информационных решений производственной логистики;
- 7) Установление стратегии развития производственной логистики;
- 8) Подготовка программы повышения эффективности производства [2].

Независимая сторона проводит оценку всех аспектов цепи поставок компании, определяет сильные и слабые стороны логистической системы компании, отслеживает тенденции, которые оказывают влияние на их формирование, определяет уровень конкурентоспособности логистической системы компании и конечно же анализирует случаи неэффективного использования ресурсов. В команде по проведению аудита присутствуют внешние эксперты, работники компании логистических и других подразделений, связанных с финансами, контролем, закупкой, маркетингом и производством, в которой

проводится аудит. После составления всех необходимых документов команда по проведению логистического аудита переходит к процедуре логистического аудита, который подразделяют на внешний и внутренний.

Внешний аудит включает проведение масштабного анализа, которые выполняется как в виде рассылки анкет, так и в виде выборочных собеседований с клиентами. Клиентами являются представители различных обслуживаемых сегментов рынка, например, производители, оптовики и другие покупатели с разным объемом закупок. Основной целью является отражение информации о бизнесе и продукте. Этого можно достичь с помощью сбора информации о взаимодействии между логистическими системами продавца и клиентов, информация запрашивается не только текущая, но и в будущей конкурентной среде. Более детальные собеседования позволяют получить достаточное количество данных, после обработки которых можно разработать стратегию логистики [3].

Внутренний аудит начинается с подробных интервью с руководством компании, перед этим заранее готовятся вопросы из следующих управленческих функций: обслуживание клиентов, управление заказами, транспортировка, складирование, прогнозирование и управление запасами, финансовый контроль и бухгалтерский учет, обработка данных.

Критериями оценки качества логистики на производстве является:

1) Эффективность обслуживания клиентов. К ним относятся время выполнения цикла заказа, коэффициент удовлетворения спроса, стабильность времени выполнения заказов, статистика реагирования на запросы клиентов, способность изменять полученный заказ, способность менять время доставки заказа, способность учитывать производственные графики, а также способность заменить один продукт другим.

2) Эффективность логистики или затраты, которые связаны с выполнением каждого из следующим видов деятельности. Ими могут быть транспортировка, складирование, управление запасами, закупки поступление и обработка заказов и другие.

3) Умение использовать такие активы как запасы, складские сооружения.

4) Приемы и показатели работы конкурентов по характеристикам клиентов и использовании активов, принадлежащих компании [4].

По окончании работы руководству компании предоставляется отчет, в котором присутствует:

- кратко изложенная задача, поставленная руководством компании — заказчика;
- краткая информация, о существующем производстве компании — заказчика и базовых технологических решений;

Таблица 1. Организационная структура службы логистики на предприятии

| Директор   |   |  |
|--|---|--|
| Снабжение  | Производство  | Сбыт   |
| 1) Контроль состояния запасов материальных ресурсов. | 1) Контроль и управление запасами на всех стадиях производства. | 1) Управление и контроль запасами готового продукта. |
| 2) Транспортировка сырья.                            | 2) Производственное планирование.                               | 2) Выполнение операций на складах готовой продукции. |
| 3) Выполнение разгрузки и погрузки.                  | 3) Производственное складирование.                              | 3) Транспортировка готового продукта.                |
| 4) Размещение складов снабжения.                     | 4) Подготовка бюджета производства.                             | 4) Подготовка бюджета сбыта.                         |
| 5) Подготовка бюджета закупок.                       |   |  |

- решения, предложенные консультантом, которые могут обеспечить предприятие требуемыми характеристиками производства;
- инвестиционные расчеты, то есть укрупненная оценка необходимых инвестиций и примерных сроков возврата инвестиций.

Таким образом, результаты проведения аудита производства предполагает повышение производительности труда до 40 %, ритмичность работы производства может повыситься до 30 %, так же повышается качество выпускаемой продукции до 15 %. После проверки затраты на производство сокращаются до 25 %. Но это еще не все так, например, после аудиторской проверки высвобождение оборотных средств в НЗП происходит до 70 % [5].

#### Литература:

1. Логистический аудит производства. [Электронный ресурс] / URL: [http://www.1bestlog.ru/production\\_logistics\\_audit.html](http://www.1bestlog.ru/production_logistics_audit.html) (дата обращения: 10.04.2017).
2. Применение методики выездного экспресс аудита для оценки состояния производственных процессов предприятия / В. М. Бабушкин, Р. Ф. Гарифуллин, О. Е. Зилянева // Вестник Казанского государственного технического университета им. А. Н. Туполева. 2015. Т. 71. № 3.
3. Логистика снабжения / Эльяшевич И. П., Сергеев В. И. // Учебник для бакалавриата и магистратуры // 3-е изд., пер. и доп.
4. Разработка сценариев и экономическая оценка реализации программы повышения эффективности организации производственных процессов предприятия / В. М. Бабушкин, Н. В. Ведин, А. Р. Сафиуллин, Ш. М. Валитов // Вестник Казанского государственного технического университета им. А. Н. Туполева. 2015. — № 3. С. 98–100.
5. Управление производством. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/tehnologicheskii-audit.html> (дата обращения: 12.04.2017).

## Основные направления развития малого бизнеса в условиях экономического кризиса

Кривошеев Сергей Владимирович, старший преподаватель  
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

*В условиях продолжающегося экономического кризиса в России предпринимателю все сложнее извлекать высокую норму прибыли, работая в традиционных сферах деятельности, что побуждает его искать новые направления и рыночные ниши с меньшей конкуренцией и более высокой прибылью.*

**Ключевые слова:** малый бизнес, государственная поддержка, прибыльные направления бизнеса

В последние десятилетия малый бизнес стал активно внедряться в инновационный процесс. Кроме того, малый бизнес способствует формированию среднего класса, составляющего в мировой хозяйственной системе значительную долю экономически активного населения. Именно

с развитием функций малого и среднего бизнеса связано возрастание его роли в экономике ведущих западных стран [3].

В нашей стране доля малого предпринимательства не превышает 22 %, в то время как в США она равняется

50 %, а в Китае — 60 %. Поэтому в этих государствах развитие и поддержка бизнеса — приоритетные направления. [1]

В 2016 году в России гораздо больше компаний могли отнести себя к малым предприятиям и воспользоваться соответствующими льготами, поскольку были пересмотрены соответствующие критерии признания. К сожалению, в условиях экономического кризиса первым страдает малый бизнес, как наименее защищенный от внешних экономических воздействий. Несмотря на многочисленные попытки правительства поддержать малое предпринимательство (налоговые каникулы, субсидии, максимально возможное снижение налоговой нагрузки и прочие меры) за первое полугодие 2016 закрылось 650000 единиц малого бизнеса.

Основным событием 2017 года уже можно назвать старт нового реестра для малого и среднего бизнеса. Причем инициатива принадлежит ведомству экономического развития, где даже наблюдается критика в отношении медленного запуска процесса. И если по предварительным планам, старт осуществится к началу следующего года, тогда частным предпринимателям станет гораздо легче работать. Новый запуск будет автоматическим, когда со стороны бизнесменов никаких действий не потребуется. Не нужно будет тратить время на сбор документации и прочих бумаг, что всегда представляло собой проблему. Плюс ко всему, участникам теперь можно будет рассчитывать на бюджетные деньги, которые выделены правительством в качестве поддержки. Как только запланированный реестр запустят, то контрольные частые проверки бизнеса будут сокращены. Фактически, те компании, которые будут числиться в реестре, вообще перестанут проверять. Разумеется, исключением станут пожарные инстанции, Роспотребнадзор и промышленный контроль, так как в этом случае речь идет уже не про развитие дела, а про безопасность окружающих граждан. [2]

Дополнительным подспорьем малому бизнесу безусловно станет возможность получения гранта, где выделенную «помощь» отдавать не придется. Но, перед правительством придется отчитываться: куда и на что были потрачены средства. То есть, это полный отчет о целевом направлении финансов. Итак, всего предлагается несколько вариантов такой безвозмездной помощи:

1) Грант, который выдается из регионального бюджета начинающим предпринимателям. Как правило, сумма не превышает трехсот тысяч рублей, где 50 процентов от общей суммы оплачивает сам коммерсант, а половину расходов берет на себя государство.

2) Субсидии выдаются опытным бизнесменам, которые запланировали расширить свое уже перспективное дело. Эти деньги выдаются на закупку нового оборудования или на покупку активов, где государственная поддержка достигает 90 %.

3) Грант для безработных подразумевается для той категории населения, которая из-за кризиса попала

под сокращение, и имеет официальный статус «безработный». Это временная финансовая поддержка граждан, которые взамен обязуются найти себе работу.

Данные меры в совокупности с отсутствием повышения налоговой нагрузки и смягчением рядом банков условий кредитования малого бизнеса дает дополнительные возможности предпринимателям. [2]

Перспективными направлениями, по мнению экспертов, сейчас являются отрасли, связанные с экспортом, и те отрасли, которые позволяют минимизировать использование иностранного сырья и комплектующих. В их числе сельское хозяйство, финансовые и высокотехнологичные проекты. В этих же сферах проще всего будет получить господдержку в 2017 году.

Эксперты аналитического департамента компании VNC Brokers к перспективным направлениям, ориентированным на экспорт, относят нефтегазовую отрасль, тяжелое машиностроение и сталелитейную промышленность, а к тем, которые могут работать с российским сырьем и оборудованием, — фармацевтику и сельское хозяйство, в особенности производство зерновых.

Ниже рассмотрим наиболее перспективные области для работы малого бизнеса на текущий момент.

*1) Производство экологически чистых продуктов, фермерство.*

В России правительство решает, какие отрасли нуждаются в субсидировании, и частично может компенсировать труднодоступный капитал. Раньше упор делался на сельское хозяйство и в следующем году, судя по структуре расходов федерального бюджета, будет делаться на него же. Успешным может стать проект по производству качественных продуктов питания, особенно молочной продукции. Сейчас прилавки магазинов завалены некачественными молоком, сырами, сметаной, изготовленными с применением дешевого пальмового масла, а вот качественные сыры в большом дефиците.

Такие проекты сейчас активно развиваются: во многих деревнях открываются местные сыроварни, где фермеры варят сыры по европейским технологиям. Например, ферма-сыроварня «Деревня» неподалеку от Санкт-Петербурга производит молочные продукты и организует дегустации и экскурсии для туристов.

Программы импортозамещения могут повлиять на рост агропромышленного комплекса. Те сферы экономики, которые действительно выиграли от санкций, например, сельскохозяйственные предприятия, могут субсидироваться напрямую из госфондов, к тому же достаточно высока вероятность снятия американских санкций уже в ближайшее время, что позволит российским банкам снова получить доступ к длинному финансированию, а значит, у банков будут дополнительные возможности для более широкого кредитования бизнес-проектов.

В реальности большинству проектов в сельском хозяйстве сложно получить поддержку, но их поддерживает высокий интерес покупателей.

Алексей Грибин из Санкт-Петербурга, основатель бренда «7 берез», под которым выпускается березовый сок, признается, что не всегда просто соответствовать условиям государственных грантов, положенным начинающим фермерам. Малым производителям не всегда удобно оформлять людей в штат официально, особенно если основная часть работников привлекается на определенный сезон. При этом создание рабочих мест является одним из основных требований при предоставлении гранта.

При этом надо учитывать, что успех отрасли не гарантирует успех каждого отдельного предприятия. В 2016 году Россия установила рекорд по сбору зерновых в сельском хозяйстве, однако рост этой индустрии обеспечивается за счет крупных агрохолдингов, которые аккумулируют в себе большой опыт и ресурсы, в то время как сами фермеры разоряются и уходят с рынка.

Продолжает расти мода на местные фермерские продукты, которыми сейчас интересуются и другие страны, например, Китай. К примеру, магазин «Кудесник» в Екатеринбурге работает в этом направлении, стараясь распределять сезонность между продажами и производством. Поставки идут со всей России: иван-чай и одуванчики — с Урала, томаты и перцы — с Кубани, ягоды — из Сибири, Карелии и Архангельской области.

Агропромышленность автоматически дает дорогу множеству зависимых от нее проектов, которые заинтересованы в качественных поставщиках сырья. Например, компания «Икс-Терра» из Санкт-Петербурга производит органические масла холодного отжима и взаимодействует с поставщиками льна из Ярославля и Пензы, подсолнечника — из Алтая и Краснодарского края, тыквы — из Бийска и Волгодонска. При этом производителям продуктов питания обязательно нужно разрабатывать свои ТУ и приводить в порядок документы, хотя как раз это небольшие фермерские хозяйства делать не хотят.

## *2) Вложения в финансовые и высокотехнологичные проекты.*

В 2017 году можно ждать роста стоимости финансовых организаций, которые относятся к бизнесу первого эшелона. За этим последует развитие традиционного бизнеса, использующего разработанные технологии, а во второй половине 2018 года и в 2019 году — развитие высокотехнологичных проектов.

Наиболее перспективными в 2017 году будут традиционные направления: финансы, банки, долговые рынки, слияния и поглощения. А менее привлекательными станут посредники на рынке ценных бумаг, банковское кредитование и депозиты.

К перспективным направлениям бизнеса в 2017 году также относится разработка сервисов на нейронных сетях, 3D-принтеры и робототехника. В качестве примера в данном случае интересен проект инженера-предпринимателя из Иркутска Никиты Чен-юн-тая, который создал компанию «Апис-Кор», применив принцип 3D-печати к строительству, и теперь продает технологию автоматизированной

укладки по предзаказам строительным фирмам по всему миру. Впрочем, предприниматель отмечает, что в России подобные проекты пока недостаточно востребованы.

Из высокоинтеллектуальных секторов большой перспективой роста обладают такие сектора, как Big Data, интернет вещей, носимые гаджеты, роботы и проекты, связанные со здравоохранением. Именно потому, что вход на эти рынки ограничен: слишком высокие компетенции — знания, доступ к технологиям и деньгам — должны быть у основателей такого рода бизнесов.

Безусловно, высокотехнологичные проекты, связанные с роботопроектированием и 3D-печатью, очень привлекательны как с точки зрения прибыльности, так и возможности решать социальные проблемы современности. Пример из жизни: один из проектов, заявленных на премию «Стартап года» в номинации «Лучший социально значимый стартап», предлагает при помощи 3D-печати изготавливать удобные креативные фиксаторы для тяжело травмированных людей.

Робототехника действительно требует серьезных знаний и умений, поэтому раньше в этой сфере могли закрепиться только крупные игроки, но в последнее время небольшим проектам стало проще выйти на рынок. Компоненты для создания роботов стали дешевле и доступнее благодаря развитию рынка смартфонов и 3D-печати. В Китае роботы уже активно заменяют наемных работников: в городе Куньшань недавно открылся ресторан, в котором роботы выполняют почти всю работу — встречают гостей, обслуживают столики и даже готовят еду.

На российском рынке тоже появляются удачные проекты, связанные с роботами. Например, пермский проект Promobot уже продал больше 20 роботов-снегоуборщиков и роботов-промоутеров. Стоимость одного такого робота составляет 300 000–600 000 руб. Компания вышла на самоокупаемость уже в первый год. Недавно компания Promobot победила в конкурсе инноваций GenerationS в рамках международного форума «Открытые инновации» и заключила новый крупный контракт на поставку роботов.

Популярностью пользуются самые разные роботы, в том числе игрушечные. Например, московская компания «Амперка» продает конструкторы для создания роботизированных игрушек своими руками. К концу года продажи компании должны превысить 50 млн руб. Весной этого года технологический центр «Т-Нано» вложил около \$1 млн в другой российский стартап Toytemic Inventions, который разрабатывает игрушечных роботов для детей.

В мире активно развиваются финтехпроекты, которые работают на стыке технологического и финансового секторов. Например, чешский технологический сервис Verified, запущенный Бабаком Махдианом, приносит миллионы долларов, помогая банкам и страховым компаниям в Европе и Азии распознавать фотографии потенциальных клиентов и отсеивать мошенников.

В этой сфере не обходится без сложностей, в России например сложно развивать сервисы финтеха, так как эта



отрасль регулируется Центробанком, и также нужно подстраиваться под партнерские банки и следовать множеству правил.

Интересный проект был создан командой компании «Даурия Аэропейс», разработка и продажа коммерческих спутников — хороший пример того, что частная космонавтика возможна и в России. Если рассматривать с меньшими затратами, то интересными выглядят инвестиции в область обработки больших массивов данных. Сейчас эта тема очень актуальна, даже госструктуры понемногу начинают проявлять интерес к обработке актуальной информации в режиме реального времени. А вот рынок мобильных платежей, казавшийся ранее весьма перспективным, оказывается уже поделенным между крупными игроками в лице Сбербанка, Samsung, Apple».

Проект Countbox Константина Дубинина из Москвы с оборотом в 60 млн руб. в год, считающий посетителей магазинов и анализирующий их данные (пол, возраст, национальность и настроение) с помощью специальных камер, недавно привлек почти 1 млн евро в Ирландии. В будущем создатель планирует усовершенствовать технологию и разработать нейросеть, которая будет собирать информацию из соцсетей потенциальных покупателей, предсказывать доходы и подстраиваться под покупателей.

### 3) Логистика и франчайзинг.

Экономическая политика постепенно переориентируется на экспорт и повышение спроса на отечественные товары из-за развития и удешевления логистики.

Глобальный рынок в развитии совершит в 2017 году отрасль логистики. Для этого есть ряд стимулов, в том числе первоначально не совсем приятных для логистов. Закон Ирины Яровой по принципу домино обязывает логистов проверять некоторые свойства перевозимого груза, что в течение следующих шести-девяти месяцев приведет к резкому увеличению затрат и сделает целый ряд крупных логистов невыгодными для сотрудничества. Появляется множество ИТ-сервисов, которые напрямую связывают перевозчиков и заказчиков, в 2017 году мы увидим лавинообразное появление российских аналогов таким международным проектам интеллектуальных транспортных систем, как NAUTO, Routific, Cargomatic и многих других.

Бизнес, работающий под знаменитыми известными брендами на условиях франшизы будет очень привлекательным для покупателей, так как такие предприятия дают покупателю уже готовую действующую бизнес-модель, четкие алгоритмы работы, маркетинг и гарантируют узнаваемость на рынке и входящий поток клиентов.

Франчайзинг также хорош тем, что позволяет предпринимателям развивать свое дело и в больших, и в маленьких городах.

К сожалению, у большинства россиян нет высоких компетенций, поэтому надо смотреть на секторы попроще, например, полезный фастфуд, создание гибких медиапроектов, грамотное использование франшиз. Такого рода

бизнесы доступны уже многим, как по опыту, так и по размеру инвестиций.

Модель привлекательна для начинающих бизнесменов, ведь владелец франшизы обычно помогает найти подходящее место для предприятия, продумать дизайн и функционал помещения.

Франшиза становится удачным вариантом в кризис — не нужно тестировать бизнес-модель, она уже проверена. Франшиз на рынке очень много во всех сферах, в России их уже больше полутора тысяч. Как правило, начинающие франчайзи ориентируются на различные рейтинги и выбирают наиболее известные проекты — к ним проще привлечь клиентов. Стоимость такой франшизы варьируется от 150000 до 15 млн руб.

### 4) Вложения в социальные проекты.

Социальный бизнес не так быстро приносит доходы, как высокотехнологичные стартапы, зато его проще запустить — социальные проекты всячески поддерживаются государством и различными фондами и не требуют специализированных знаний. Фонд развития интернет-инициатив дает 800000 руб. деньгами и 600000 руб. в виде бесплатной акселерационной программы любой команде, которая предложит внятный интернет-проект. Многие из них имеют социальный аспект, взамен фонд берет 7% акций стартапа. Таким образом, поддержку получили уже около 120 стартапов. Государство также постоянно обсуждает поддержку бизнеса и хочет дать регионам право предоставлять налоговые льготы на два года предприятиям, работающим в промышленности, науке или социальной сфере.

Особое внимание стоит обратить на проекты для пожилых людей. Население всей планеты быстро стареет. В России к 2030 году будет жить более 40 млн человек пенсионного возраста, это на 7 млн больше, чем сейчас. Востребованными станут любые разработки, связанные с медициной и развлечениями для пожилых людей. Таких проектов на рынке очень мало, они только начинают появляться. Например, внимание экспертов в этом году заслужил агрегатор социальных и развлекательных мероприятий для людей старшего поколения Баба-Деда.

Благодаря моде на здоровый образ жизни востребованы различные оздоровительные и развивающие центры для детей и подростков. Удачным можно назвать детский оздоровительный центр «Здравствуй» в Подмоскowie. В нем обычные ребята и дети с ДЦП могут общаться, играть и заниматься спортом вместе. За первые полтора года существования центра его посетили более 1200 детей.

В сфере социального предпринимательства перспективные направления — это досуговые развивающие центры для детей, экологическая переработка отходов, частные медицинские центры, а также пансионаты для пожилых людей. Новые горизонты сейчас открываются и для сельскохозяйственных проектов. В умах молодых бизнесменов рождается очень много креативных инновационных идей. Вот лишь некоторые примеры: инвалидная коляска — ступенькоход; беспроводной прибор, позволяющий измерять



и контролировать температуру зерна в хранилищах; экологичная технология переработки пластика в тротуарную плитку, черепицу и полимерные колодезные люки.

Экологичная переработка отходов — практически незанятая ниша. Единственный известный пример подобного бизнеса — проект Романа Себекина, молодого предпринимателя из Волгограда, который занимается переработкой всех видов пластика в строительные материалы, а также организует отдельный сбор отходов и разрабатывает новые виды стройматериалов. Бизнес существует уже 11 лет и постоянно привлекает внимание американских и европейских инвесторов.

#### 5) Разработка мобильных приложений и программ.

Несмотря на преобладание на рынке топовых игроков, о чем было сказано выше, в этом сегменте еще есть свободные ниши.

Наиболее перспективным направлением для запуска бизнеса в 2017 году, если речь идет о молодежном предпринимательстве, является разработка проектов мобильных приложений. Простота и доступность товаров и услуг — один из определяющих критериев высоких продаж.

Среди пользователей сейчас наиболее востребованы приложения с полезным функционалом: системы бронирования, заказ такси, доставка еды, финансовое планирование. Популярны корпоративные приложения, которые используются для упрощения внутренних коммуникаций внутри компании. Но мобильное приложение сложно монетизировать, поэтому компании чаще используют его как инструмент для привлечения новых клиентов и сохранения лояльности постоянных клиентов.

#### Литература:

1. Медынский В. Г., Скамай Л. Г. Инновационное предпринимательство: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 589 с.
2. Высоцкая Т. Р. К вопросу применения МСФО предприятиями малого и среднего бизнеса в России // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. — 2016. — № 3 (25). — С. 59–62.
3. Ковалева Л. И., Пономарева Н. В. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса со вступлением России в ВТО // Налоговая политика и практика. — 2013. — № 9–1 (129). — С. 38–43.

## Профессиональные стандарты как основа изменения системы обучения персонала компании

Пермякова Софья Алексеевна, магистрант;

Шендель Татьяна Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент, научный руководитель  
Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М. Ф. Решетнёва (г. Красноярск)

*В статье раскрыто понятие «профессиональный стандарт», выявлено его сущностное значение для работодателей. Исследована система обучения персонала энергетической компании Красноярского края. В результате предложено ее изменение, направленное на приведение в соответствие персонала занимаемым должностям с учетом требований профессиональных стандартов.*

**Ключевые слова:** система обучения персонала, профессиональный стандарт

## Professional standards as the basis of change in the system of training of company personnel

*In the article the concept “professional standard”, identified its essential value to employers. Studied the system of training of personnel of power companies in Krasnoyarsk region. Consequently, the proposed modification is aimed at aligning staff to posts subject to the requirements of professional standards.*

**Key words:** the system of personnel training, professional standard

В настоящее время требования к уровню образования и квалификации персонала диктует научно-технический прогресс. Производство и технологии развиваются,

изменяющийся рынок труда требует постоянного развития профессиональных навыков и компетенций работников. Однако, квалификационные справочники постепенно

устаревают: в них нет новых профессий, либо их описание не соответствует действительности. Именно этим обусловлена потребность в изменении действующей системы квалификаций. Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих и Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих заменились системой профессиональных стандартов.

Интернет источники, посвященные этой тематике, определяют профессиональный стандарт как «многофункциональный нормативный документ, определяющий в рамках конкретного вида экономической деятельности (области профессиональной деятельности) требования к содержанию и условиям труда, квалификации и компетенциям работников по различным квалификационным уровням» [2].

Особо отметим значимость профессиональных стандартов при решении задач по созданию системы сертификации персонала и оценки уровня квалификации работников, разработке образовательных стандартов и программ обучения в соответствии с требованиями работодателей, организации обучения персонала.

Данные обстоятельства не противоречат статье 196 Трудового кодекса Российской Федерации, разъясняющей «права и обязанности работодателя по подготовке и дополнительному профессиональному образованию работников» [4]. Подготовка работников и их дополнительное профессиональное образование осуществляются работодателем на условиях и в порядке, которые определяются коллективным договором, соглашениями, трудовым договором, положением по обучению и развитию персонала.

В случаях, предусмотренных федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, работодатель обязан проводить профессиональное обучение или дополнительное профессиональное образование работников, если это условие для выполнения ими определенных видов деятельности.

Поэтому система обучения сотрудников интегрирована в систему управления персоналом компании в виде ее подсистемы. В этой связи рассмотрим изменение системы обучения персонала на примере энергетической компании Красноярского края. Это и определило необходимость ее исследования.

При исследовании системы обучения в первую очередь определяется потребность в обучении персонала компании. В этой связи в энергетической компании Красноярского края проведено анкетирование административно-управленческого персонала. На вопросы ответило 500 сотрудников компании, из них 100 руководителей структурных подразделений, их заместители и 400 главных специалистов и их заместители, инженеры и другие специалисты, не занятые непосредственно на производстве. В результате определено число сотрудников: 43 % или 215 сотрудников, не соответствующих требованиям профессиональных стандартов по занимаемым должностям.

Особо отметим, что уволить сотрудников, не соответствующих требованиям профессиональных стандартов, работодатель не может. Данное основание увольнения не предусмотрено Трудовым кодексом Российской Федерации. Трудовой договор расторгается в случае несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации. Если это произошло, данные факты должны быть подтверждены результатами аттестации (п. 3 ч. 1 ст. 81 ТК РФ) [1].

Однако, «несоблюдение требования о применении профессиональных стандартов может повлечь за собой административную ответственность юридического лица в виде штрафа до 50 тыс. руб. (ч. 1 ст. 5.27 КоАП РФ). Складывающаяся судебная практика такова, что работодатель может быть привлечен к ответственности за каждое отдельно взятое нарушение (Постановление ВС РФ от 15 августа 2014 г. № 60-АД14–12)» [3].

Данный факт ставит перед компанией выбор либо обучить персонал за счет финансовых ресурсов компании, либо в будущем возмещать штраф, который составит 10750000 рублей (215 нарушений \* 50 000 руб.). Причем при более обширном исследовании таких сотрудников может оказаться больше, поскольку для расчета принято выявленное количество сотрудников как постоянное.

Итак, наглядно в таблице 1 отражено несоответствие образования руководителей компании требованиям профессиональных стандартов.

Поэтому, руководствуясь ст. 195.3 Трудового кодекса Российской Федерации, согласно которой вводятся профессиональные стандарты, компания изменила положения о подразделениях и должностные инструкции. В таблице 2 представлены фрагменты измененных локальных нормативных актов компании: «Положение о департаменте управления персоналом и организационного проектирования», «Положение об отделе оформления трудовых отношений и развития персонала» энергетической компании Красноярского края.

Далее представим алгоритм изменения системы обучения персонала энергетической компании Красноярского края в соответствии с требованиями профессиональных стандартов.

Шаг 1. Департаменту управления персоналом компании необходимо в письменном виде предложить сотрудникам, не соответствующим требованиям профессиональных стандартов, пройти обучение в том учебном заведении и по тому профилю подготовки, который им необходим. Дополнительно целесообразно указать условия оплаты за обучение и возможности для предоставления учебного отпуска. В случае согласия сотрудника компания обязуется взять на расходы на обучение. В противном случае проводится аттестация персонала, следствие — расторжение трудового договора.

Шаг 2. Разработка дополнительного соглашения к трудовому договору об обучении сотрудника за счет средств работодателя.

Таблица 1. Реальное и требуемое образование АУП департамента управления персоналом энергетической компании Красноярского края

| Должность   | Образование, требуемое в компании   | Реальное образование сотрудника   | Соответствие / Несоответствие   |
|---|---|---|---|
| Начальник департамента управления                                   | Высшее профессиональное образование по направлению экономика и управление в отрасли энергетики  | Высшее профессиональное юридическое и экономическое образование в аэрокосмической отрасли. Курсы по направлению «Управление персоналом» | Несоответствие. Требуется получение высшего профессионального образования по направлению управление персоналом в энергетической отрасли |
| Начальник отдела оформления трудовых отношений и развития персонала | Высшее профессиональное образование по направлению экономика и управление в отрасли энергетики или высшее профессиональное образование при наличии диплома о профессиональной переподготовке по направлению «Управление персоналом» | Высшее профессиональное педагогическое образование (учитель начальных классов). Курсы по направлению «Управление персоналом»            | Несоответствие. Требуется пройти обучение по направлению управление персоналом в энергетической отрасли                                 |

Таблица 2. Требования к уровню образования, квалификации, стажу работы по специальности, опыту руководящей работы и группе электробезопасности начальника ДУПиОП и начальника ООТОиРП

| Начальник департамента управления персоналом и операционного проектирования |   |
|---|---|
| Критерий  | Требования  |
| Образование   | Высшее профессиональное образование по направлению экономика и управление в энергетической отрасли  |
| Дополнительное образование  | Нет   |
| Квалификация  | Экономист, менеджер, юрист  |
| Минимальный стаж работы по специальности                                    | 6 (шесть) лет   |
| Опыт руководящей работы   | 3 (три) года  |
| Группа электробезопасности  | Первая  |
| Начальник отдела оформления трудовых отношений и развития персонала         |   |
| Критерий  | Требования  |
| Образование   | Высшее профессиональное образование по направлению экономика и управление или высшее профессиональное образование при наличии диплома о профессиональной переподготовке по направлению «Управление персоналом» в энергетической отрасли |
| Дополнительное образование  | Нет   |
| Квалификация  | Экономист, менеджер   |
| Минимальный стаж работы по специальности                                    | 3 (три) года  |
| Опыт руководящей работы   | Не требуется  |
| Группа электробезопасности  | Первая  |

Шаг 3. Мониторинг высших учебных заведений и центров переподготовки и повышения квалификации. Это позволит определить оптимальный вариант для обучения персонала компании. При этом следует учитывать, что выбор учебного заведения должен быть в пользу учреждений, связанных с энергетической отраслью и имеющих государственную аккредитацию, выдающих дипломы установленного образца. Результаты мониторинга представлены в таблице 3. Особо отметим, что множество обучающихся организаций не соответствуют заданным параметрам.

Исходя из данных таблицы 3, можно утверждать, что переподготавливать кадры следует в Сибирском Федеральном

университете. Причем, переподготовка кадров не учитываются, если у сотрудника не выполнено требование к основному высшему образованию.

При выборе формы обучения следует учитывать загруженность специалистов: заочная форма позволит получить достаточную подготовку и снизит риски «выгорания» обучающихся. Дополнительно это влечет положительные социально-психологические эффекты: смена обстановки, новые знакомства, получение профессионально важных знаний, умений и навыков, возможность применить их в работе. Длительность такого обучения для каждого сотрудника будет одинаковой — 5 лет. По его завершению выдается

диплом установленного образца с присвоением степени бакалавра в энергетической отрасли. В результате это позволит увеличить мотивацию сотрудников. Во-первых, преодолеть страх перед потерей высокооплачиваемой

престижной работы. Во-вторых, желание развивать свой интеллектуальный потенциал. На таких условиях у персонала возникнет понимание, что компания их ценит, заинтересована в сохранении кадров и способствует их развитию.

Таблица 3. Мониторинг высших учебных заведений и центров переподготовки и повышения квалификации города Красноярск

| Учебное заведение  | Направление подготовки, переподготовки или повышения квалификации         | Стоимость обучения за 1 семестр | Сроки обучения                    | Форма обучения | Комментарии  |
|--|---|---------------------------------|-----------------------------------|----------------|--|
| Сибирский федеральный университет. Дополнительное профессиональное образование | Электроэнергетика и теплотехника  | 18 700                          | 5 лет                             | Заочная        | Образовательные программы разрабатываются индивидуально для отдельных слушателей и компаний                  |
|  | Автоматизация технологических процессов и производств                     | 20 500                          | 5 лет                             | Заочная        |  |
|  | Экономика предприятий и организаций (энергетика)                          | 29 700                          | 5 лет                             | Заочная        |  |
|  | Управление человеческими ресурсами (энергетика)                           | 29 700                          | 5 лет                             | Заочная        |  |
| Корпоративный энергетический университет                                       | Профессиональная подготовка энергоаудиторов и энергоменеджеров            | Цена договорная                 | От 8 до 18 месяцев (от 256 часов) | Дистанционная  | Выдается диплом о профессиональной переподготовке с правом ведения нового вида профессиональной деятельности |
| Сибирский корпоративный энергетический учебный центр                           | Предлагает составить учебные программы в соответствии с нуждами заказчика | Цена договорная                 | -                                 | -              | Выдает дипломы, свидетельства и сертификаты об окончании обучения.   |

#### Литература:

1. Обязательны ли профессиональные стандарты для работодателей: мнение Минтруда России [Электронный ресурс] / Совет по профессиональным квалификациям финансового рынка. Ассоциация участников финансового рынка. — 2016. — URL: <http://asprof.ru/about/smi-o-ps/pub/36> (дата обращения: 20.05.2016).
2. Профессиональные стандарты [Электронный ресурс] / Профессиональные стандарты. — 24 февраля 2014 г. — URL: <http://profstandart-kadry.ru/2014/02/24/professionylnye-standarty/> (Дата обращения: 19.02.2017).
3. Профессиональные стандарты: все ли работодатели должны их соблюдать? [Электронные ресурсы] / Гарант.ру. Информационно-правовой портал. — 16.03.2016. — URL: <http://www.garant.ru/article/702664/> (дата обращения: 20.05.2016).
4. Ст. 196 Трудового кодекса Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015).

## Автоматизированная система мотивации деятельности структурных подразделений вуза

Поняшова Анастасия Сергеевна, руководитель центра информационных систем;

Безносков Платон Петрович, заместитель руководителя центра информационных систем;

Гальчич Максим Александрович, кандидат экономических наук, доцент;

Мазеин Константин Валерьевич, ведущий программист;

Козырь Александр Алексеевич, заместитель руководителя центра;

Ефимов Виталий Анатольевич, ведущий программист;

Храмов Сергей Вячеславович, ведущий программист

Российский государственный социальный университет (г. Москва)

Система мотивационного стимулирования создана для достижения приоритетных целей в развитии вуза, по средством управления и поощрения деятельности внутривузовских подразделений и служб. Материальное стимулирование является составной частью мотивации труда и отражает материальные аспекты такой мотивации [1].

Консолидированный мотивационный бюджет формируется за счет бюджетов институтов/факультетов университета.

Разработанная автоматизированная система организационно-экономических основ управления и стимулирования деятельности структурных подразделений вуза (АС — «Мотивация») предназначена повысить эффективность управления институтами/факультетами за счет формирования бюджета на основе оценки количественных и качественных показателей эффективности работы кафедр [2].

В основе системы лежит продукционная база знаний наполненная правилами развития деятельности институтов/

факультетов в зависимости от основных целей развития деятельности вуза [3].

Правила заложенные в базу знаний учитывают основные аккредитационные показатели деятельности учебного заведения и помогают дать количественную оценку качественных показателей работы, а так же, за счет влияния на размер материального поощрения, оказывают воздействие на дальнейшее развитие деятельности структурного подразделения вуза.

Правила имеют следующую структуру:

*ЕСЛИ {цель развития вуза} ТО {аттестационный показатель} ДЛЯ {институт} РАВНО {значение}.*

Примером правила заложенного в базу знаний может являться следующее выражение:

*ЕСЛИ повысить качество образования ТО обеспечить всех дисциплин Учебно — методическими комплексами ДЛЯ механического факультета РАВНО 100.*

Каждое правило в свою очередь имеет приоритет (таб. 1):

Таблица 1. Соответствие приоритета правила количественной оценке

| Приоритет            | Количественная оценка | Диапазон значений по правилу соответствующий данной оценке ( $\geq$ ) |
|----------------------|-----------------------|---|
| Отлично              | 1                     | 95  |
| Хорошо               | 0,75                  | 75  |
| Удовлетворительно    | 0,5                   | 50  |
| Не удовлетворительно | 0,25                  | 45  |

При этом диапазон значений задается для каждого правила свой, а количественная оценка остается неизменной.

В итоге на основании соответствия каждого факультета правилам формируется так называемый «вес» факультета и на основании данного веса, и рейтинга факультета рассчитывается размер стимулирующей выплаты данному факультету.

Перерасчет бюджетов и стимулирующих выплат происходит как минимум два раза в год в процессе перерасчета цели, а соответственно и правила могут уточняться, что повлияет на последнюю часть стимулирующей выплаты в летний период.

Алгоритм заложенный в основу автоматизированной системы организационно-экономических основ управления

и стимулирования деятельности структурных подразделений вуза помогает определить распределение мотивационного бюджета между факультетами основываясь на соответствие каждого факультета правилам заложенным в базу знаний, а также рейтинга факультета [4].

Разработанная система тесно взаимодействует с другими подсистемами АСУ вуз. Порядок взаимодействия между подсистемами регламентирован внутренними правилами и нормами вуза и описан в регламенте взаимодействия между подсистемами АСУ вуз.

Разработанная системы организационно-экономических основ управления и стимулирования деятельности структурных подразделений вуза необходима для гибкого управления учебным заведением она поможет оптимизировать



распределение и расходование средств направленных на достижение стратегических целей, через материальное

стимулирование ППС за достижение необходимых результатов.

#### *Литература:*

1. Поняшова А. С., Безносков П. П., Храмов С. В., Мазеин К. В., Ефимов В. А., Гальчик М. А. Электронный университет на базе социальных карт москвича. Архитектурно-функциональное решение // журнал «Молодой ученый» № 21 (155), май 2017.
2. Ханова А. А. Системный анализ эффективности управления ресурсами морского порта / А. А. Ханова, А. С. Манешина // Сб. трудов XIX междунар. научн. конф. «Математические методы в технике и технологиях — ММТТ-19» в 10 т. Т. 10 Секция 11 / под общ. Ред. В. С. Балакирева. — Воронеж: Воронеж. гос. технол. акад., 2006. — С. 102–104.
3. Поняшова А. С. Анализ эффективности использования ресурсной базы морского порта с помощью имитационного моделирования / А. С. Поняшова, А. А. Ханова // Сб. трудов XX междунар. Науч. конф. «Математические методы в технике и технологиях — ММТТ-20» в 10 т. Т. 8 Секция 8 / под общ. Ред. В. С. Балакирева. — Ярославль: Изд-во Яросл. Гос. Техн. Ун-та, 2007. — С. 95–98.
4. Манешина А. С. Система управления ресурсами морского порта / А. С. Манешина, А. А. Ханова // Сб. трудов Второй междунар. научн. — практ. конф. «Исследование, разработка и применение высоких технологий в промышленности» Т. 6 / под ред. А. П. Кудинова, Г. Г. Матвиенко, В. Ф. Самохина. — Спб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2006. — С. 360–361.

## **Электронный университет. Функциональное описание бизнес-процесса обработки обращений**

Поняшова Анастасия Сергеевна, руководитель центра информационных систем;

Безносков Платон Петрович, заместитель руководителя центра информационных систем;

Мазеин Константин Валерьевич, ведущий программист;

Ефимов Виталий Анатольевич, ведущий программист;

Гальчик Максим Александрович, кандидат экономических наук, доцент;

Манолева Кристина Руменовна, ведущий программист;

Храмов Сергей Вячеславович, ведущий программист;

Козырь Александр Алексеевич, заместитель руководителя центра  
Российский государственный социальный университет (г. Москва)

**В** результате исследования предметной области были выявлены основные сущности, которыми оперирует система. Так как порталное решение «Электронный ВУЗ» является интеграционным решением, данные сущности находятся в разных подсистемах АСУ «ВУЗ». Центральными сущностями ПР «Электронный ВУЗ» являются: «Пользователь», «Роль», «Задача», «Заявка на справку», «Контент» «Заявка на направление». Также, в подсистемах АСУ «Деканат» были выявлены сущности «Студент», «Дисциплина», «Факультет», «Направление», «Сотрудник деканата», «Преподаватель», «Оценка», «Специальность», «Группа». В подсистеме АСУ «Кадры» — сущности: «Отдел», «Сотрудник отдела», «Справка».

Пользователь — удаленный пользователь порталным решением «Электронный ВУЗ» [1]. Каждый пользователь может играть различные роли (студент, преподаватель, сотрудник деканата и пр.), и за каждой ролью могут быть

закреплены несколько пользователей. Под ролью также понимается кабинет пользователя.

Пользователь может подавать заявки на справку и на сдачу задолженности (заявка на направление). Заявка на направление формируется на основании данных из задолженности студента и срока сдачи. Пользователю можно назначить какую-то задачу. Задача — поручение, требующее выполнения. С каждой задачей может быть связано определенное содержание (контент). Примером контента являются заявка на сдачу задолженности и заявка на справку [2]. Также для каждой задачи может быть задан тип содержимого (набор дополнительных атрибутов). Так в рамках данного проекта существуют два типа содержимого, связанного с выпиской направлений: «Рассмотреть заявку» и «Поставить оценку», а также для каждой справки — свой тип содержимого. Каждая заявка имеет следующие статусы: «не рассмотрена», «принята», «отклонена».

Пользователями системы являются студенты, преподаватели, сотрудники деканата, сотрудники отделов. Студенты учатся в группах. Каждая группа (множество студентов) обучается на определенной специальности, которая закреплена за соответствующим деканатом. Группа имеет форму обучения (очная, заочная), а специальность направление (специалитет, бакалавриат, магистратура). Сотрудники работают в некоторых отделах, каждый отдел выдает определенные справки. В каждом отделе имеется ответственный за выписку справок сотрудник, именно ему назначается задача.

Студенты слушают дисциплину в течение семестра, по итогам которого получают оценки. Оценка имеет следующие варианты: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно/незачет, зачет, не явился. В результате не сдачи дисциплины (неудовлетворительно/незачет, не явился) у студента появляются задолженности. На сдачу задолженности выписывается направление, в котором указывается студент, преподаватель, дисциплина, дата сдачи.

#### Оформление заявки на справку.

На рисунке 1 приведена диаграмма последовательности «Оформление заявки на справку».

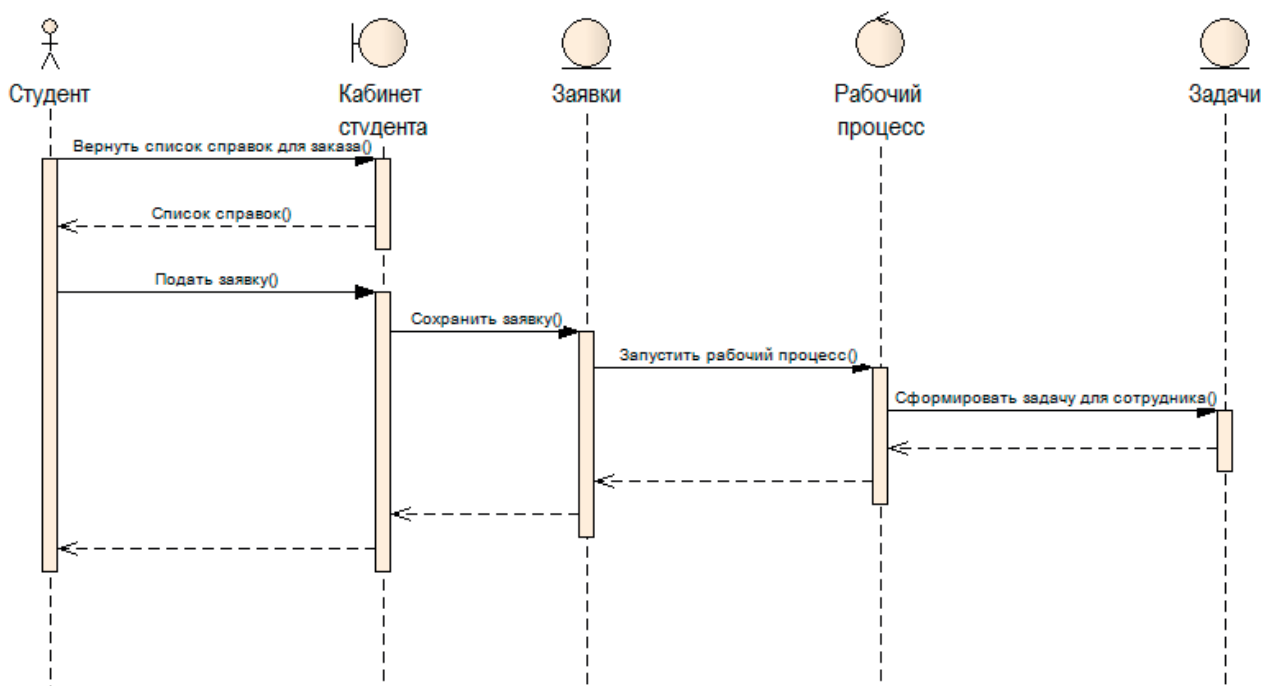


Рис. 1. Оформление заявки на справку

Студент, желая оформить заявку на справку, заходит в свой личный кабинет (Кабинет Студента). В кабинете студенту предоставляется выбор справок, которые он может заказать. Далее студент выбирает справку, и кабинет предоставляет соответствующую форму для ввода данных. После ввода данных происходит оформление заявки — добавление элемента в список «Заявки». С каждым элементом этого списка связан экземпляр рабочего процесса «Оформление справок». После добавления элемента списка происходит запуск рабочего процесса (экземпляра), который формирует задачу «Рассмотреть заявку» для сотрудника — добавление элемента в список «Задачи» с типом содержимого «Рассмотреть заявку» [3].

После завершения действий по оформлению заявки рабочий процесс останавливается, на странице отображается сообщение об успешности выполнения.

#### Принятие и отказ в справке.

На рисунке 2 приведена диаграмма последовательности «Принять заявку».

Работать с заявками сотрудник может либо через свой рабочий кабинет, либо через список «Задачи». Если взаимодействие происходит через список «Задачи», то сотрудник выбирает задачу, просматривает данные по ней и нажимает кнопку «Принять». После данных действий происходит возобновление экземпляра рабочего процесса, который создал этот элемент списка «Задачи» [5].

Процесс сохраняет изменение в связанном с данным экземпляром рабочего процесса элементе списка «Заявки» (устанавливает поле «Статус» заявки в «Принята») и перемещает заявку в архив справок (принятые). После выполнения указанных операций процесс завершается, пользователю отображается сообщение об успешности завершения операции [4].

В случае отказа в справке сотрудник нажимает «Отказать». После этого происходит возобновление рабочего процесса, который сохраняет изменения в списке «Заявки» — устанавливает значение поля «Статус» в «Отклонена» и перемещает заявку в архив справок (отказанные). После этого рабочий процесс завершается!

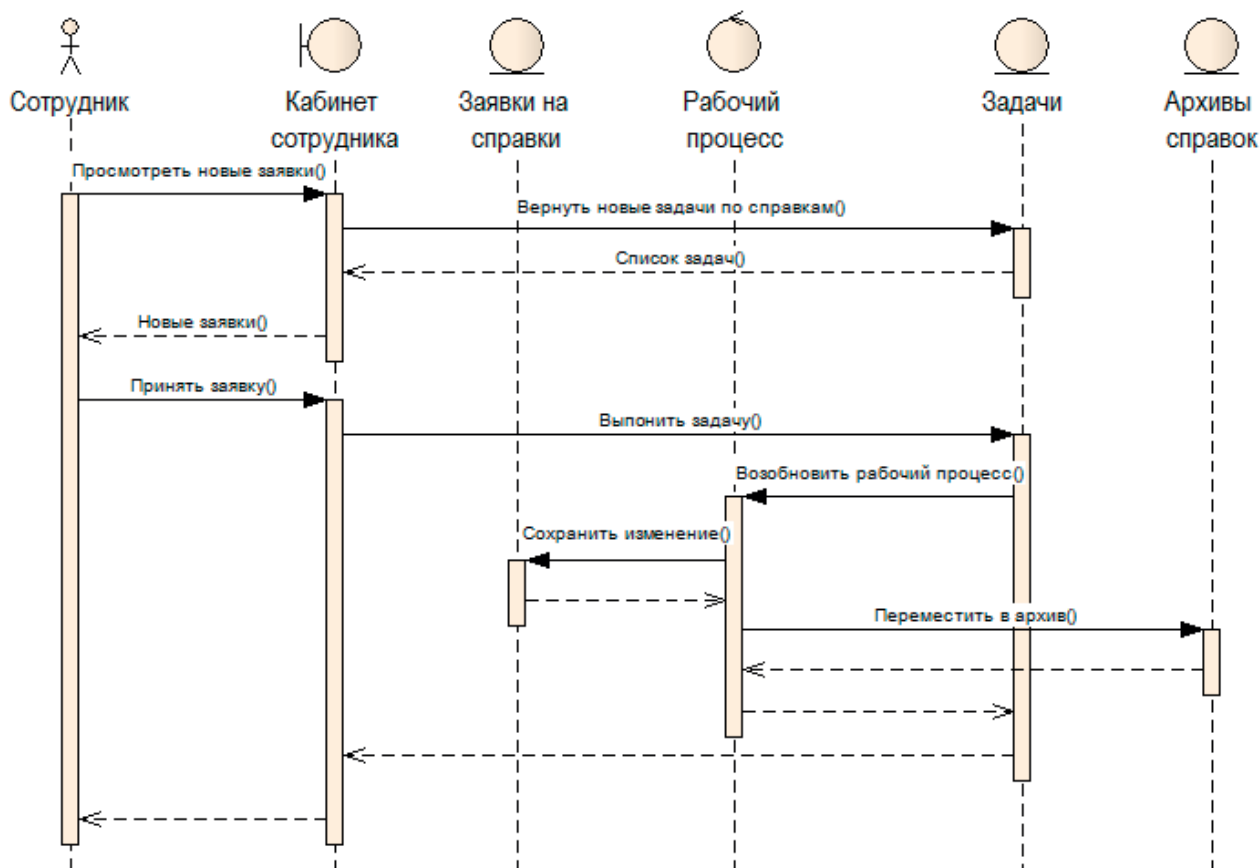


Рис. 2. Диаграмма последовательности «Принять заявку»

*Литература:*

1. Поняшова А. С., Безносков П. П., Храмов С. В., Мазеин К. В., Ефимов В. А., Гальчик М. А. Электронный университет на базе социальных карт москвича. Архитектурно-функциональное решение // журнал «Молодой ученый» № 21 (155), май 2017.
2. Ханова А. А. Системный анализ эффективности управления ресурсами морского порта / А. А. Ханова, А. С. Манешина // Сб. трудов XIX междунаро. научн. конф «Математические методы в технике и технологиях — ММТТ-19» в 10 т. Т. 10 Секция 11 / под общ. Ред. В. С. Балакирева. — Воронеж: Воронеж. гос. технол. акад., 2006. — С. 102–104.
3. Поняшова А. С. Анализ эффективности использования ресурсной базы морского порта с помощью имитационного моделирования / А. С. Поняшова, А. А. Ханова // Сб. трудов XX междунаро. Науч. конф. «Математические методы в технике и технологиях — ММТТ-20» в 10 т. Т. 8 Секция 8 / под общ. Ред. В. С. Балакирева. — Ярославль: Изд-во Яросл. Гос. Техн. Ун-та, 2007. — С. 95–98.
4. Манешина А. С. Система управления ресурсами морского порта / А. С. Манешина, А. А. Ханова // Сб. трудов Второй междунаро. научн. — практ. конф «Исследование, разработка и применение высоких технологий в промышленности» Т. 6 / под ред. А. П. Кудинова, Г. Г. Матвиенко, В. Ф. Самохина. — Спб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2006. — С. 360–361.
5. Качанова Л. С., Гальчик М. А. Моделирование материальных и информационных систем. // Международный научный журнал, — М: Учебно-методический центр «Триада» (Москва), 2010. С. 22–26.

## Организационно-экономические факторы обеспечения конкурентоспособности аптечных организаций в России

Сатлер Виталий Викторович, аспирант

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

*В условиях кризиса аптечные организации должны совершенствовать свою деятельность в различных направлениях в целях повышения своей конкурентоспособности и, следовательно, увеличения прибыли.*

**Ключевые слова:** аптечная организация, организационно-экономический механизм, факторы конкурентоспособности

Под организационно-экономическими факторами достижения конкурентоспособности предприятия следует понимать совокупность методов и способов, которые дают возможность предприятию иметь устойчивое положение на аптечном рынке, привлекать и сохранять потребителей при реализации основной цели своей деятельности.

К внутренним факторам конкурентоспособности аптечной организации относятся:

- качество управления организацией;
- качество стратегии повышения конкурентоспособности организации;
- потенциал организации;
- организационно-технический уровень производства.

Внешние факторы конкурентоспособности аптечной организации:

- ассортимент лекарственных средств;
- уровень цен на лекарства, система скидок;
- быстрота и качество обслуживания;
- удобное месторасположение аптек;
- качество обслуживания с точки зрения этики поведения провизоров и другого обслуживающего персонала;
- режим работы аптеки;
- интерьер торгового зала и оформление витрин;
- конструкция здания и удобный вход в аптеку;
- предоставляемые услуги.

Совокупность всех элементов, исходя из их природы, подразделяют на «внешние» и «внутренние» конкурентные преимущества. «Внешние» преимущества основаны на отличительных качествах предприятия, которые образуют ценность для потребителя и обусловлены удобным месторасположением аптечной организации, организацией торгового пространства, стоимости потребительской ценности товара или фармацевтической услуги, качества услуги и т. д. «Внутренние» преимущества характеризует превосходство хозяйствующего субъекта по сравнению с предприятиями — конкурентами в отношении эффективности использования имеющихся в их распоряжении ресурсов. Они образуют ценность для хозяйствующего субъекта и не могут быть оценены потребителями. [2]

Совокупность имеющихся в распоряжении аптечной организации «внешних» и «внутренних» конкурентных преимуществ является ключевым фактором успеха на территориальном рынке и в отрасли в целом. Это общие для всех

аптечных организаций управляемые переменные, реализация которых дает возможность улучшить конкурентные позиции. Элементы, формирующие блок «внутренние» преимущества, исходя из природы, разделены на четыре группы: материально-техническая база, материально-производственные запасы и трудовые ресурсы, финансовые ресурсы.

Элементы, формирующие блок «внешние» преимущества аптеки подразделяются на группы: особенности месторасположения и архитектуры, ассортиментная политика, качество сервиса и обслуживания, реклама, работа с врачами и поставщиками.

Комплексная диагностика внешних и внутренних факторов конкурентоспособности товаров и организации позволяет найти конкурентные преимущества организации и формировать для их реализации портфели новшеств и инноваций. В совокупности выполнение этой диагностики позволит повысить конкурентоспособность каждого товара на каждом рынке и организации в целом. Повышение конкурентоспособности аптечной организации позволит увеличить массу прибыли для жизнеобеспечения общества (через налоги) и самой организации. [1]

Стратегия аптек заключается в создании уникальной и выгодной позиции, отличной от аптек-конкурентов. Это те характеристики и элементы, которые создают «рыночную силу» или определенное превосходство над своими прямыми конкурентами.

Направления повышения конкурентоспособности аптечных организаций в России можно подразделить на две группы:

1. Обеспечивающие процессы по повышению конкурентоспособности услуг (повышение качества управления, совершенствование связей с внешней средой, стратегический маркетинг, совершенствование инновационной деятельности организации и т. д.).

2. По повышению качества услуг и сервиса их потребителей (см. таблицу 1).

В качестве направлений, наиболее плодотворных с точки зрения повышения конкурентоспособности аптечных сетей, необходимо выделить активную тренинговую и консультационную поддержку аптек, оптимизацию ассортимента, помощь в работе с маркетинговыми данными местных рынков и приведение ассортимента в соответствие с запросами этих рынков, учет специфики клиентуры,

оптимизацию ценообразования, мерчандайзинга, инвестиционную поддержку поставщиками внедрения информационных систем в аптеки и т. д.

Конкурентоспособность предприятий торговой аптечной сети интегрирует все технические, экономические, управленческие и другие аспекты деятельности организации. При этом конкурентоспособность торговой аптечной

сети является условием получения им прибыли. В свою очередь, условием обеспечения конкурентоспособности торговой аптечной сети является обеспечение конкурентоспособности выполняемых услуг. Упрощенную логическую цепочку увеличения прибыли торговой аптечной сети по нашему мнению можно представить в следующем виде (рис. 1).



Рис. 1. Упрощенная логическая цепочка увеличения прибыли аптечной организации

Разработка организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности торговой аптечной сети предполагает решение трех блоков задач:

1) блок «Диагностика», связанный с выявлением существующих или потенциальных конкурентных преимуществ, т. е. тех характеристик, показателей деятельности, по которым та или иная сеть занимает или может занимать лидирующее положение среди аптек — конкурентов;

2) блок «Целеполагание», направленный на постановку целей, разработку конкурентной стратегии и тактики управления деятельностью конкретной аптечной сети;

3) блок «Реализация», обеспечивающий механизм выполнения поставленных целей.

Одним из важнейших резервов роста рынка является повышение квалификации специалистов в розничном сегменте фармрынка. Серьезным резервом повышения конкурентоспособности аптек является соответствующее обучение их персонала. При осуществлении такого обучения осуществляется выполнение нескольких основных функций:

Обучающая функция — развитие интегративной компетенции фармацевтов (новых знаний, навыков и умений).

Социальная функция — повышение степени удовлетворенности покупателей в аптеке благодаря консультативному формату продаж, современным технологиям взаимодействия с клиентами.

Экономическая функция — повышение конкурентоспособности аптек.

Имиджевая функция — завоевание лояльности и повышение привлекательности компании со стороны фармацевтов и клиентов.

Согласно данным исследований, из 100 обращений покупателей в аптеку покупка совершается только в 67 %

случаев. В 17 % случаев посетителя не устраивает цена препарата, и ему предлагается замена. Но в 9,5 % случаев требуемый препарат на момент обращения отсутствует в аптеке, а в 6,5 % — такая позиция вообще не предусмотрена в ассортименте аптеки. [3]

Суммарный урон, причиненный вследствие этих коллективных недоработок, произошедших во многом по причине отсутствия отлаженных взаимодействий между поставщиком и аптекой, составляет огромную в масштабах рынка цифру — 16 %. Для аптечного рынка Ростова-на-Дону это примерно 27 млн долл. Во многом это происходит из-за плохо отлаженной информационной системы аптечной организации.

Организационные способности любой аптеки базируются на обладании тремя видами ресурсов. Это осязаемые (финансы, материальные ценности), неосознанные (патенты, торговые марки, технологии, репутация) и человеческие ресурсы, особенно значимые для одиночной аптеки (навыки, способности, цели, мотивация, коммуникации). В зоне взаимодействия этих ресурсов как раз и находится трейд-маркетинг, обеспечивая основания для конкурентных преимуществ и решения стратегических целей организации.

К основным инструментам трейд-маркетинга относятся стимулирование сбыта, конечных потребителей, обучение, консультации и услуги со стороны производителей, мерчандайзинг. [3]

Схема реализации организационно — экономического механизма повышения конкурентоспособности торговой аптечной сети представлена на рис. 2.

На начальном этапе проводится диагностика уровня конкурентоспособности как исследуемой организации, так и организаций — конкурентов. Далее выполняется сводный анализ конкурентоспособности при помощи комплексной



методики. Следующим этапом является сравнение результатов сводного анализа рассматриваемых организаций и определение направлений, по которым необходимо предпринять управленческие усилия для конкретной исследуемой организации с целью повышения её

конкурентоспособности. Данный механизм является дискретно непрерывным, и его применение рекомендуется на протяжении всего периода существования организации, приводя тем самым к появлению так называемой «обучающейся организации».

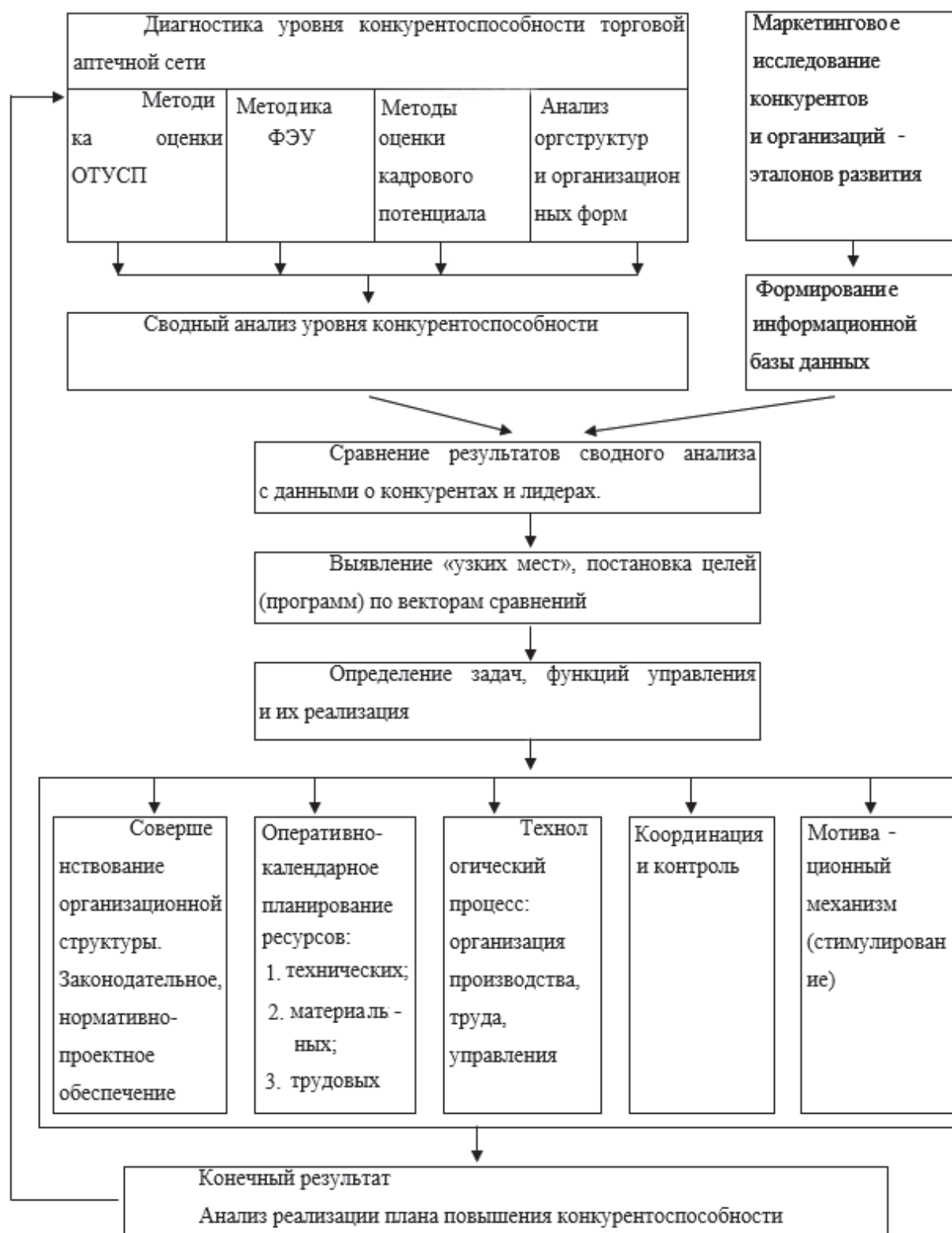


Рис. 2. Схема реализации организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности торговой аптечной сети

*Литература:*

1. Андреева Е. Л. Организационные предпосылки конкурентоспособности предприятий. // Проблемы прогнозирования. — 2003. — № 4.
2. Ахметова М. В., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности. // Маркетинг. — 2003. — № 4.
3. Славич-Приступа А. С. Практический маркетинг для аптек. — М.: Ремедиум, 2005.

**Базовые элементы проектного управления в общественном секторе экономики**

Тхориков Борис Александрович, кандидат социологических наук, доцент  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Наметившийся в нашей стране несколько лет назад интерес к проектному управлению сделал его к настоящему времени, безусловно, самым упоминаем и широко известным инструментом менеджмента. Во многом это произошло благодаря принятию Правительством РФ пакета нормативных документов, устанавливающих порядок организации проектной деятельности, организационную структуру системы управления, этапы инициирования, подготовки, реализации, мониторинга и завершения приоритетных проектов и прочее. Органам государственной власти субъектов России было рекомендовано организовать проектную деятельность на своем уровне. С учетом того, что численность работников государственных органов и органов местного самоуправления на конец 2016 г. составляла 31,8 человека на 1000 человек занятых в экономике [1] или около 1 млн человек в абсолютном выражении [2], размер потенциальной аудитории, заинтересованной в изучении методов проектного управления, является достаточно весомым. Однако предлагаемые Правительством РФ документы не содержат методологического описания основ проектного управления и обоснования его преимуществ перед другими инструментами управления. Также и в научно-практической литературе ответы на перечисленные вопросы раскрыты фрагментарно, основное внимание сосредоточено на анализе применения инструментов проектного управления.

Таким образом, представляет интерес систематизация и упорядочивание базовых элементов менеджмента, образующих концептуальную сущность проектного управления, необходимые для лучшего его осмысления сотрудниками организаций общественного сектора экономики, в т. ч. органов исполнительной власти, только начинающими приобщаться к практике управления проектами.

В отличие от коммерческих организаций, которые используют проекты как инструменты стратегического развития и реализации инвестиционной деятельности, например, для строительства инфраструктурных объектов, в общественном секторе экономики проекты чаще направлены на решение комбинированных социально-экономических задач, поэтому важно чтобы проект не нарушил

уже сложившиеся эффективные институциональные связи внутри какой-либо отрасли общественного сектора, так как в процессе достижения целей проекта любые действия экономических субъектов по максимизации полезности и минимизации потерь запускают механизм вероятностных изменений и отклоняют систему от состояния равновесия.

Проектное управление можно рассматривать как собирательную систему, в которой логически сочетаются разнообразные методы управления, позволяющие реализовывать масштабные задачи в условиях ограниченности времени и ресурсов, необходимые для достижения запланированных результатов и поставленных целей. Данные методы обеспечивают подготовку плана действий и его своевременное выполнение, а также эффективное реагирование на возникающие изменения. Следовательно, концептуальными объектами управления в проектном менеджменте выступают — *работы, ресурсы, риски и результаты*.

Разумеется, операционное управление также ориентировано на достижение поставленной цели, но оно предполагает одинаковое выполнение операций по набору стандартных схем, оно рассматривает управляемую действительность в виде отдельных событий и фактов, складывающихся в четкие линейные причинно-следственные цепи. Мощностью проектного менеджмента в том, что он умеет управлять неорганизованным набором задач и действий, т. е. произвольными и сложными комбинациями операций, которые все время образуют новые комбинации, либо ввиду уникальности продукта, либо ввиду просто вариативности стандартных изделий, либо ввиду сильных рисков, влияющих на изготовление стандартных изделий [3]. Проектное управление использует для этого базовые подходы оперативного управления, только реализует их на нижних уровнях декомпозиции проекта и в основном для обеспечения минимального отклонения решений, заложенных в модели проекта, от фактических результатов.

Подготовка проекта начинается с *проблемы* — несоответствия фактического состояния объекта управления (или его отдельных элементов) плановому, устранить которое в рамках действующей системы (концепции) управления, принятой в компании или организации, невозможно.

Например, администрация областного центра отмечает рост онкологических заболеваний у жителей. Это проблема — число случаев выявленных онкозаболеваний не соответствует (превышает) установленным нормативам и если рост происходит, не смотря на работу системы здравоохранения, то без принципиального изменения самой системы улучшить ситуацию не удастся, т. е. для выхода из кризиса нужно изменить саму концепцию управления, принципиальные, фундаментальные подходы к его построению. Значит, необходимо принять управленческое решение о том, какие стратегические преобразования целесообразно провести внутри системы здравоохранения — это и есть проблемное поле для проектной деятельности.

Следующим управленческим действием является **принятие управленческого решения** — это второй основополагающий элемент проектного управления, означающий выбор одного курса действий, одного варианта из ряда имеющихся. Характерной особенностью принятия решения является наличие нескольких альтернативных (взаимоисключающих) вариантов действий, из которых нужно выбрать наилучший.

Обобщенной характеристикой решения является его **эффективность** — степень выполнения поставленных задач, отнесенный к затратам на их достижение. Решение тем эффективней, чем больше степень выполнения поставленных задач и меньше затраты на их реализацию. Также немало важной характеристикой является **результативность** действий — степень соответствия их результатов интересам достижения определенной цели.

Решение называется **оптимальным**, если оно обеспечивает экстремум (максимум или минимум) критерия выбора. Решение называется **допустимым** (рациональным), если оно удовлетворяет определенным ограничениям: ресурсным, правовым, морально-этическим. Чаше всего на практике принимаются **удовлетворительные** решения, а не оптимальные и допустимые.

Кроме того, управленческое решение должно отвечать следующим критериям:

1. Научная обоснованность — знание объективных законов развития системы и конкретного объекта, по которому принимается решение: необходимо уметь прогнозировать тенденции развития объекта управления; располагать максимально полной, достоверной, своевременной информацией

2. Системность и непротиворечивость — логическая связь между целями и методами их достижения, единство подхода к решению, необходимость предварительного согласования с ранее принятыми решениями в данной организации, соответствие нормативно-правовым документам органов управления и контроля.

3. Своевременность — время, затраченное на принятие и реализацию решения должно соответствовать реальным условиям функционирования объекта, т. е. результат получен в тот срок, когда он в полной мере эффективен

4. Практичность — решение бесполезно, если организация не располагает возможностью для его реализации

5. Правомочность — решение должно приниматься тем лицом или органом, которое имеет для этого формальные основания

6. Конкретность, простота и ясность — четкое указание: кто, что и когда должен выполнить, оно должно быть понятно адресату исполнения.

Например, в качестве мер по устранению проблемы с ростом онкологических заболеваний руководство областного центра предлагает следующее: строительство дополнительного онкологического диспансера или введение в каждой поликлиники должности врача-онколога. В зависимости от сопоставления того или иного возможного решения с перечисленными выше критериями можно прогнозировать каким будет результат — оптимальным или удовлетворительным, а также сформулировать цель будущего проекта.

Принятие решений непосредственно связано с целенаправленной деятельностью человека, поэтому третий элемент проектного управления — это выбор **лица, принимающего решение** (ЛПР) — человека (группы лиц), который в процессе управления может принимать решения и их последствия затрагивают интересы и влияют на жизнь многих людей.

В общем виде качество принимаемых решений будет зависеть от сочетания у ЛПР следующих основных элементов человеческой психики [4]:

1. Ум — предполагает использование знаний, логического мышления, научных методов при принятии решений (рациональный подход), генерирует и анализирует варианты решений.

2. Чувство — субъективный характер принятия решений, преломление информации через призму характера и интересов ЛПР, синтетическое сочетание рациональности вариантов решений и мотивов поведения ЛПР, его интересов; решения нередко принимаются не на основе количественных методов, а под влиянием эмоций — импульсивно.

3. Воля — ЛПР формирует решение через борьбу интересов и мнений для того чтобы принятое решение было реализовано, ЛПР должно приложить много энергии, преодолеть сопротивление отдельных лиц и организаций, найти союзников.

В проектном управлении выбору руководителя и команды проекта уделяется особое внимание.

Например, если для достижения цели по снижению онкологических заболеваний было принято решение построить новый онкологический диспансер, то руководителем данного проекта должен стать человек обладающий необходимыми компетенциями.

Последующие действия по подготовке проекта основывают на использовании **функций управления** — особые виды специализированной управленческой деятельности, выделившиеся в процессе разделения управленческого труда:

1) Планирование — процесс определения средств и последовательности действий по достижению поставленных целей.

2) Организация — процесс создания структуры, которая дает возможность людям эффективно работать вместе для достижения общих целей.

3) Мотивация — процесс побуждения членов команды для достижения личных целей и целей организации.

4) Контроль — процесс, при помощи которого руководство организации определяет, правильны ли его решения и не нуждаются ли они в известной корректировке.

Перечисленные функции ориентированы и связаны с ключевыми объектами управления — работы, ресурсы, риски, результаты.

Например, необходимо спланировать работы по строительству онкологического диспансера, подбору персонала, оснащению медицинским оборудованием, интеграции в региональную систему здравоохранения, также требует сформировать команду проекта, определить вознаграждения участникам проекта, в т. ч. подрядным организациям, и осуществлять различные виды контроля.

Для того, чтобы функции управления выполнялись фактически, а не только отражались в проектной документации используется **системный подход** — представляющий базовые элементы проекта (работы, ресурсы, риски, результаты) во взаимосвязи и взаимодействии друг с другом: результаты выполнения одних работ в проекте являются ресурсами для начала выполнения последующих работ (рис. 1).

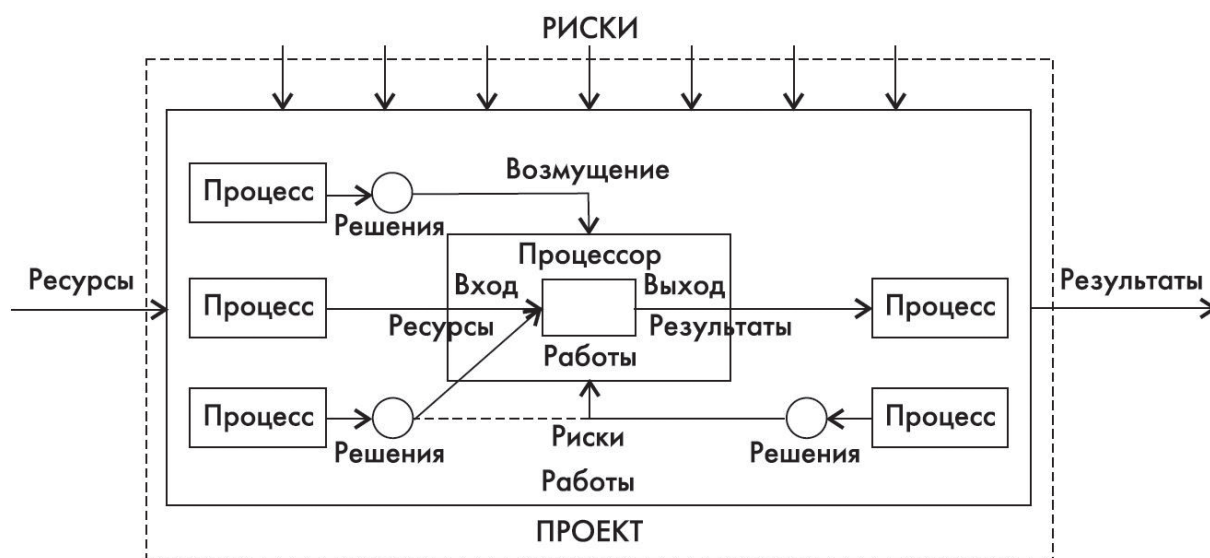


Рис. 1. Системный подход в проектном управлении [5]

Например, результат работ по созданию теплового контура здания будущего онкологического диспансера является началом (входом) для работ по внутренним отделкам помещений.

Таким образом, подготовка проекта в общественном секторе должна начинаться с диагностирования проблемы, принятия управленческого решения по ее устранению (с учетом широкого диапазона требований), выбора лица, способного это решение реализовать, планирования и выполнения работ на основании перманентного использования функций управления, объединенных в единой системе (рис. 2). Совокупное использование перечисленных элементов (инструментов) менеджмента позволяет обеспечить контролируемую энтропийность, т. е. реализовать проект, который действительно улучшить систему, а не решить частную проблему и повлечет непредвиденные негативные последствия, вызванные разрушением каких-либо институциональных связей в управляемой системе.

Для установления единообразия понимания и трактовки отдельных положений в практической деятельности,

в том числе и рассмотренных в работе, элементы менеджмента трансформируются и формализуются в определенных стандартах управления проектами, например, в США — PMBOK, в Великобритании — PRINCE2, в Германии — V-MODEL, во Франции — AFITER, в Китае — C-PMBOK, в России — ГОСТ Р 54869–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом», ГОСТ Р 54870–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов», ГОСТ Р 54871–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению программой».

Представленная в работе последовательность подготовки проекта для организаций общественного сектора экономики через описание традиционных элементов менеджмента является теоретической, призванной облегчить восприятие слушателями основ проектного менеджмента. Использование данного подхода получило положительные результаты в учебном процессе Высшей школы управления Белгородского государственного национального исследовательского университета.



Рис. 2. Общая логика проектного управления в общественном секторе

*Литература:*

1. Федеральная служба государственной статистики. Государство. Организации [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/state/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/state/#) // URL: (дата обращения: 2.04.2017).
2. О численности и оплате труда государственных гражданских и муниципальных служащих на региональном уровне в I полугодии 2016 г. [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/state/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/state/#) // URL: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d01/179.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d01/179.htm) (дата обращения: 2.04.2017).
3. Костылев А. А. Проектное управление по стандарту ISO 21500:2012: обзор и перспектива использования // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — № 12. — С. 145–150.
4. Голубков Е. П. Сущность и характерные особенности управленческих решений // Менеджмент в России и за рубежом. — 2009. — № 2. — С. 22–27.
5. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник / коллектив авторов; под ред. проф. М. Л. Разу. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: КНО-РУС, 2010. — 760 с.



## РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

### Мониторинг предоставления государственных и муниципальных услуг

Винокурцева Елена Александровна, ведущий экономист

Администрация городского округа «Город Петровск-Забайкальский» Забайкальского края

*В современных условиях функционирования системы публичного управления в различных странах значительно возрастает актуальность проблемы повышения эффективности государственного администрирования. В настоящей статье автор рассматривает актуальное направление в деятельности государственных структур — предоставление государственных и муниципальных услуг.*

**Ключевые слова:** мониторинг, государственная услуга, муниципальная услуга, контроллинг, качество, эффективность услуги

Одним из главных направлений совершенствования системы государственного управления является повышение качества и доступности государственных услуг.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» уровень удовлетворенности граждан Российской Федерации качеством предоставления государственных и муниципальных услуг к 2018 году должен составлять не менее 90 %.

Для обеспечения повышения качества и доступности массовых и общественно значимых государственных услуг гражданам в субъектах РФ проводится ежегодный мониторинг качества и доступности государственных услуг, а также исследования степени удовлетворенности граждан качеством деятельности государственной власти и органов местного самоуправления в части предоставления государственных, муниципальных услуг.

Основная цель ежегодного мониторинга государственных и муниципальных услуг — систематическое выявление наиболее проблемных сфер оказания государственных и муниципальных услуг, а также отслеживание динамики основных показателей оказания наиболее массовых услуг.

Данный мониторинг является одним из инструментов получения объективной информации о степени удовлетворенности граждан качеством деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления в части предоставления государственных и муниципальных услуг.

Цель написания данной статьи — изучение основ предоставления и выработка современных подходов к проведению мониторинга государственных и муниципальных услуг.

Объект исследования — субъект РФ, государственные и муниципальные услуги, качество и удовлетворенность граждан, получаемыми услугами.

Для достижения поставленной цели исследования сформулированы задачи и пункты исследования:

1. Изучение в теоретическом аспекте понятий: «государственная услуга» и «муниципальная услуга»;
2. Выработка современных подходов к проведению мониторинга государственных и муниципальных услуг.

Государственная услуга, предоставляемая федеральным органом исполнительной власти, органом государственного внебюджетного фонда, исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации, а также органом местного самоуправления при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации — деятельность по реализации функций соответственно федерального органа исполнительной власти, государственного внебюджетного фонда, исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, а также органа местного самоуправления при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации полномочий органов, предоставляющих государственные услуги.

Муниципальная услуга, предоставляемая органом местного самоуправления — деятельность по реализации функций органа местного самоуправления, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах полномочий органа, предоставляющего муниципальные услуги, по решению вопросов местного значения, установленных в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и уставами муниципальных образований [1].

Основными принципами предоставления государственных и муниципальных услуг являются:

- 1) правомерность предоставления государственных и муниципальных услуг органами;
- 2) заявительный порядок обращения за предоставлением государственных и муниципальных услуг;
- 3) правомерность взимания с заявителей государственной пошлины за предоставление государственных и муниципальных услуг;
- 4) открытость деятельности органов, предоставляющих государственные услуги, и органов, предоставляющих муниципальные услуги;
- 5) доступность обращения за предоставлением государственных и муниципальных услуг и предоставления государственных и муниципальных услуг, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- 6) возможность получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме [1].

Мониторинг понимается как процесс систематического наблюдения за объектом, контроля, анализа, оценки и прогнозирования его состояния.

Мониторинг как инструмент контроля является неотъемлемой частью управленческого цикла. Функциональная важность мониторинга состоит в обеспечении «обратной связи»: возможности выявления потребностей объекта управления, оценки эффективности и результативности выбранных методов и инструментов воздействия на него со стороны субъекта.

Мониторинг как процесс имеет следующие характеристики.

- 1) систематическое повторяющееся наблюдение;
- 2) комплексное использование информации из разных источников (статистическая отчетность, социологические обследования, внутренняя отчетность);
- 3) методологическое обеспечение (единая система показателей и классификаций, гармонизированный инструментарий, оценка качества данных и др.);
- 4) комплексный анализ, в т. ч. построение рейтингов;
- 5) распространение данных, полученных по результатам мониторинга.

Обязательным и неотъемлемым условием оказания государственной или муниципальной услуги является наличие административного регламента на оказание данной услуги.

В настоящее время в государственных и муниципальных учреждениях насчитывается не менее 10 административных регламентов на оказание муниципальных или государственных услуг.

Каждый административный регламент имеет свою структуру, порядок согласования, утверждения и обнародования.

Кроме того, в структуре административного регламента определяется ряд приложений с бланками документов, необходимых для начала оказания и завершения муниципальной или государственной услуги.

Ежегодно государственными и муниципальными учреждениями составляются отчеты о выполнении планового задания по оказанию услуг.

Кроме того, осуществляется общественное обсуждение, оценка качества предоставления муниципальных и государственных услуг с обязательным опубликованием на сайте <http://bus.gov.ru> (сайт для размещения информации о деятельности государственных и муниципальных учреждений).

Как отрицательный фактор сказывается недостаточное финансирование бюджетных ассигнований для оказания государственных и муниципальных услуг.

Все учреждения, оказывающие услуги ежегодно проводят расчеты нормативов затрат по всем статьям калькуляций для оказания услуг. Но ограниченность местных и региональных бюджетов не в полной мере может обеспечивать и перекрывать финансовую потребность для оказания той или иной муниципальной (государственной услуги). Что определяет ориентир для оказания некоторых видов муниципальной и государственных услуг на платной основе в соответствии с рассчитанными и утвержденными тарифами.

В этой связи проведение мониторинга государственных и муниципальных услуг должно быть направлено не только на выявление порядка их предоставления и оценки качества, но и проведения оценки финансовой обеспеченности каждой услуги.

В качестве современных подходов к проведению мониторинга государственных и муниципальных услуг предлагается:

- проведение первичного мониторинга оказания государственных и муниципальных услуг учреждением, оказывающим услугу путем оценки качества и своевременности оказания с применением опросных листов для населения;
- анализ проведенного анкетирования населения с выработкой предложений, корректирующих выявленные отрицательные факторы при оказании государственной (муниципальной) услуги;
- привлечение независимых экспертов для оценки уровня оказания государственных и муниципальных услуг в определенном административно-территориальном образовании;
- анализ жалоб на оказание государственных и муниципальных услуг в определенном административно-территориальном образовании с определением причин и выявлением должностных лиц, повлиявших на оказание услуг с нарушением административных процедур.

В заключении написания данной статьи, следует сказать, что Концепция нового государственного управления, положенная в основу административной реформы современной России, позволяет обеспечить эффективное управление социально-экономическими процессами.

Анализ мирового опыта и отечественной практики позволяет сделать вывод, что одним из важных компонентов преобразований в сфере публичного управления является переход на принципы клиентской ориентации в деятельности исполнительных органов государственной власти и местного самоуправления. При этом важнейшим

становится поиск путей повышения качества оказания государственных и муниципальных услуг.

Следует отметить, что положительным фактором в оказании государственных и муниципальных услуг в настоящее время является предоставление наибольшей его части в электронной форме, что оценивается населением субъектов РФ как положительная тенденция и не требует выхода из дома для получения определенной услуги.

Во время всемирной автоматизации и компьютеризации предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме может стать рычагом для инновационной деятельности государственных и муниципальных учреждений.

Следует отметить, что ежегодно обновляются базовые отраслевые перечни государственных и муниципальных услуг, что определяет разработку административных регламентов на каждую новую услугу.

Также в течении несколько лет государственные и муниципальные услуги обязаны вносить все оказывающие услуги на сайт «Электронный бюджет Российской Федерации» с указанием наименования услуги, реестрового номера, наименования учреждения, оказывающего услугу.

Без внесения указанных данных на сайт «Электронный бюджет Российской Федерации» возможно, будет затруднено финансирование услуг и проведение финансовых операций Федеральным Казначейством России.

Деятельность государственных и муниципальных учреждений направлена в первую очередь на качественное оказание услуги для населения.

#### *Литература:*

1. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ (действующая редакция, 2016).
2. Указ Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

## **Анализ инвестиционного климата особых экономических зон России и рекомендации по его улучшению**

Емельянова Кира Николаевна, магистрант  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

**В** отечественной науке нет однозначного мнения относительно того, что представляет из себя «инвестиционный климат», однако предполагается, что достаточно полным и универсальным является определение, данное профессором одной из кафедр Санкт-Петербургского государственного университета А.Г. Алтуняном: исследуемое понятие им рассматривается «как совокупность политических, социально-экономических и финансовых факторов, определяющих качество предпринимательской инфраструктуры,

Платная основа оказания государственных и муниципальных услуг станет лишь временной мерой стимулирования увеличения финансовых ресурсов в момент финансово-экономического кризиса в Российской Федерации и за ее пределами.

На территории Российской Федерации активно внедряется деятельность Многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг, которые в своей организационной структуре определяют филиалы в труднодоступных территориальных образованиях.

Деятельность Многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг сосредотачивается на оказание услуг широкого профиля (реестровых записей из государственного реестра, выдача справок различного профиля и др.услуги).

Однозначно, можно сказать, что такое «нововведение», как создание Многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг просматривается как инновационная разработка и удовлетворяет требованиям современных потребностей населения России.

В качестве взаимодействия государственных органов с субъектами, оказывающими услуги автором предлагается создание комиссий по разработке, согласованию и утверждению базовых отраслевых перечней оказания государственных и муниципальных услуг, также полезно учесть мнение граждан по введению новых услуг, оформленных в письменном виде в качестве предложений.

степень привлекательности инвестиционного рынка и величину инвестиционного риска при вложении капитала» [1, с.125]. Что касается инвестиционного климата российских особых экономических зон (далее ОЭЗ), то он был и остается неблагоприятным, — именно такое заключение делают основные западные рейтинговые агентства, и, к сожалению, они являются «барометром» иностранного инвестора. Многие эксперты говорят о субъективности данных организаций и их политической ангажированности.

Однако все перечисленные ниже негативные для инвестиционного климата факторы имеют место быть в наших ОЭЗ, и очевидно, что международные экспертные организации лишь немного «сгущают краски». Отметим, что в целом немногие рейтинги воспринимают всерьез российские особые зоны. Например, только ОЭЗ «Алабуга» и ОЭЗ «Липецк» вошли в международный рейтинг ОЭЗ «Global Free Zones of the Year», составленный экспертами одного из «качественных» изданий — «FDI Magazine», по итогам 2016 г. [2]. Положение отечественных ОЭЗ характеризуется недостаточно активной инвестиционной деятельностью резидентов (по итогам 2015 г. объем инвестиций, осуществленных на территории ОЭЗ ее резидентами за год, составил 31 481 млн руб., увеличившись с 2011 г. менее чем в 3 раза), а также низкой экономической эффективностью (по итогам 2015 г. на 1 руб. вложенных бюджетных средств приходилось 1,5 руб. инвестиций резидентов) [3].

Основная проблема, максимально негативно отражающаяся на инвестиционном климате российских ОЭЗ, состоит в том, что в нашей стране не имеется четко разработанной долгосрочной концепции развития особых зон, в которой были бы определены альтернативные варианты осуществления экономической политики в данном направлении, рассмотрены и закреплены отдельные аспекты, касающиеся функционирования зон, с помощью макроэкономического прогнозирования оценены последствия модернизации старых и внедрения новых ОЭЗ на экономику регионов и страны в целом, выявлены проблемные моменты, которые могут возникнуть в дальнейшей перспективе, разработан алгоритм мероприятий для упреждения этих проблем, учтены интересы как общегосударственные, так и региональные. Поскольку неким фундаментом благоприятного инвестиционного климата является, прежде всего, экономическая стабильность, правительству страны необходимо разработать и грамотно реализовать такую концепцию ОЭЗ, универсальную и прозрачную, а не «печатать» дублирующие друг друга федеральные законы.

Отрицательно сказывается на инвестиционном климате отечественных особых зон и наличие бюрократической и коррупционной ловушек. Для их упреждения в действующих федеральных законах или вновь принимаемых необходимо закрепить положение о рациональном и целевом использовании выделенных из бюджета средств и условия, при которых той или иной ОЭЗ требуется финансирование в большем или меньшем масштабе. Ведь в современном варианте законодательства таких положений нет, в результате чего рамки полномочий органов управления ОЭЗ в этом плане очень широки, и это дает им возможность проводить различные незаконные операции с бюджетными средствами. И такая «непрозрачность» финансовых потоков на территории особых зон России, безусловно, «смущает» инвесторов. При этом стоит отметить: также важно усилить контроль за ходом выполнения основных инвестиционных проектов, за рациональностью расходования управляющей компанией средств, выделенных из бюджета,

реализацией ключевых направлений развития и своевременностью решения оперативных задач ОЭЗ, а также за деятельностью предприятий-резидентов, либо окончательно закрепив эту функцию за Наблюдательным советом, который на данном этапе характеризуется определенной неоднозначностью (не совсем ясно, какое он положение занимает в структуре органов управления ОЭЗ), либо полностью передав ее Минэкономразвития РФ [4]. Потребность в проверке «благопристойности» самих резидентов связана с тем, что предприятия прибегают к помощи различных спекулятивных схем, позволяющих пользоваться предоставляемыми в ОЭЗ стимулами, для уменьшения своих расходов. Так, например, компания, ведущая свою предпринимательскую деятельность в каком-либо регионе России, перерегистрируется на территории другого субъекта РФ, где расположена ОЭЗ, далее, заключив соглашение с органами управления особой зоны, становится ее резидентом, переносит свой головной офис на территорию ОЭЗ, получает налоговые и иные льготы, при этом осуществляя основную экономическую деятельность в том регионе, где и была зарегистрирована изначально. В результате чего субъект, на территории которого фактически действует, но юридически не зарегистрировано предприятие, теряет существенные налоговые доходы. Контроль же за управляющими ОЭЗ компаниями необходим для обеспечения прозрачности финансовых потоков в рамках ОЭЗ и для возможности своевременной корректировки принимаемых управленческих решений при отклонении ОЭЗ с заданного курса развития. На данный момент такой контроль не осуществляется в полной мере, ярким примером тому служат следующие факты: имели место ситуации, когда за счет средств федерального бюджета происходило финансирование тех инфраструктурных объектов, которые должны были финансироваться за счет бюджетов региональных, или же управляющая ОЭЗ компания временно свободные средства, исчисляемые в миллиардах рублей, размещала на банковских депозитах, с полученных же процентов выплачивала сотрудникам достаточно щедрые премии [5]. Таким образом, отлаженный механизм взаимодействия управляющих и контролирующих экономическую деятельность ОЭЗ органов с компаниями-резидентами будет способствовать достижению поставленных перед особыми зонами целей, в том числе и привлечению инвестиций, так как для инвестора как иностранного, так и отечественного устойчивость политических структур и предсказуемость в экономической политике очень важны.

В рамках российских ОЭЗ имеет место необходимость в автономии дочерних компаний АО «ОЭЗ», управляющих каждой из ОЭЗ, от правительства страны. Если часть полномочий органов власти федерального уровня — Правительства РФ в лице Минэкономразвития РФ передать этим управляющим компаниям с повышением доли региональных органов власти в их уставном капитале и, возможно, с привлечением к участию в уставном капитале частных инвесторов, то в таком случае:



- способность к саморегулированию и быстрой адаптации к изменяющимся условиям внешней среды ОЭЗ как системы значительно возрастет;
- самостоятельность даст ОЭЗ больше свободы в реализации новых мер и инструментов для оживления инвестиционных и инновационных процессов;
- региональные органы власти и частные инвесторы будут настолько же заинтересованы в достижении ОЭЗ ключевых целевых ориентиров, насколько и правительство страны;
- разделение ограниченных ресурсов и многовариантных задач между различными уровнями власти и бизнесом позволит более рационально перераспределять первые и существенно экономить время на решение вторых с целью повышения эффективности функционирования особых зон.

Важно отметить и необходимость в повышении уровня инновационного развития российских особых зон, ведь в случае успеха их инвестиционный климат будет все благоприятней. Главную роль в создании из российских ОЭЗ «полюсов роста» должно сыграть государство, например, предоставив дополнительные налоговые льготы ориентированному на развитие высокотехнологичного сектора бизнесу (как это сделано в Китае). Также для активизация инновационных процессов в рамках ОЭЗ требуется воплощение в жизнь модели Тройной спирали — обеспечение и поддержка взаимодействия частных предприятий, органов власти и исследовательских университетов, переход от модели закрытых инноваций к модели открытых инноваций, предполагающей, например, совместное исследование и создание инновационных продуктов с иностранными партнерами, поощрение, прежде всего, фундаментальных исследований, результат которых — базисные инновации как ключевые факторы научно-технологического подъема.

Подчеркнем: Россия предлагает достаточно щедрые налоговые и таможенные преференции, так как именно они являются ключевым фактором инвестиционной привлекательности такого рода экономических образований. Поэтому еще большее облегчение налоговой нагрузки для иностранных инвесторов, даже учитывая важность, например, прямых иностранных инвестиций, привносящих в ОЭЗ новые знания, технологии и формы управления, не рекомендуется, поскольку ключевая цель их участия в инвестиционной деятельности в рамках ОЭЗ — получение прибыли при меньших расходах, которая по большей части и будет направлена в карман этим зарубежным инвесторам, а значит, ожидаемого от учреждения ОЭЗ результата не будет достигнуто. Еще большее же стимулирование отечественного инвестора является необходимым,

чтобы предупредить значительный отток капитала за границу, поскольку инвестиции, как правило, устремляются в страны, где в ОЭЗ инвестиционный климат более благоприятен, и повысить интерес отечественных инвесторов к российским ОЭЗ. Также логично было бы сформировать на территории ОЭЗ привлекательную систему страхования капиталов от различного рода рисков.

Привлечению новых резидентов и инвесторов будет способствовать и повышение эффективности системы «одного окна» путем введения в действие единой информационной системы администрирования предприятий — резидентов ОЭЗ (на современном этапе для получения разрешения на строительство в российских ОЭЗ требуется 229 дней), и установление более низких инвестиционных порогов, прежде всего, для отечественных компаний-резидентов ОЭЗ, осуществляющих свою деятельность в приоритетных для конкретного вида ОЭЗ отраслях (сейчас минимальный объем инвестиций в основной капитал, который должно вложить предприятие, чтобы стать резидентом ОЭЗ, составляет более 120 млн руб.), и обеспечение управляющей компанией базовой инфраструктуры ОЭЗ: телекоммуникационными системами, автомобильными дорогами, электрическими сетями и т.д., и формирование проекта развития ОЭЗ, который бы демонстрировал потенциальным инвесторам выгоду финансирования именно этой ОЭЗ [4; 6].

Безусловно, ОЭЗ, действующие на территории страны, нуждаются в разработке маркетинговой стратегии по улучшению имиджа ОЭЗ, неоднократно дискредитированного и перед иностранными, и перед отечественными предпринимателями, а также по продвижению российских ОЭЗ и на внутрироссийских, и на международных рынках. Образ активно развивающихся ОЭЗ, резидентство в них крупнейших международных компаний, информация об уже успешно реализованных и только разрабатываемых инвестиционных проектах, доступная в открытых источниках, — все это будет способствовать привлечению внимания инвесторов к российским ОЭЗ.

Логично предположить, что главную роль в улучшении инвестиционного климата отечественных ОЭЗ должно сыграть государство, поскольку в условиях, когда никакой другой экономический агент не способен принимать рациональные и эффективные долгосрочные решения, именно оно не должно поддаваться традиционному для русской ментальности стремлению получить быструю сверхприбыль от только что введенного в действие экономического института, а несмотря на высокую степень неопределенности, проявить твердую решимость при осуществлении принятой экономической политики.

#### Литература:

1. Лякин А. Н. Экономическая политика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — М: Изд-во Юрайт, 2014. — 432 с.



2. FDI Global Free Zones of the Year 2016 — Winners [Электронный ресурс] // URL: <http://www.fdiintelligence.com/Rankings/Global-Free-Zones-of-the-Year-2016> (дата обращения: 25.04.2017).
3. Отчет о результатах функционирования особых экономических зон за 2015 год и за период с начала функционирования особых экономических зон [Электронный ресурс] // URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depOsobEcZone/20160930> (дата обращения: 01.05.2017).
4. Федеральный закон от 22. 07. 2005 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_54599/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/) (дата обращения: 25.04.2017).
5. Счетная палата: За 10 лет ОЭЗ так и не стали действенным инструментом поддержки экономики [Электронный ресурс] // URL: [http://audit.gov.ru/press\\_center/news/26369](http://audit.gov.ru/press_center/news/26369) (дата обращения: 01.05.2017).
6. Doing Business Report Series [Электронный ресурс]. // URL: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/russia> (дата обращения 01.05.2017).

## Территория опережающего развития «Хабаровск»: современное состояние и проблемы функционирования

Кожина Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Рева Юлия Константиновна, студент;

Чарный Яков Олегович, студент

Владивостокский филиал Российской таможенной академии

*В статье рассмотрено современное состояние территории опережающего развития «Хабаровск», выявлены основные проблемы ее функционирования. Предлагаются варианты решения этих проблем путем внесения изменений в соответствующее законодательство Российской Федерации.*

**Ключевые слова:** территория социально-экономического развития, резидент, свободная таможенная зона, эффективность

В настоящее время в Российской Федерации функционируют различные зоны (территории) с льготными режимами для инвестиционной и предпринимательской деятельности, созданные для развития регионов и национальной экономики. Однако казавшиеся на первый взгляд перспективными проектами, многие из них не оправдали себя или реализуются лишь частично. Так, Постановлением Правительства от 28.09.2016 № 978 прекращена деятельность восьми неэффективно функционирующих особых экономических зон. Особые надежды для развития регионов возлагаются на территории опережающего социально-экономического развития (далее — ТОР), предусматривающие благоприятный

правовой режим для осуществления предпринимательской деятельности, таможенную процедуру свободной таможенной зоны, инвестиционную привлекательность. Правовая основа их деятельности определена Федеральным законом РФ от 29.12.2014 № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в РФ» (далее — Федеральный закон от 29.12.2014 № 473-ФЗ).

Первой территорией опережающего развития в Российской Федерации, созданной на территории Дальнего Востока в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 25.06.2015 № 630, стала ТОР «Хабаровск» (см. таблицу 1).

Таблица 1. Характеристики ТОР «Хабаровск» по состоянию на 01.01.2017 [1]

| Общие положения о ТОР «Хабаровск»                   | Занято | Свободно |
|---|--------|----------|
| Общая площадь (га)                                  | 415,2  | 200      |
| Объем инвестиций (млрд руб.)                        | 47     |          |
| Срок функционирования (г.)                          | 70     |          |
| Объем бюджетных ассигнований до 2025 г. (млн руб.)* | 167    |          |

В настоящее время на территории ТОР «Хабаровск» работает три площадки, реализующие различные проекты:

— «Авангард», специализация которой сельское хозяйство, логистика, машиностроение;

— «Ракитное» — производство строительных материалов, логистика;

— «Аэропорт» — авиахаб, гостиничный комплекс, деловой центр.

По состоянию на 01.03.2017 г. в ТОР «Хабаровск» зарегистрировано 17 компаний-резидентов. Часть из них имеет как реализуемые проекты (самый продолжительный до 2025 года), так и уже реализованные (см. таблицу 2).

Таблица 2. Проекты в рамках ТОР «Хабаровск» по состоянию на 01.01.2017 [2]

| Наименование компании   | Рабочие места | Инвестиции, млн руб. | Ввод в эксплуатацию, год        |
|---|---------------|----------------------|---------------------------------|
| Реализуемые   |               |                      |                                 |
| ООО «ТОРЭКС»  | 319           | 4 526,8              | 2017                            |
| ООО «Комплексные логистические системы»                       | 107           | 507,7                | 31.12.2018                      |
| АО «Международный аэропорт Хабаровск»                         | 553           | 6 500                | 2025                            |
| ООО «Оптово-распределительный агропромышленный парк «АгроХаб» | 500           | 3 237                | 2021                            |
| ООО «Индустриальный парк «Авангард»                           | 50            | 503,2                | 31.12.2018                      |
| ООО «Прада промфильтр»  | 23            | 54,9                 | 1 этап — 2016,<br>2 этап — 2018 |
| ООО «СТК»   | 60            | 1 401                | 30.03.2018                      |
| ООО «Хабаровский трубный завод»                               | 240           | 1 502                | 2016                            |
| Реализованные   |               |                      |                                 |
| ООО «ТехноНИКОЛЬ-Дальний Восток»                              | 274           | 2 827                | август 2016                     |
| ООО «Джей Джи Си Эвергрин»                                    | 64            | 500                  | апрель 2016                     |

Таким образом, несмотря на то, что территория опережающего развития начала функционировать недавно, можно наблюдать первые положительные результаты. В частности, резидентом ООО «Джей Джи Си Эвергрин» в 2016 год построен тепличный комплекс общей площадью 2,5 га, на котором выращено более 400 тонн овощей. Сумма инвестиций, вложенных компанией в проект на первом этапе, составила 556 миллионов рублей.

В планах ООО «Джей Джи Си Эвергрин» — увеличить территорию тепличного комплекса до 10 Га, что позволит полностью удовлетворить потребность жителей Хабаровского края и ближайших субъектов РФ в свежих овощах.

В 2016 году начал свою деятельность завод по выпуску базальтовой теплоизоляции резидента ТОР «Хабаровск» ООО «ТехноНИКОЛЬ — Дальний Восток». Объем собственных инвестиций общества в строительство составил 2 миллиардов рублей, в том числе 980 миллионов — на технологическое оснащение.

Основной положительный эффект от функционирования ТОР «Хабаровск» на данном этапе проявляется, прежде всего, в создании рабочих мест и в пополнении бюджета за счет налогов от производственной деятельности резидентов.

Резидентов и реализуемых ими проектов могло быть больше, если бы функционирование территории опережающего развития «Хабаровск» не было связано с наличием определенных проблем.

Одной из них является нежелание органов местного самоуправления создавать благоприятные условия и содействие резидентам ТОР. Так, в 2015 году крупный корейский инвестор отказался от участия в двух проектах — создания

логистического центра на площадке «Ракитное» и торгово-развлекательного центра с аквапарком в Индустриальном районе Хабаровска. На это повлияло две причины, которые характерны и для других проектов:

1. Формальный подход органов местного самоуправления к оценке проекта.

2. Навязывание своих условий для проекта.

Исключение обеих причин может быть реализовано путем сопровождения каждого инвестора с момента подачи заявления до начала реализации проекта. Кроме этого, возможно создание компетентных рабочих групп для содействия и оказания консультативной помощи резидентам, желающим участвовать в развитии предпринимательства и Хабаровского края.

Согласно статье 25 Федерального закона от 29.12.2014 № 473-ФЗ [3], на территории ТОР «Хабаровск» устанавливается таможенная процедура свободной таможенной зоны. Порядок ее применения устанавливается Соглашением по вопросам свободных (специальных, особых) экономических зон на таможенной территории Таможенного союза и таможенной процедуры свободной таможенной зоны от 18 июня 2010 года.

Применение таможенной процедурой свободной таможенной зоны возможно лишь при размещении и использовании товаров только на площадках ТОР резидентами ТОР, без уплаты таможенных платежей, а также без применения мер нетарифного регулирования в отношении иностранных товаров и без применения запретов и ограничений в отношении товаров ЕАЭС. То есть эта процедура привлекательна для резидентов ТОР с целью использования иностранных товаров (оборудования) и переработки иностранного сырья, материалов.

То есть, территория опережающего социально-экономического развития «Хабаровск» может стать площадкой для осуществления внешнеэкономических крупных проектов, процессов сборки и переработки товаров с использованием иностранного сырья с полным освобождением от уплаты таможенных платежей и применения мер тарифного регулирования.

Однако для практической реализации имеется две проблемы. Первая из них отсутствие необходимой таможенной инфраструктуры в ТОР «Хабаровск».

Согласно нормативным правовым актам решение о создании зоны таможенного контроля принимает таможенный орган на основании заявления резидента ТОР. Основным условием для принятия положительного решения является оборудование и обустройство участка территории опережающего развития для целей таможенного контроля. Требования к оборудованию и обустройству этих участков установлены Приказом ФТС России от 13.10.2015 № 2034 «Об определении Требований к оборудованию и обустройству участка территории опережающего социально-экономического развития для целей таможенного контроля».

Организация ввода в действие и функционирования объектов транспортной, энергетической, коммунальной, инженерной и социальной инфраструктуры ТОР «Хабаровск» осуществляется управляющей компании АО «Корпорация развития Дальнего Востока». Однако вопрос обустройства зоны таможенного контроля на настоящий момент остается открытым, так как отсутствует перечень ответственных за нее лиц. Предполагаем, как и другие авторы [4, с. 158; 5, с. 280], что осуществление мероприятий по обустройству участка территории опережающего развития для целей таможенного контроля будет осуществляться за счет средств резидента ТОР.

В обустройстве таможенной инфраструктуры могут быть заинтересованы резиденты ТОР «Хабаровск» ООО «Прада промфильтр», ООО «ТехноНиколь Дальний Восток», Хабаровский трубный завод, JGC Evergreen, осуществляющие производство товаров и использующих иностранное оборудование.

Другой проблемой использования таможенной процедуры свободной таможенной зоны является возможность размещения и использования товаров без уплаты таможенных платежей только на площадках ТОР резидентами ТОР. Однако практика реальной предпринимательской деятельности показывает участие в проектах территории опережающего развития не только резидентов, на которых, соответственно, таможенные льготы не распространяются.

Одной из главных целей реализации ТОР «Хабаровск» является ликвидация безработицы.

Согласно статье 351.5. Трудового кодекса РФ работодатели, признаваемые резидентами территории опережающего социально-экономического развития, имеют право привлекать к трудовой деятельности иностранных граждан без наличия какого-либо разрешения и без учета квот на количество необходимых работников. Эта же статья

устанавливает, что при приеме на работу, при прочих равных условиях, приоритет имеют граждане Российской Федерации [6]. То есть, возникает сложная ситуация с излишней иностранной рабочей силой. Одним из путей решения данной проблемы, может быть изменение статьи Трудового кодекса РФ в части установления квот на количество привлекаемых иностранных граждан.

Социально-экономическое развитие предполагает улучшение жизни населения на определенной территории и развитие экономики на соответствующем уровне. При этом функционирование ТОР «Хабаровск» предполагает не только достижение запланированных социальных и экономических показателей, но и работу на опережение, то есть определенный экономический эффект. В противном случае территория будет также неэффективна, как некоторые особые экономические зоны и зоны территориального развития.

Что касается сходных с ТОР особых экономических зон, то для них разработаны правила оценки эффективности функционирования, включающие три группы показателей [7]. Для ТОР «Хабаровск», как и для других территорий опережающего развития, этот вопрос остается открытым. В Федеральном законе от 29.12.2014 № 473-ФЗ и иных нормативных правовых актах не предусмотрено показателей для оценки эффективности функционирования ТОР.

Разработка показателей, характеризующих эффективность деятельности территорий опережающего развития, должно осуществляться с учетом отложенного положительного эффекта от их функционирования. Как пишет Останин В. А. на примере особых экономических зон, что период окупаемости ОЭЗ промышленно-производственного характера в мировой практике составляет около 8 лет, а выход на пик эффективности происходит через 10–15 лет с момента начала их функционирования [8, с.31].

Положительный социально-экономический эффект от ТОР проявляется как на территории региона, так у резидента территории. Проблемы с установлением конкретных показателей возникают в связи с отсутствием единого понятия социально-экономического эффекта. Однозначным в этом вопросе является достижение определенного результата в процессе функционирования ТОР, а именно повышение качества жизни на территории региона, рост ВВП, создание дополнительных рабочих мест и другие.

Предполагаем, что для территорий опережающего развития, в том числе для ТОР «Хабаровск», нормативным правовым актом должны быть установлены показатели оценки эффективности деятельности, аналогичные ОЭС, так как экономическая сущность обеих территорий схожа. Соответственно выделяются показатели эффективности деятельности резидентов ТОР, органов управления ТОР, рентабельности вложения бюджетных средств в объекты инфраструктуры [9].

Таким образом, функционирование ТОР «Хабаровск» находится на начальной стадии, хотя первые положительные результаты уже получены. Не исключено,

что в дальнейшем государство, регион и резиденты могут столкнуться с иными проблемами, которые приведут к изменениям существующих правил. Но пока деятельность ТОР «Хабаровск», как и других территорий опережающего

развития, требует внесения корректировок в законодательство Российской Федерации, эффективного взаимодействия органами государственной власти, органов местного самоуправления и резидентов.

#### *Литература:*

1. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона. постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 308 // Гарант. URL: <http://www.base.garant.ru/70396466/> (дата обращения 02.05.2017).
2. Корпорация развития Дальнего Востока // Корпорация развития Дальнего Востока. URL: <http://erdc.ru/tor/khabarovsk/> (дата обращения 02.05.2017).
3. О территориях опережающего социально-экономического развития в РФ: федеральный закон РФ от 29.12.2014 № 473-ФЗ // Гарант. URL: <http://www.base.garant.ru/70396466/> (дата обращения 02.05.2017).
4. Руднева З. С. Проблемы применения таможенной процедуры свободной таможенной зоны на площадках территорий опережающего социально — экономического развития // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2016. — № 2—1. — С. 153—159.
5. Мыльников А. С. Совершенствование законодательства о территориях опережающего социально-экономического развития на Дальнем Востоке России // Молодой ученый. — 2017. — № 15. — С. 278—282.
6. Трудовой кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ // Гарант. URL: <http://www.base.garant.ru/70396466/> (дата обращения 08.05.2017).
7. О порядке оценки эффективности функционирования особых экономических зон: постановление Правительства РФ от 07.07.2016 № 643 // Гарант. URL: <http://www.base.garant.ru/70396466/> (дата обращения 08.05.2017).
8. Останин В. А. Эффективность свободных экономических зон: на примере конкурентных преимуществ модели свободного порта Владивосток // Таможенная политика на Дальнем Востоке. — 2016. — № 4. — С. 27—42.

## **Анализ потенциала рынка молочной продукции на территории южных районов Красноярского края и Республики Хакасия**

Кригер Андрей Александрович, студент  
Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова (г. Абакан)

**В** настоящее время отечественная молочная промышленность, являющаяся одной из основных отраслей переработки сельскохозяйственной продукции, обретает все большую конкурентоспособность. Несмотря на то, что молочный рынок России сегодня преодолевает серьезные испытания в виде внутренней неустроенности, внешних санкций, контрсанкций, завышенного курса доллара и евро, он всё-таки развивается. Перечисленные факторы должны были поставить отрасль на грань выживания, ведь отечественная молочная промышленность не готова удовлетворить потребительский спрос под эгидой импортозамещения на сто процентов. Однако именно на наших глазах происходит решающий этап развития местных производителей. И только консолидация всех конструктивных сил каждого в отдельности взятого российского молокоперерабатывающего предприятия может привести к росту товарообмена в целях развития рыночных отношений внутри страны.

Территории южных районов Красноярского края и республики Хакасия являются территориями рискованного земледелия. Местный климат, что касается сельского

хозяйства, более способствует развитию именно отрасли животноводства, в частности и крупного рогатого скота. Последние два десятилетия показатели поголовья скота на рассматриваемой территории неуклонно снижались, что привело к банкротству некоторых предприятий, как-то Курагинский маслозавод в начале 2000-х.

Программы Правительства Российской Федерации, направленные на поддержку агропромышленного комплекса страны, коренным образом изменили эти удручающие тенденции. И последние 3—5 лет статистика показывает рост с 476 до 735 тыс. голов. [7] Из этого следует, что и надой молока коров будут расти не только сопоставимыми, но и опережающими темпами, за счёт внедрения на фермах современного оборудования, в разы повышающего эффективность производства и снижающего потери от болезней животных.

Существенная доля российского молока предназначена для переработки и производства молочной продукции. Структуру распределения молока в России по основным сегментам рынка наглядно отображает следующая диаграмма (рисунок 1):

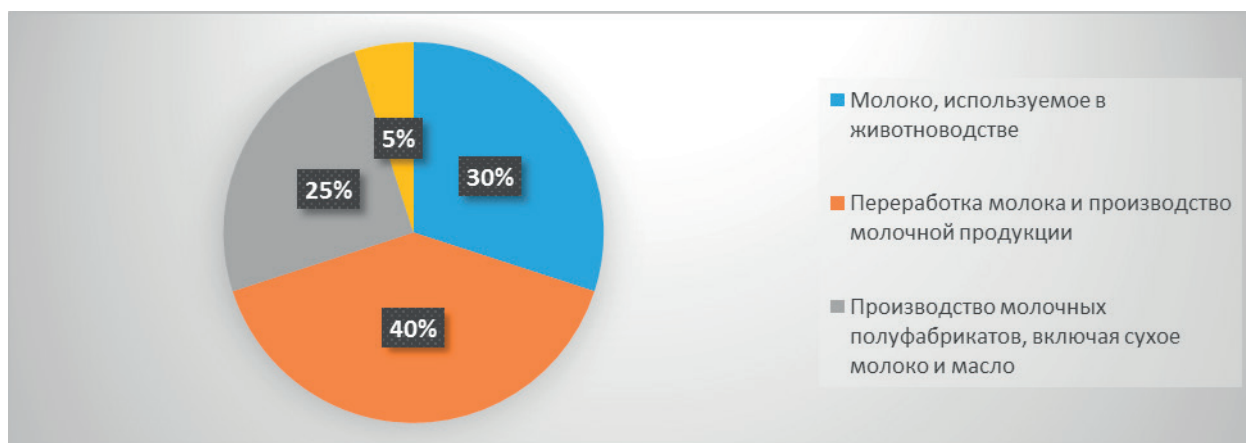


Рис. 1. Структура распределения молока по сегментам

На фоне роста всего объема молочного рынка и значительного прироста сырного сегмента, потребление масла и цельного молока растет намного медленнее, рост составляет примерно 6–8% в год. В 2009 г. потребление упало после некорректной пиар-кампании, связанной с принятием Технического регламента на молоко. Так, потребители уверенно полагали, что все представленное на рынке молоко не натуральное. [2]

Немаловажным трендом, препятствующим росту объемов продаж молока в натуральном выражении,

является изменение культуры потребления молока. За последние 10–15 лет не без помощи огромной рекламной кампании произошли процессы замещения молока в рационе россиян другими напитками, как то: соки, сладкие газированные напитки, пиво и т.д.

Следствием сказанного выше, является снижение потребительского спроса в последние годы. Это стало одним из факторов, сдерживающих развитие молочного рынка Российской Федерации.

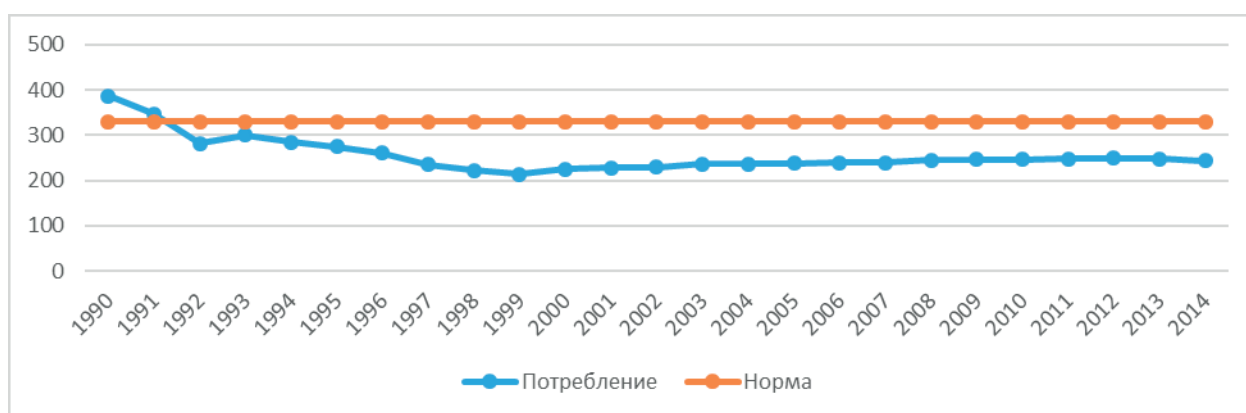


Рис. 2. Потребление молока на душу населения в России относительно норматива, кг в год

Важнейшими факторами роста объемов рынка являются:

- Тенденция роста реальных доходов населения;
- Потенциал ёмкости рынка, связанный с низким текущим уровнем потребления молочных продуктов по сравнению с медицинской нормой;
- Рост интереса к здоровому образу жизни;
- Традиционная приверженность населения России к молочным продуктам.

Эти факторы являются источником увеличения спроса на молочную продукцию в ближайшей перспективе. А также дополнительной возможностью расширения рынка для отечественных компаний можно назвать импортозамещение.

Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно выделить

ряд преимуществ, недостатков и причин неудач в развитии малого предпринимательства в молочной промышленности.

Преимущества малых предприятий молочной промышленности:

- знание местных условий хозяйствования;
- значительная автономность в ведении деятельности;
- гибкость и оперативность в управлении;
- низкие управленческие затраты;
- значительные возможности реализации инновационных технологических идей в переработке молока и ведении коммерческой деятельности;
- невысокая потребность в стартовом капитале;
- быстрое реагирование на изменение потребительских предпочтений на рынке молочной продукции;



- достаточно высокая оборачиваемость оборотных средств;
- меньшие капиталовложения в расчёте на одного работника по сравнению с крупными предприятиями;
- широкое использование местных материальных и трудовых ресурсов.

Недостатки малых предприятий молочной промышленности:

- более высокий уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке;
- зависимость от крупных компаний отрасли, логистики, оптовой и розничной торговли;
- недостатки в управлении делом в связи со слабой компетентностью руководителей, повышенной

чувствительностью к изменениям условий хозяйствования;

- трудности в получении кредитов;
- излишняя опасливость хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов).

Сегодня крупные компании, действующие на молочном рынке, практически не инвестируют в сырьевую базу на территории нашего региона. Есть случаи, когда для производства продуктов используется сухое молоко и даже растительные жиры. «Все это ставит федеральных игроков, часто имеющих западные «корни», в привилегированное положение по сравнению с местными предприятиями, выпускающими цельномолочную продукцию небольшого срока хранения», — слова Василия Моргуна, руководителя ФБУ «Красноярский ЦСМ».

Таблица 1. Производство основных видов молочной продукции в Республике Хакасия. [4]

|   | Январь-март 2017 г | В % к январю-марту 2016 г. |
|---|--------------------|----------------------------|
| Молоко жидкое обработанное, включая молоко для детского питания, тонн | 8854,3             | 89,4                       |
| Масло сливочное и пасты масляные, тонн                                | 60,2               | 120,2                      |
| Сыры, продукты сырные и творог, тонн                                  | 661,7              | 102,5                      |

Предприятия на территории РХ:

- Саяногорский филиал ОАО «Саянмолоко»
- КФХ «Крюкова НА» Бородинский молочный завод
- ОАО «Саянмолоко»
- ООО СПК «Сибирь»
- ООО «Зорькино»
- ООО «Элеватор-сервис»
- КФХ Проценко Н. Д.
- ООО «Вита-Д»
- ООО Иван-да Марья
- ООО «Табатский молочный завод»
- СППК Иткуль

В 2015 году на территории Красноярского края и республики Хакасия работало более 30 молокоперерабатывающих предприятий. К числу крупных производителей относятся: ОАО «Саянмолоко», молочный комбинат «Милко» (филиал ОАО «Юнимилк»), «Назаровское молоко» (филиал ОАО «ВБД»), ООО «Компания «Арта». На рынке представлены и мелкие производители молока, занимающиеся только производством традиционных молочных продуктов.

Сильными сторонами крупных национальных компаний, представленных филиалами (ОАО «Юнимилк», «Вимм-Билль-Данн»), являются развитая дилерская сеть, разрекламированный бренд, яркая красочная упаковка. Слабостью является цена: она выше в среднем на 10–20%. Также характерной чертой нашего рынка является высокая приверженность покупателей к продукции местного производителя, что тоже является минусом для мировых лидеров.

Фермеры и частные лица, торгующие продукцией на розлив и разновес, конкурентной угрозы не представляют,

так как они занимают очень небольшую рыночную нишу, охватывают практически неизменный сегмент постоянных 35 потребителей. Однако все равно можно отметить, что их преимуществом является доступная (в большинстве случаев) цена и высокое качество продуктов, но, с другой стороны, такие производители не всегда соблюдают санитарные нормы, что может оттолкнуть потенциального потребителя. [1]

По данным независимого аналитического агентства рынок сырого молока на юге Красноярского края и республики Хакасия выглядит следующим образом (рисунок 3).

Существует также возможность появления новых конкурентов в отрасли. Однако серьезными барьерами входа в молочную отрасль являются:

- приверженность к торговым маркам и предпочтения покупателей;
- контроль над каналами распределения;
- низкие издержки за счет эффекта масштаба производства;
- объем необходимых капиталовложений.

У нового производителя есть шанс найти свою нишу лишь при наличии профессиональных кадров, солидных рекламных бюджетов и качественной сырьевой базы, что в настоящее кризисное время довольно затруднительно.

Резюмируя всё вышеизложенное было принято решение о создании бизнес-плана по производству мини завода по переработке молока. Автономный молочный завод имеет мощности для переработки до 1 тонны молока в смену. Предприятие планируется создать в виде ИП на территории деревни Белый Яр Курагинского района Красноярского края.

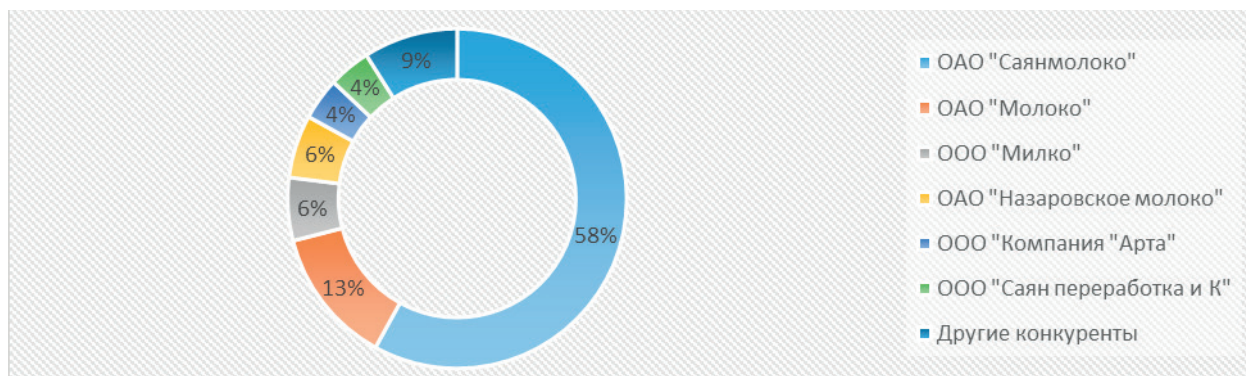


Рис. 3. Рынок закупок сырого молока на юге Красноярского края и республики Хакасия, 2015 г. [5]

Таблица 2. Финансовые результаты бизнеса

| Показатель                           | Значение     |
|--------------------------------------|--------------|
| Показатели операционной деятельности |              |
| Инвестиции, руб.                     | 5 500 000    |
| Доходы, руб. в год                   | 10 476 000   |
| Расходы, руб. в год                  | 6 191 974    |
| Прибыль, руб в год                   | 4 284 026    |
| Точка безубыточности, %              | 20,52        |
| Финансовые показатели                |              |
| Рентабельность продаж                | 41 %         |
| Рентабельность соб.капитала          | 78 %         |
| Маржинальность бизнеса               | 267 %        |
| Удельные показатели эффективности    |              |
| Прибыль на 1 кв. метр в год          | 76 000 руб.  |
| Прибыль на сотрудника в месяц        | 119 000 руб. |
| Инвестиционный анализ                |              |
| Ставка дисконтирования, % годовых    | 14           |
| ЧДД, руб.                            | 1 189 333    |
| ВНД, % в год                         | 28           |
| Срок окупаемости (месяцев)           | 23           |

Точка безубыточности производства достигается на уровне 20,5% от максимальной загрузки завода. Однако, следует учесть интересы инвесторов. Ежемесячно в их фонд будет начисляться по 222 тыс. рублей из суммы чистой

прибыли. Соответственно, чтобы своевременно исполнять это обязательство, следует сместить точку безубыточности. И в таком случае она составит 42,12%.

Таблица 3. Расчёт точки безубыточности предприятия

| Строка, тыс. руб.  | Значение при: |       |       |       |       |
|--------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|
|                    | 100% загрузки | 10%   | 20%   | 30%   | 40%   |
| Доходы             | 1605          | 160,5 | 321   | 481   | 642   |
| Постоянные расходы | 210,8         | 210,8 | 210,8 | 210,8 | 210,8 |
| Переменные расходы | 577,5         | 57,8  | 115,5 | 173,2 | 231   |
| Расходы            | 788,3         | 268,6 | 326,3 | 384   | 441,8 |
| Прибыль            | 816,6         | -108  | -5,3  | 97    | 200,2 |

Анализ чувствительности проекта показывает, что бизнес обладает высоким запасом прочности по всем ключевым параметрам: по параметрам продаж (объём продаж и цена) проект имеет запас прочности «2 раза», то есть для того, чтобы достичь критического уровня

параметры продаж должны сократиться в 2 раза. По параметрам, связанным с затратами, проект так же обладает внушительным запасом прочности. Лишь при увеличении себестоимости на 50–70% достигается критическая отметка.

Таблица 4. Анализ прибыли проекта

| Параметр         | План       | Критический уровень | Относительное отклонение |
|------------------|------------|---------------------|--------------------------|
| Объём продаж     |            |                     |                          |
| Молоко МДЖ 3,2 % | 500        | 190                 | –62 %                    |
| Сметана МДЖ 15 % | 100        | 38                  | –62 %                    |
| Цена продаж      |            |                     |                          |
| Молоко МДЖ 3,2 % | 45 руб.    | 27 руб.             | –40 %                    |
| Сметана МДЖ 15 % | 66 руб.    | 45 руб.             | –32 %                    |
| Себестоимость    |            |                     |                          |
| Молоко МДЖ 3,2 % | 26,77 руб. | 45 руб.             | 68 %                     |
| Сметана МДЖ 15 % | 44,39 руб. | 66 руб.             | 49 %                     |

По итогу работы, можно с уверенностью сказать, что реализация описанного бизнес-плана на данной территории не только возможно, но и необходимо. Потенциал выбранного нами в качестве объекта рынка заключается в не покрытом спросе на дешёвое, натуральное, произведённое

местными компаниями, дешёвое молоко и его производные. Последние годы население отказывалось от потребления молока только по причине того, что крупные компании, жаждущие снизить огромные затраты, вместо качественного и полезного продукта предлагали суррогаты.

#### Литература:

1. Андреева Е. А. Разработка модели влияния ассортимента продукции на финансовое состояние предприятия (на примере ОАО «Молоко») // Бакалаврская работа. — 2016. — Красноярск. С. 126.
2. Ермакова Е. Е., Атабаева Ш. А. Современное состояние и перспективы развития молочной промышленности РФ // Молодой ученый. — 2014. — № 7. — С. 338–340.
3. Официальный сайт Федеральной Службы Государственной Статистики — [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
4. Молочная отрасль России в диаграммах и цифрах / Информационно-аналитическое агентство «Институт конъюнктуры аграрного рынка». [Электрон] — <http://ikar.ru/milk/>.
5. Экспертно-аналитический центр агробизнеса. [Электрон] — [www.ab-centre.ru](http://www.ab-centre.ru).

## Экономический потенциал региона на примере Республики Бурятия

Тупицына Ольга Сергеевна, студент

Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления

*В данной статье рассматриваются вопросы социально-экономического развития регионов Российской Федерации, а в частности Республики Бурятия. Особое внимание уделено анализу экономического потенциала республики. На основе, проведённого анализа, были определены проблемы, которые имеются в данной республике и предложены возможные пути их разрешения.*

**Ключевые слова:** экономический потенциал, региональная политика, природный потенциал, трудовой потенциал, инвестиции, инвестиционный климат

Проблемы развития страны и её отдельных регионов в социально-экономическом плане являются как никогда актуальными на современном этапе становления России как равноправного и стабильного члена мирового сообщества.

В период перехода России к рыночным отношениям возникло множество серьезных проблем. Проведение региональной политики, при недостатке результативных форм и методов, привело к стремительной дифференциации регионов Российской Федерации по степени экономического и социального развития.

В последние годы финансовый подъем российской экономики, а также перспективы повышения экономического роста, возможны при усилении инвестиционной активности производителей. Согласно посланию Президента РФ и программе социально-экономического развития Республики Бурятия до 2030 года без привлечения значительных инвестиций по модернизации и для внедрения новейших технологий производства, невозможно добиваться ускоренных темпов развития.

В начале 2000-х годов в отечественную экономику, а также в ряде регионов стали активно вкладываться

крупные инвестиции. Но на данный момент инвестиционная деятельность, а именно, иностранных инвесторов снижается. Это объясняется рядом причин: высокие ставки налогов, необязательность российских партнеров, слабое правовое регулирование и, в целом, экономической безопасностью.

Главной причиной нестабильного притока как отечественных, так и иностранных инвестиций является неблагоприятная социально-экономическая ситуация территории.

В Российской Федерации, несмотря на общую низкую инвестиционную привлекательность, вследствие внезапных межрегиональных, экономических, социальных и общественно-политических контрастов, каждый потенциальный инвестор, при наличии необходимой и достаточной информации об инвестиционном климате, может выбрать регион с приемлемыми условиями инвестирования. [6]

В связи с этим целью научной статьи является анализ экономического потенциала Республики Бурятия. А также внесение предложений по развитию данной Республики.

Экономический потенциал — данный комплекс возможностей по организации финансовой деятельности в рамках либо имеющихся, либо возможных условий и ограничений законодательного, экономического, организационно-технического и регионально-отраслевого характера, а также предельные характеристики экономической деятельности территории при данных условиях. [4; с.10]

Основными составляющими экономического потенциала региона являются: природно-ресурсный, внешне-экономический и инновационный потенциал, а также трудовые, производственные, финансовые ресурсы. [4; с.10]

Природный потенциал — представляет собой совокупность природных ресурсов в виде земли и земельных угодий, водных богатств, воздушного бассейна, полезных ископаемых, лесов, растительного и животного мира. [1; с.2]

Проанализировав, природно-ресурсный потенциал Республики Бурятия было выявлено, что Бурятия по запасам и многообразию полезных ископаемых занимает одно из приоритетных мест в России.

Таблица 1

| № | Полезные ископаемые                                     | Месторождение  |
|---|---|--|
| 1 | Угленосные площади.                                     | Прибайкальский район, с. Удинск, с. Джида, г. Гусиноозерск и другие.<br>(известно около 30)  |
| 2 | Руды — молибден, никель, вольфрам.                      | Вольфрам — с. Холтосонское и Инкурское; молибден — Орехитканское, Малойоногорское, Жарчихинское; никель — Чайское, Байкальское.              |
| 3 | Цветные металлы — бериллий, свинец, цинк и олово.       | Олово — с. Моховое; танталобериллиевые руды, бериллий — Окинский район; стронций — с. Халютинское; свинец и цинк — с. Озёрное и Холднинское. |
| 4 | Золото.   | Районы: Баунтовский, Северо-Байкальский, Муйский, Окинский.  |
| 5 | Нерудные ископаемые — фосфаты, апатиты, плавленый шпат. | Плавленый шпат — с. Наранское и Згитинское; фосфорит — Ухогольское и Харанурское; апатит — Ошурковское.                                      |

По имеющимся данным, Бурятия богата пресными, минеральными и термальными водами. На базе минеральных и минерально-термальных вод функционируют курорты российского значения — Аршан и Горячинск, местного значения — Хакусы, Кучигер, Нилова пустынь, Горячий Ключ. Основным водным ресурсом является бассейн священного озера Байкал. [5]

Трудовой потенциал — это обобщающая характеристика меры и качества совокупных способностей к труду

трудоспособного населения, к участию в общественно значимой деятельности. Выступая в качестве обобщающей характеристики количества, качества и меры реализации совокупной способности к труду, трудовой потенциал определяет возможности как отдельных работников, так и экономики государства в целом. [2; с. 2]

При оценке населения и трудового потенциала Республики Бурятия были определены следующие показатели:

Таблица 2

| № | Показатель                                 | Количество (чел, %) |          |
|---|--|---------------------|----------|
| 1 | Численность населения (на 1 января 2017 г) | 984 134             |          |
|   |  | городское           | сельское |
|   |  | 579673              | 404461   |
| 2 | ЭАН (на 2016 г)                            | 452 000             |          |
| 3 | Уровень занятости (на 2016 г)              | 58.4 %              |          |
| 4 | Уровень безработицы (на 2016 г)            | 9,6 %.              |          |



На основе выше приведенных данных можно сделать вывод о том, что доля городского населения превышает сельское, по причине неразвитости сферы обслуживания в сельской местности. А также связанная с этим уездность выбора мест труда, приводит к «выталкиванию» сельских жителей в городские поселения.

К сожалению, в республике высокий уровень безработицы. Вследствие роста безработицы снижаются доходы населения страны, а это соответственно приводит к снижению покупательской способности. Резко сокращаются доходы компаний, работающих с внутренним рынком страны. Безработица также приводит к уменьшению заработной платы на конкурентных рабочих

местах, потому что предложения превышают количество вакансий, а многие соискатели согласны работать даже за меньшую зарплату. Это в свою очередь приводит к тому, что издержки предприятий существенно падают, но ведь экономическая ситуация в регионе не меняется. [3; с.2]

Сельскохозяйственный потенциал республики выглядит следующим образом. Объем продукции сельского хозяйства Бурятии в 2016 году существенно увеличился по сравнению с 2015 г. (15 млрд рублей) и составил свыше 19 млрд рублей. [5]

Индекс промышленного производства в 2016 году по сравнению с 2015 годом составил 87,7 %, в том числе:

Таблица 3

| № | Производство   | Показатели (%) |
|---|--|----------------|
| 1 | добыча полезных ископаемых   | 92,9 %         |
| 2 | обрабатывающие производства  | 103,5 %,       |
| 3 | производство и распределение электроэнергии, газа и воды                   | 110,4 %.       |
| 4 | химическое производство  | 46,5 %         |
| 5 | обработка древесины и производство изделий из дерева                       | 32,7 %         |
| 6 | текстильное и швейное производство   | 103,57 %       |
| 7 | металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | 40,84 %        |
| 8 | производство транспортных средств и оборудования                           | 85,79 %        |

Источник: <http://www.ekonomy.govrb.ru>.

Основные ведущие промышленные предприятия РБ: ОАО «Амта», ОАО «Бурятхлебпром», ОАО «Молоко Бурятии», ООО «Пиката», ООО «Бурятмяспром», ООО «Ажур-текс», ОАО «Бурятзолото», ОАО «Разрез Тугнуйский», ОАО «Улан-Удэнский авиационный завод», ОАО «Селенгинский ЦКК», ОАО «Байкальская лесная компания», ЗАО «Улан-Удэстальмост».

В 2016 году одно из крупнейших предприятий Бурятии ЗАО «Улан-Удэстальмост» столкнулось с отсутствием заказов на строительство мостов. В связи с этим предприятие отрасли имеет на сегодня большую кредитную задолженность. Размер долга составляет почти 2 млрд.руб, из которых более 1,3 млрд.руб. перед банками. Кроме этого не оплачены работы по выполненным объектам. [5]

В настоящее время предприятие прорабатывает возможности выхода из ситуации, в том числе за счёт привлечения инвестора. Инвестором выступает ОАО «ПО Иркутский завод тяжелого машиностроения». Менеджментом У-УСМ и совместно разработана и утверждена, с главными кредиторами дорожная карта, с целью экономического оздоровления компании, а также принято решение о формировании доли ИЗТМ в акционерном капитале ЗАО «Улан-Удэстальмост».

На данный момент, предприятию удалось заключить выгодное соглашение с ПАО «Россеть» на поставку столбов для сибирского подразделения компании. В регионе началась масштабная модернизация электрических сетей — это обеспечило завод работой на ближайшие три года. [5]

В ходе проведенного анализа было выявлено, что в социально-экономическом развитии Республики Бурятия имеется ряд проблем, которые необходимо преодолевать.

Одной из основных проблем является высокий уровень безработицы в данной республике. А также низкая инвестиционная составляющая, которая объясняется различными причинами. Одной из них выступает слабый инвестиционный климат Республики Бурятия.

В структуре доходов бюджета РБ присутствует высокая доля безвозвратных поступлений. К сожалению, продолжает расти концентрация бедности в семьях с детьми.

Наибольшее значение приобретает явление «работающие бедные».

Концепция общественной помощи и налоговая система не ориентированы на поддержку беднейших слоев населения и вывод хотя бы части бедных семей на само обеспечение.

Не остается в стороне и слабое развитие агропромышленного комплекса РБ, так как все имеющиеся ресурсы в данном регионе, не используются в полном объеме.

Все выше обозначенные проблемы требуют неотложного государственного вмешательства в действующую систему распределения денежной прибыли, исследование мер, направленных, на устранение пространственной дифференциации, а также стратегий, нацеленных на снижение степени бедности и повышения качества жизни населения.

В первую очередь, для решения поставленных задач, следует обратить внимание, на конкуренцию со стороны



других регионов в привлечении инвесторов, а также на конкуренцию за финансирование из федерального бюджета и потребность привлечения молодого трудоспособного поколения к экономической деятельности.

*Литература:*

1. Адырхаев А. Г. Прогнозирование развития сельскохозяйственного производства в регионе // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. № 2, 2006. — С. 6.
2. Беданов Н. А. Формирование и использование трудового потенциала региона. Монография. — Майкоп: Изд-во МГТУ, 2008. — С. 27.
3. Мироненко В. О. Причины, виды и последствия безработицы // Экономическая наука и практика: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2017 г.) Чита: Издательство Молодой ученый, 2017. — С. 6–8.
4. Сабитова Н. М. О понятии финансового потенциала региона и методологии его оценки // Финансы. — 2003. № 9, — С. 63–65.
5. Электронная библиотека студента «Библиофонд» — URL: <http://bibliofond.ru>
6. «Научная библиотека ИлГТУ» — URL: <http://venec.ulstu.ru>

# ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

## Статистический анализ экспорта товаров и услуг РФ

Бирюкова Марина Вячеславовна, студент

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*В статье проведен анализ факторов, влияющих на экспорт товаров и услуг в Российской Федерации. Выявлены факторные признаки, тесно коррелирующие с экспортом, а также более значимый фактор, по которому был проведен регрессионный анализ и составлено уравнение регрессии.*

**Ключевые слова:** экспорт, многофакторный корреляционно-регрессионный анализ, динамика

Экспорт является основополагающим фактором торговли между иностранными государствами, как в каждой отдельной стране, так и в России. Экспорт создает пространство для купли-продажи товаров и услуг. Вывоз продукции за пределы государства влияет на развитие внутренней и внешней экономики, так как именно экспорт взаимосвязан с другими внешнеторговыми процессами.

В процессе корреляционного анализа необходимо оценить тесноту связи между признаками, установить

направление связи. Это позволит выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на результативный признак [1].

На рисунке 1 представлена динамика экспорта товаров и услуг РФ за 2005–2015 гг., из которого видно, что максимального значения он достигает в 2005 году, а минимального в 2009, а также значительный рост наблюдается в 2010 году, т. е. объем экспорта РФ постоянно колеблется.

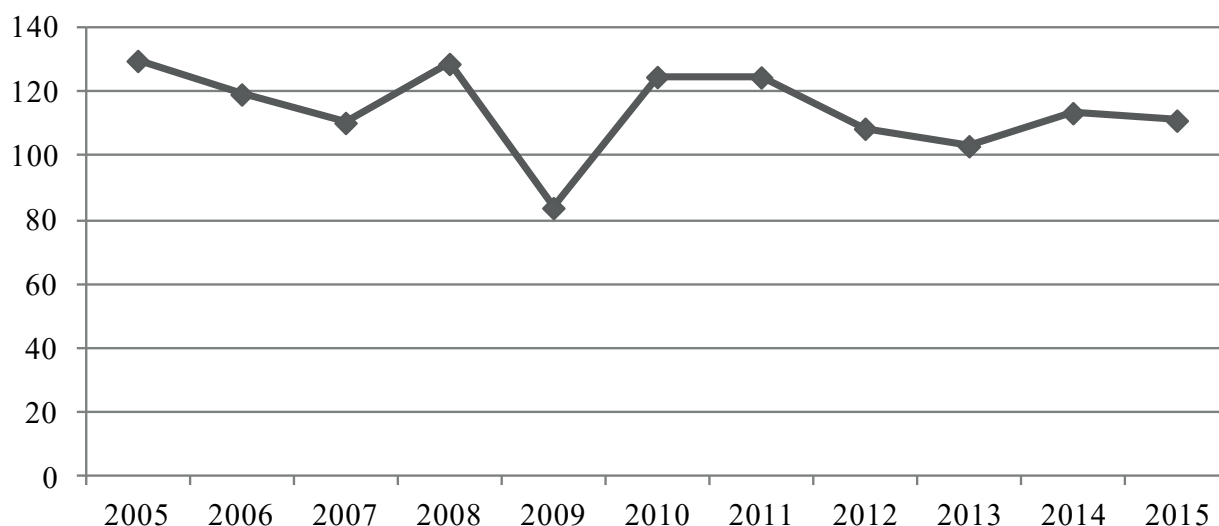


Рис. 1. Динамика экспорта товаров и услуг РФ, темп роста%

На основе данных за 2005–2015 гг. проведем многофакторный корреляционно-регрессионный анализ, чтобы выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на изучаемый показатель,  $Y$  - общий объем экспорта РФ, темп прироста %.

В качестве факторных признаков возьмем следующие:

$X_1$  — Курс национальной валюты к доллару США, темп прироста %;

$X_2$  — Цена на нефть за баррель, темп прироста %;

$X_3$  — Индекс производительности труда в целом по экономике, %;

$X_4$  — Индекс средних цен товаров и услуг во внешней торговле, %.

В результате реализации процедуры корреляционного анализа получена матрица парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Таблица 1. Матрица парных коэффициентов корреляции

|                | Y       | X <sub>1</sub> | X <sub>2</sub> | X <sub>3</sub> | X <sub>4</sub> |
|----------------|---------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Y              | 1       |                |                |                |                |
| X <sub>1</sub> | -0,466  | 1              |                |                |                |
| X <sub>2</sub> | 0,80529 | -0,8744        | 1              |                |                |
| X <sub>3</sub> | 0,65854 | -0,8166        | 0,8072         | 1              |                |
| X <sub>4</sub> | 0,82349 | -0,8627        | 0,98359        | 0,84079        | 1              |

Проверку полученных значений парных коэффициентов корреляции, возьмём те значения, которые больше  $r_{кр}$  ( $r_{кр} \geq 0,6$ ). Значения полученных коэффициентов  $r_{yx2}$ ,  $r_{yx3}$ ,  $r_{yx4}$  больше критического  $r_{кр}$ , следовательно, они являются статистически значимыми.

По корреляционной матрице проверяем мультиколлинеарность факторов (т.е. есть ли взаимосвязь между самими факторами), в случае, если существует тесная связь между факторами ( $r_{кр} \geq 0,6$ ), то включать их в одну модель нельзя. Исключать и подбирать факторы необходимо

до тех пор, пока не будет устранена мультиколлинеарность [2].

По результатам корреляционной матрицы видно, что существует связь между всеми факторами, которые могут быть включены в модель, т.е. между факторами наблюдается мультиколлинеарность, поэтому их необходимо последовательно рассматривать, т.е. провести пошаговую регрессию [3]. Из всех представленных факторов мы отобрали X<sub>2</sub>. Представим регрессионный анализ для данного фактора (табл. 2).

Таблица 2. Регрессионная статистика

| Показатели              | Значения    |
|-------------------------|-------------|
| Множественный R         | 0,80528665  |
| R-квадрат               | 0,648486589 |
| Нормированный R-квадрат | 0,609429544 |
| Стандартная ошибка      | 8,383502715 |
| Наблюдения              | 11          |

| Показатели | df | SS       | MS      | F       | Значимость F |
|------------|----|----------|---------|---------|--------------|
| Регрессия  | 1  | 1166,951 | 1166,95 | 16,6036 | 0,002779794  |
| Остаток    | 9  | 632,5481 | 70,2831 |         |              |
| Итого      | 10 | 1799,499 |         |         |              |

|               | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика | P-Значение |
|---------------|--------------|--------------------|--------------|------------|
| Y-пересечение | 74,9585169   | 10,00264           | 7,493876     | 3,72E-05   |
| Переменная X2 | 0,366835784  | 0,090027           | 4,074748     | 0,00278    |

Коэффициент множественной корреляции  $R=0,81$ , что говорит о прямой тесной взаимосвязи признаков в уравнении, то есть с ростом цены на нефть экспорт будет расти. Коэффициент детерминации  $R^2=0,648$ . Он показывает, что 64,8 % вариации экспорт товаров и услуг в РФ зависит от цены на нефть, на остальные неучтенные факторы приходится 35,2 %. Рассматриваемый фактор является информативным, так как составляет более 50 %.

F-фактическое равно 16,6, F-табличное составляет 5,12, исходя из этого можно сделать вывод, что F-фактическое > F-табличное, следовательно, нулевая гипотеза отклоняется и уравнение регрессии считается статистически значимым [4].

Уравнение регрессии примет вид:  $\hat{Y}_x = 67,263 + 0,37x_2$ .

Анализ параметров уравнения регрессии дал следующие результаты, что при увеличении цены на нефть за баррель на 1 %, экспорт товаров и услуг в среднем увеличивается на 0,37 %.

Таким образом, проведя анализ факторов влияющих на экспорт товаров и услуг в РФ, мы выяснили, какие факторы влияют на результативный признак: цена на нефть за баррель, индекс производительности труда в целом по экономике, индекс средних цен товаров и услуг во внешней торговле. Для дальнейшего анализа был выбран фактор: цена на нефть за баррель и был проведен корреляционно-регрессионный анализ по данному фактору, из которого наша гипотеза, что данные факторы коррелируют была подтверждена. С экономической точки зрения

это легко доказать, так как цена на нефть влияет на курс валюты, от которой и зависит эскорт, т. е. это еще раз говорит

о том, что российская экономика очень сильно зависит от курса иностранных валют.

#### Литература:

1. Елисеева, И. И. Практикум по общей теории статистики: учеб. пособие / И. И. Елисеевой, Н. А. Флуд, М. М. Юзбашев; под редакцией И. И. Елисеевой. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 512 с.
2. Тимофеева Т. В., Снатенков А. А. Практикум по социальной статистике. Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2007.
3. Снатенков А. А. Сбережения населения и их место в финансово-экономической системе РФ: монография / А. А. Снатенков, Н. С. Приор. — Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2014.
4. Эконометрика: Учебник / В. Н. Афанасьев, М. М. Юзбашев, Т. И. Гуляева; под ред. В. Н. Афанасьева. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 256 с.

## Статистический анализ индекса потребительских цен на товары и услуги в РФ

Бирюкова Ирина Вячеславовна, студент

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*В статье приведено исследование зависимости индекса потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации выявлены факторы оказывающие наибольшее влияние на ИПЦ.*

**Ключевые слова:** потребительские цены, коэффициенты корреляции, корреляционно-регрессионный анализ, параметры уравнения связи

Эффективное социально-экономическое развитие страны, государственное управление и регулирование связано с необходимостью своевременного получения и анализа полной, достоверной, научно обоснованной официальной статистической информации о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных явлениях в Российской Федерации.

Наблюдение за изменением цен и тарифов на потребительском рынке ставит своей задачей сбор информации об уровне цен и их изменении на основе систематической регистрации на потребительском рынке.

Индекс потребительских цен и тарифов на товары и платные услуги населению (ИПЦ) характеризует

изменение во времени общего уровня цен и тарифов на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления, а также измеряет отношение стоимости фиксированного набора товаров и услуг в текущем периоде к его стоимости в предыдущем периоде [1].

ИПЦ является одним из важнейших показателей, характеризующих уровень инфляции, и используется в целях осуществления государственной финансовой политики, анализа и прогноза ценовых процессов в экономике, регулирования реального курса национальной валюты, пересмотра минимальных социальных гарантий, решения правовых споров.

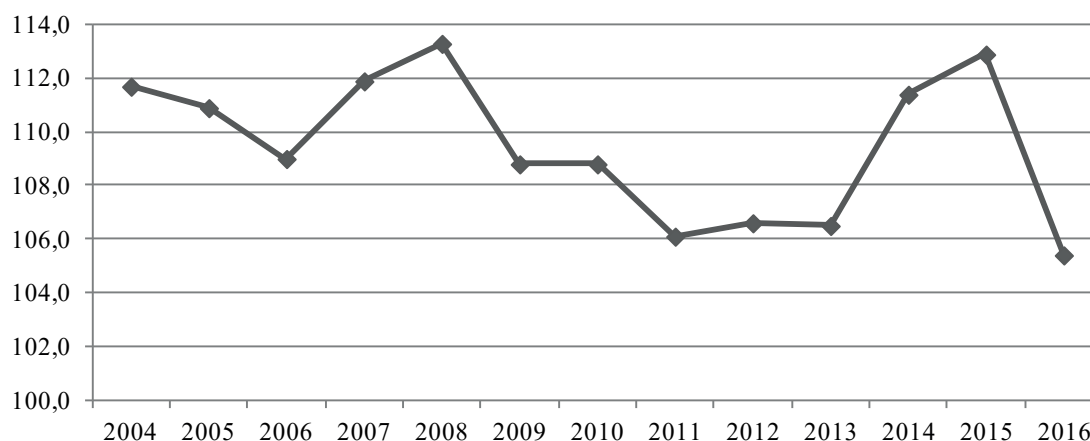


Рис. 1. Динамика индекса потребительских цен на товары и услуги в РФ, %

В рыночной экономике особое значение придается организации статистического наблюдения за уровнем и динамикой цен на потребительском рынке, а так же анализу факторов, влияющих на индекс потребительских цен [2].

В качестве результативного признака ( $Y$ ) индекс потребительских цен на товары и услуг в период с 2004 по 2016 год., %. На рисунке 1 представлена динамика данного фактора за 2004–2016 гг.

Факторными признаками являются:

$X_1$  — Индекс валового внутреннего продукта., %;

$X_2$  — Индекс численность рабочей силы., %;

$X_3$  — Индекс численность безработных., %;

$X_4$  — Индекс производительности труда в целом по экономике., %;

$X_5$  — Индекс прожиточного минимума в среднем на душу населения.;

$X_6$  — Индекс промышленного производства РФ., %.

$X_7$  — Индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам деятельности., %

Измерить взаимосвязи между признаками можно с помощью матрицы парных коэффициентов корреляции. Для её построения воспользуемся возможностями пакета анализа MS Excel. В результате реализации процедуры корреляционного анализа получена матрица парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Проверку полученных значений парных коэффициентов корреляции проведем с помощью таблицы Фишера-Йейтса. При уровне значимости  $\alpha = 0,05$  и числе степеней свободы  $\nu = 7 (9 - 2 = 7)$  критическое значение коэффициента корреляции  $r_{кр} = 0,6$ . Значения полученных коэффициентов  $r_{yx2}$  и  $r_{yx5}$  больше критического  $r_{кр}$ , следовательно, они являются статистически значимыми.

Для построения уравнения регрессии выбираем те факторы, у которых коэффициент корреляции с результативным признаком максимальный [3]. В нашем случае — это факторы  $X_2$  и  $X_5$ , значения коэффициентов связи:

$$r_{yx2} = 0,604624 \quad r_{yx5} = 0,663474$$

Таблица 1. Матрица парных коэффициентов корреляции

|       | $Y$      | $X_1$    | $X_2$    | $X_3$    | $X_4$    | $X_5$    | $X_6$    | $X_7$ |
|-------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-------|
| $Y$   | 1        |          |          |          |          |          |          |       |
| $X_1$ | 0,281184 | 1        |          |          |          |          |          |       |
| $X_2$ | 0,604624 | 0,404732 | 1        |          |          |          |          |       |
| $X_3$ | 0,124173 | -0,64534 | 0,027142 | 1        |          |          |          |       |
| $X_4$ | 0,333829 | 0,851237 | 0,454606 | -0,64727 | 1        |          |          |       |
| $X_5$ | 0,663474 | 0,343249 | 0,566235 | 0,19417  | 0,30435  | 1        |          |       |
| $X_6$ | 0,012771 | 0,837178 | 0,188502 | -0,87935 | 0,810084 | -0,04222 | 1        |       |
| $X_7$ | 0,081113 | 0,903812 | 0,264597 | -0,77256 | 0,889791 | 0,03515  | 0,959327 | 1     |

Указанные значения коэффициентов положительные, это говорит о тесной прямой связи между признаками, то есть с увеличением факторов  $X_2$  и  $X_5$  потребительские цены на товары и услуги в России возрастают. Факторы  $X_2$

и  $X_5$  можно включить в уравнение связи, параметры которого могут быть получены с помощью применения пакета анализа MS Excel. Результаты регрессионного анализа представим в таблице 2.

Таблица 2. Регрессионная статистика

| Показатели              | Значения    |
|-------------------------|-------------|
| Множественный R         | 0,719268989 |
| R-квадрат               | 0,517347879 |
| Нормированный R-квадрат | 0,420817454 |
| Стандартная ошибка      | 2,074642887 |
| Наблюдения              | 13          |

| Показатели | df | SS          | MS       | F           | Значимость F |
|------------|----|-------------|----------|-------------|--------------|
| Регрессия  | 2  | 46,13549199 | 23,06775 | 5,359428209 | 0,026192147  |
| Остаток    | 10 | 43,04143109 | 4,304143 |             |              |
| Итого      | 12 | 89,17692308 |          |             |              |

|                  | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика | P-значение  |
|------------------|--------------|--------------------|--------------|-------------|
| Y-пересечение    | -60,69085678 | 111,5130027        | -0,54425     | 0,598195052 |
| Переменная $X_2$ | 1,483145036  | 1,173090717        | 1,264305     | 0,234793318 |
| Переменная $X_5$ | 0,187928575  | 0,105975417        | 1,773322     | 0,106576364 |



Коэффициент множественной корреляции  $R=0,719268989$ , что говорит о прямой тесной взаимосвязи признаков в уравнении. Коэффициент детерминации  $R^2=0,517347879$ . Он показывает, что 51,7 % вариации потребительских цен на товары и услуги в России обусловлено вариацией включенных в модель факторов.

Значение F-критерия Фишера равно 5,359428209. Значимость F-критерия показывает вероятность того, что множественный R будет равен нулю. Она крайне мала (Значимость F меньше 0,05), следовательно, уравнение регрессии статистически значимо с вероятностью 84 % (табл. 2).

Уравнение регрессии примет вид:

$$\hat{Y}_x = -60,69085678 + 1,483145036x_2 + 0,187928575x_5.$$

— при  $X_2=99,71424\%$ ,  $X_5=101,31\%$ :

$$\hat{Y}_x = -60,69085678 + 1,483145036 * 99,71424 + 0,187928575 * 101,31 = 106,2389\%$$

— при  $X_2=100,4537\%$ ,  $X_5=112,7454\%$ :

$$\hat{Y}_x = -60,69085678 + 1,483145036 * 100,4537 + 0,187928575 * 112,7454 = 109,4846\%$$

— при  $X_2=101,5368\%$ ,  $X_5=127,02\%$ :

$$\hat{Y}_x = -60,69085678 + 1,483145036 * 101,5368 + 0,187928575 * 127,02 = 113,7736\%$$

При условии, что параметры модели статистически значимы, численности экономически активного населения Приволжского ФО может составить:

- при минимальном значении факторов: — 106,2389 %;
- при среднем значении факторов — 109,4846 %;
- при максимальном значении факторов — 113,7736 %.

Индекс потребительских цен зависит от численности рабочей силы и прожиточного минимума в среднем на душу населения. Эту зависимость можно объяснить тем, что индекс потребительских цен напрямую зависит от качества жизни общества.

Увеличение численности рабочей силы подразумевает улучшение качества жизни населения, а тем самым и рост благосостояния общества. Так с увеличением рабочей силы идет увеличения денег в обращения и как следствие идет рост потребительских цен.

Несомненно, величина прожиточного минимума в среднем на душу населения так же является одним из показателей качества жизни общества. Имея больший прожиточный минимум, человек будет иметь больше потребностей, значит спрос будет увеличиваться, а цена, как следствие, будет подниматься.

Конечно, в условиях замедляющихся темпов роста цен на потребительском рынке повышаются требования

Анализ параметров уравнения регрессии дал следующие результаты.

При росте индекса численности рабочей силы на 1 %, потребительские цены на товары и услуги в России увеличатся в среднем на 1,48 %.

С ростом индекса прожиточного минимума на 1 %, потребительские цены на товары и услуги в России увеличатся в среднем на 0,188 %.

Поскольку построенная модель на основе её проверки по F-критерию Фишера в целом адекватна, и все коэффициенты регрессии значимы, то она может быть использована для принятия решений и осуществления прогнозов.

Подставляя в уравнение регрессии минимальное, среднее и максимальные значения факторов  $X_2$  и  $X_5$ , получим три прогнозных варианта, то есть пессимистический, реалистический и оптимистический прогноз:

к точности расчета индекса потребительских цен, который является одним из важнейших показателей, характеризующих социально-экономическое положение государства и изменение уровня жизни населения.

Необходима разработка концепции и методологии расчета индекса стоимости жизни, который наряду с индексом потребительских цен является важнейшим социально-экономическим показателем. Актуальность его построения на этапе реформирования государственной статистики определяется кардинальными изменениями в системе обеспечения населения социальными услугами, в том числе жилищно-коммунальными и медицинскими услугами, услугами пассажирского транспорта, и в характере социальных трансфертов для отдельных категорий населения.

Существуют проблемы, связанные с расчетом показателей базовой инфляции. Особое внимание необходимо уделить совершенствованию мониторинга цен производителей сельскохозяйственной продукции, цен на промышленные товары, приобретаемые сельскохозяйственными организациями, а также потребительских цен на продовольственные товары, что позволит выявить степень влияния отдельных участников рынка на уровень и динамику цен конечной продукции.

#### Литература:

1. Тимофеева Т. В., Снатенков А. А. Практикум по финансовой статистике. Оренбург. 2004. 188с.

2. Елисеева, И. И. Практикум по общей теории статистики: учеб. пособие / И. И. Елисеевой, Н. А. Флуд, М. М. Юзбашев; под редакцией. — И. И. Елисеевой. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 512 с.
3. Снатенков А. А. Оценка инвестиционной привлекательности публичных компаний нефтегазового комплекса: монография / А. А. Снатенков, Н. М. Пахновская. — Оренбург, 2016. 142с.

## Статистическое изучение объема розничного товарооборота в РФ

Булыгина Екатерина Юрьевна, студент

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*В работе представлен анализ факторов, влияющих на один из основных показателей хозяйственной деятельности предприятия розничной торговли — объем розничного товарооборота. В ходе корреляционного анализа становится ясно, что наибольшее влияние на данный показатель оказывает среднемесячная номинальная заработная плата в РФ. Чтобы наиболее полно оценить степень влияния фактора на результативный признак, был проведен регрессионный анализ, и его результаты были представлены в статье.*

**Ключевые слова:** розничный товарооборот, экономические факторы, заработная плата, корреляционный анализ, регрессионный анализ

Одним из основных экономических показателей хозяйственной деятельности предприятия розничной торговли является объем товарооборота. Товарооборот — это объем продаж товаров торговой организацией в денежном выражении за определенный период времени. Этот показатель

формируется под влиянием множества факторов. Проведем корреляционный анализ, в ходе которого оценим тесноту связи между признаками, установим направление связи. Это позволит выявить факторы, оказывающие наибольшее влияние на результативный признак.

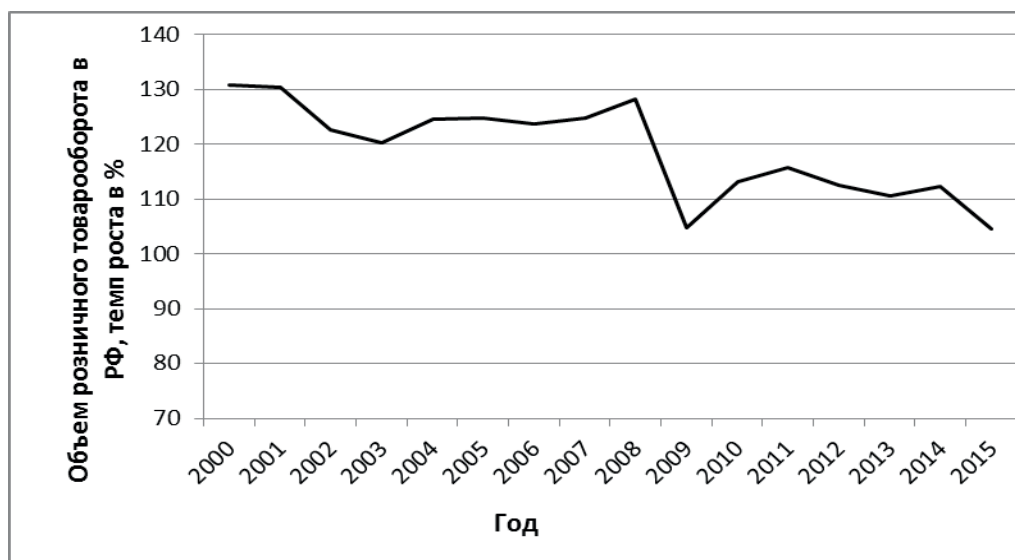


Рис. 1. Динамика объема розничного товарооборота в РФ

В качестве результативного признака (Y) примем объем розничного товарооборота в РФ в 2000—2015 гг. Для анализа динамики данного показателя в целом по экономике рассмотрим его изменения на графике. Изучение розничного товарооборота (рис. 1) показывает нестабильность явления во времени. Наиболее значительный спад розничного товарооборота наблюдался в 2009 году. В качестве факторных признаков будут использоваться следующие показатели:

X1 — рентабельность проданных товаров, продукции, работ, услуг, %;

X2 — динамика инвестиций в основной капитал в РФ, в % к предыдущему году;

X3 — индексы потребительских цен на товары и услуги, %;

X4 — индексы производительности труда, %;

X5 — среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в РФ, в % к предыдущему году.

Измерить взаимосвязи между признаками можно с помощью матрицы парных коэффициентов корреляции [1]. В результате реализации процедуры корреляционного анализа получена матрица парных коэффициентов корреляции (табл. 1).

Таблица 1. Матрица парных коэффициентов корреляции

|    | У               | X1              | X2              | X3              | X4              | X5 |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----|
| У  | 1               |                 |                 |                 |                 |    |
| X1 | <b>0,822079</b> | 1               |                 |                 |                 |    |
| X2 | <b>0,912832</b> | <b>0,79654</b>  | 1               |                 |                 |    |
| X3 | 0,567947        | <b>0,642622</b> | 0,464175        | 1               |                 |    |
| X4 | <b>0,844602</b> | 0,521399        | <b>0,864043</b> | 0,24889         | 1               |    |
| X5 | <b>0,91157</b>  | <b>0,829891</b> | <b>0,784012</b> | <b>0,686106</b> | <b>0,704896</b> | 1  |

По корреляционной матрице проверяем мультиколлинеарность факторов (X1 и X2, X1 и X3, X1 и X5, X2 и X4, X2 и X5, X3 и X5, X4 и X5). По полученным данным можно сделать вывод, что среди факторов наибольшее влияние на объем розничного товарооборота в РФ оказывает фактор X5 — среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в РФ. Чтобы наиболее полно оценить степень влияния фактора на результативный признак, проведем регрессионный анализ [2].

Результаты регрессионного анализа представим в таблице 2. Коэффициент множественной корреляции  $R = 0,9115$ , что говорит о прямой тесной взаимосвязи признаков в уравнении. Коэффициент детерминации  $R^2 = 0,83$ . Он показывает, что 83 % вариации объема розничного товарооборота в РФ обусловлено вариацией среднемесячной номинальной заработной платы.

Таблица 2. Регрессионная статистика

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| Множественный R         | 0,911570266 |
| R-квадрат               | 0,830960351 |
| Нормированный R-квадрат | 0,81888609  |
| Стандартная ошибка      | 3,664559008 |
| Наблюдения              | 16          |

|           | df | SS          | MS       | F        | Значимость F |
|-----------|----|-------------|----------|----------|--------------|
| Регрессия | 1  | 924,1941019 | 924,1941 | 68,82081 | 8,95E-07     |
| Остаток   | 14 | 188,0058981 | 13,42899 |          |              |
| Итого     | 15 | 1112,2      |          |          |              |

|               | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика | P-Значение |
|---------------|--------------|--------------------|--------------|------------|
| У-пересечение | 43,89691977  | 9,099348384        | 4,824183     | 0,00027    |
| Переменная X5 | 0,615472897  | 0,074190629        | 8,295831     | 8,95E-07   |

Уравнение регрессии примет вид:

$$\hat{Y}_x = 43,89 + 0,615x.$$

Полученное уравнение говорит о том, что увеличение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в РФ на 1 % приведет к увеличению объема розничного товарооборота в РФ на 0,615 %.

Проверка адекватности модели осуществляется с помощью расчета F- критерия Фишера.  $F_{табл} = 4,6$ ,  $F_{факт} = 68,8$ . Следовательно,  $F_{факт} > F_{табл}$ , нулевая гипотеза отклоняется и уравнение статистически значимо.

Для оценки значимости параметров уравнения используется t-критерий Стьюдента. Так,  $t_a = 4,8$ ,  $t_b = 8,2$ ,  $t_{табл} = 2,14$ . Таким образом,  $t_a > t_{табл}$ ,  $t_b > t_{табл}$  — параметры регрессии статистически значимы.

Поскольку построенная модель на основе её проверки по F-критерию Фишера в целом адекватна, и все коэффициенты регрессии значимы, то она может быть использована для принятия решений и осуществления прогнозов.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что объем розничного товарооборота в РФ имеет ежегодную тенденцию к росту. Также мы можем сделать вывод, что объем розничного товарооборота находится в тесной зависимости со среднемесячной номинальной заработной платой в РФ. Заработная плата является основным источником доходов участников домашних хозяйств. Поэтому чем выше заработная плата, тем больший объем товаров может приобретать население страны и тем самым положительно влиять на значение объема розничного товарооборота в РФ.

*Литература:*

1. Тимофеева Т. В., Снатенков А. А. Практикум по социальной статистике. Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2007. — 138 с.
2. Снатенков А. А. Сбережения населения и их место в финансово-экономической системе РФ: монография / А. А. Снатенков, Н. С. Приор. — Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2014.
3. www.gks.ru — сайт Росстата

**Розничная торговля в Кемеровской области**

Кравченко Анна Сергеевна, преподаватель  
Кемеровский технологический институт пищевой промышленности

**Р**озничная торговля — один из социально значимых видов предпринимательской деятельности Кемеровской области, удовлетворяющий потребности отраслей экономики, запросы населения в качественных и доступных товарах, развивающий активную конкуренцию и поддерживающий местных производителей товаров. Активное развитие торговли способствует улучшению благосостояния жителей, а также заявляет о социально-экономическом развитии региона.

В 2015 году оборот розничной торговли составил 335,1 млрд руб., что превышает предыдущий год на 0,6 %. Кемеровская область находится на 3-м месте по объему оборота розничной торговли среди регионов Сибирского федерального округа и на 19-м месте в Российской Федерации.

В отраслевой структуре валового регионального продукта области розничная торговля занимает 3-е место после добычи полезных ископаемых и обрабатывающих производств, ее доля составляет 10,1 %.

Обеспеченность населения площадью торговых объектов на 1 тыс. жителей составляет 858 кв. м. или 121 % при нормативе минимальной обеспеченности 712 кв. м. на 1 тыс. чел.

Одним из наиболее успешных и быстроразвивающихся сфер рынка стали торговые сети. Розничные торговые сети обеспечивают возможность потребителей приобретать нужные товары с минимальной затратой времени и сил, а также предоставляют широкий ассортимент товаров, обеспечивают высокий уровень обслуживания клиентов.

В городе Кемерово осуществляют деятельность такие крупные торговые продовольственные системы, как: ООО «Лента» (г. Санкт-Петербург), ООО «Компания Холидей», ООО «Система универсамов «Бегемот», ООО «Розница К-1», ООО «Элемент-Трейд», ЗАО «Тендер». В конце 2016 года на рынок вышла сеть X5 Retail Group представленная магазином «Пятерочка».

Продукция местных товаропроизводителей реализуется в предприятиях розничной торговли, через фирменные магазины «Хозяйство А. П. Волкова» и «Калина-Малина», а также отделы на рынках.

Экономические показатели отрасли в целом стабильны и свидетельствуют о наличии потенциала для ее дальнейшего развития.

Однако, следует отметить, что на данный момент в розничной торговле остаются нерешенными следующие проблемы:

1. Несвоевременный контроль за просроченным товаром.
2. Отсутствие квалифицированных кадров.
3. Кражи товара клиентами. По статистике каждый 12 человек когда-нибудь совершал кражу в магазине.
4. Мошенничество поставщиков. Выражается в поставке продукции с неправильным хранением. Испорченную продукцию покупают покупатели, и после обнаружению такого «сюрприза», теряют доверие к данному магазину или сети.
5. Низкая платежеспособность значительной части населения.
6. Экономическое давление со стороны местных органов власти.

Улучшение условий для развития малого бизнеса, небольших фермерских хозяйств, создание мини-пекарен, небольших цехов по переработке мясной, рыбной, овощной продукции уменьшает транспортные и накладные расходы и способствует насыщению местного рынка качественной и недорогой продукцией. Конечно, по прежнему, часть товаров остается импортного производства, но в связи со снижением ввоза товаров из Европы эта ниша успешно занимается представителями российских производителей как продуктовых, так и промышленных товаров.

Одним из главных в дальнейшем успешном развитии розничной торговли играет потребительский фактор. Динамичное развитие Кемеровской области и создание новых рабочих мест в угольной, металлургической, химической и пищевой промышленности способствует укреплению экономического положения области в целом и улучшению материального положения населения. Повышение потребительского спроса даёт необходимый толчок для дальнейшего развития розничной торговли.

Таким образом, перспектива развития розничной торговли определяется уровнем потребительского спроса, развитием конкуренции, кадровыми и финансовыми ресурсами.

Использование новых маркетинговых исследований, внедрение инновационных технологий, более продуктивное

использование имеющихся наработок позволит вывести розничную торговлю на новый виток развития и сделать ее одним из двигателей стремительно набирающей обороты экономики региона.

#### Литература:

1. Полтавцева Е. С. Сфера розничной торговли Кемеровской области // VII Всероссийская научно — практическая конференция молодых ученых с международным участием «Россия молодая». — Кемерово: 2015.
2. Селезнева Е. Ю. Розничная торговля: проблемы, тенденции и перспективы развития // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2011. — № 10. — С. 254–260.
3. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Ростат. URL: (дата обращения: 26.02.2017).

## Таможенный контроль: понятие, виды, формы и методы

Серёмина Регина Николаевна, магистрант;

Смолина Екатерина Станиславовна, кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет

*В данной статье проводится анализ основополагающих аспектов процедуры таможенного контроля в рамках нашей страны, а также уделяется внимание завершающей его стадии — таможенному контролю после выпуска товаров.*

**Ключевые слова:** таможня, таможенный контроль, таможенный контроль после выпуска товаров

Нормативное регулирование порядка проведения таможенного контроля определяется главой 15 ТК ТС и главой 19 Федерального закона от 27 ноября 2010 г. № 311-ФЗ (ред. от 30 декабря 2012 г.) «О таможенном регулировании в Российской Федерации». Тем не менее, ни в одном из указанных актов не присутствует законодательное закрепление понятия таможенного контроля.

В широком смысле таможенный контроль представляет собой вид государственного контроля, который осуществляется исключительно органами таможенной службы [5, С. 53].

Таможенный контроль — это одно из средств реализации таможенной политики Российской Федерации, которое представляет собой совокупность мер, осуществляемых органами таможенной службы в целях обеспечения соблюдения всеми участниками таможенно-правовых отношений требований норм таможенного законодательства. Его основной целью является идентификация с помощью всевозможного рода проверок соответствия проводимых участниками таможенно-правовых отношений операций и действий в области таможенного дела требованиям норм таможенного законодательства и выявление на базе этого таможенных правонарушений, т. е. нарушений таможенных правил.

Значение таможенного контроля в механизме государственного регулирования внешнеэкономической деятельности обуславливается стандартом 6.1 Международной конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур (Киотской конвенции): «Все товары, включая

транспортные средства, поступающие на или убывающие с таможенной территории, независимо от того, облагаются ли они пошлинами и налогами, подлежат таможенному контролю» [2, С. 35]. Таким образом, объектом таможенного контроля является любой товар, который перемещается через таможенную границу Таможенного союза.

Общие условия таможенного контроля тесно связаны с правовыми таможенными принципами, однако, не поглощаются ими всецело. Кроме того, они имеют меньший уровень общности, что объясняется тем, что они стоят на ступень ниже относительно принципов таможенного права, так как они регулируют действия органов таможенной службы, а не конкурирующих норм [24, С. 277].

На основе анализа положений отдельных глав Таможенного кодекса, а именно 15 и 16 глав, были выявлены следующие классификационные группы общих условий таможенного контроля:

- выбор таможенных действий;
- временная продолжительность таможенного контроля;
- помещение товаров и транспортных средств под таможенный контроль;
- допустимость проверки подлинности сведений, содержащихся в таможенных документах;
- места проведения таможенного контроля;
- обязанность управомоченных лиц предъявлять документы органам таможенной службы;



- неприемлемость причинения вреда при проведении процедуры таможенного контроля;
- использование средств технической поддержки при осуществлении таможенного контроля;
- всевозможные меры, которые предпринимаются и принимаются в отношении отдельных товаров и их групп [1].

Указанный перечень общих условий таможенного контроля не является доскональным и исчерпывающим.

Традиционно выделяют следующую группу принципов таможенного контроля:

- 1) принцип выборочности;
- 2) принцип достаточности;
- 3) принцип взаимодействия таможенных органов с таможенными органами иностранных государств сообразно с международными договорами, с другими контролирующими государственными органами, а также с непосредственными участниками деятельности внешнеэкономического масштаба;
- 4) принцип использования системы управления рисками [4, С. 99].

Система управления рисками (СУР) базируется на эффективном использовании имеющихся ресурсов органов таможенной службы для предупреждения нарушений таможенного законодательства таможенной службы и применяется для идентификации товаров, транспортных средств в международной перевозочной практике, документов и лиц, подлежащих таможенному контролю, форм таможенного контроля, применяемых к таким товарам, а также степени реализации таможенного контроля.

Для выявления товаров, транспортных средств различной категории, документов и лиц, подлежащих проверке, а также степени доскональной проверки таможенными органами применяются всевозможные методы анализа рисков. Федеральная таможенная служба России, являющаяся уполномоченной в области таможенного дела, идентифицирует стратегию таможенного контроля, основываясь на системе мер оценки рисков. Такой тип стратегии конкретизируется документами, к которым применен ограниченный доступ.

Переходя к основным формам таможенного контроля, следует подчеркнуть, что они перечислены в главе 16 Таможенного кодекса Таможенного союза, к ним относятся:

1. Проверка документов и сведений.
2. Устный опрос.
3. Получение объяснений.
4. Таможенное наблюдение.
5. Таможенный осмотр.
6. Таможенный досмотр.
7. Таможенный досмотр личного характера.
8. Проверка маркировки товаров специальными марками, наличия на них идентификационных знаков.
9. Таможенный осмотр помещений и территорий.
10. Учет товаров, которые находятся под контролем таможенных органов.

11. Проверка системы учета товаров и отчетности по ним.
12. Таможенная проверка. [1], [6, С. 145]

Таким образом, таможенный контроль, являющийся одним из ключевых элементов таможенного законодательства, позволил идентифицировать и предупредить случаи нарушения установленных норм и правил, касающихся перевозки объектов таможенного контроля через границы Таможенного союза.

В завершение настоящей статьи хотелось бы отметить тот факт, что важнейшим этапом таможенного контроля является его завершающая фаза — контроль после выпуска товаров.

С принятием Таможенного кодекса Таможенного союза произошло расширение инструментов таможенного контроля после выпуска товаров. В частности, усиление этого блока связано с введением таких форм таможенного контроля, как учет товаров находящихся под таможенным контролем, проверка системы учета товаров и отчетности, камеральная и выездная таможенная проверка. ТК ТС предусматривает и увеличение срока проведения постконтроля с одного года до трех лет, а также возможность проверять лиц, напрямую или косвенно участвующих в сделках с товарами, помещенными под соответствующую таможенную процедуру.

Основная задача проверочной деятельности — обеспечить достоверность заявленных декларантом сведений (о весе, стоимости, коде, стране происхождения товара и т. д.), влияющих на исчисление и уплату таможенных платежей. Решается эта задача с помощью выборочных проверок участников ВЭД, осуществляющих внешнеэкономические операции с максимальным риском нарушения таможенного законодательства. Таким образом, таможенный контроль после выпуска товаров проводится исключительно в отношении рисков поставок. И основным принципом данной работы является выборочность.

Таможенная проверка как одна из действенных мер по минимизации рисков обеспечивает выявление, пресечение и предупреждение правонарушений и преступлений в области таможенного дела, создание условий для ускорения таможенного оформления добросовестных участников ВЭД и формирование честной конкуренции.

В целом же концепция усиления и развития таможенного контроля после выпуска товаров призвана создать реальный барьер на внутреннем рынке РФ на пути распространения контрафактных и контрабандных товаров, а также товаров, ввезенных на территорию РФ с нарушением таможенного законодательства.

В связи с образованием Таможенного союза возникает риск ввоза на территорию РФ товаров, происходящих из стран дальнего зарубежья, под видом товаров, происходящих из Республики Беларусь или Казахстан. Данное обстоятельство требует усиления контроля со стороны подразделений таможенной инспекции, осуществляющих проверку факта выпуска товаров на внутреннем рынке Российской Федерации.

В то же время добросовестным участникам ВЭД беспокоиться не о чем, так как таможенные органы, прежде чем провести проверочные мероприятия, должны располагать данными, которые могут свидетельствовать о нарушении таможенного законодательства [7].

Таким образом, таможенный контроль после выпуска товаров способствует ускорению процедур таможенного

декларирования, поскольку после проведения проверочных мероприятий ряд законопослушных участников ВЭД уходит с рынка, что, во-первых, позитивно сказывается на процессах таможенного декларирования честных бизнесменов, а, во-вторых, помогает устранению недобросовестной конкуренции.

#### *Литература:*

1. Таможенный кодекс Таможенного союза, глава 15, глава 16 // действующая редакция с обновлениями от 12.08.2015 г.
2. Васильев Р. И. Правовое регулирование таможенного контроля // журнал «Административное и муниципальное право», рубрика «Полицейское право» — № 7—2011 г.
3. Ириашвили Н. Д., Рассолов М. М. Таможенное право // 5-е изд., перераб. и доп. — Москва — 2011 г.
4. Логинова А. С., Демичев А. А. Основы таможенного дела: учебник // ИЦ «Интермедия» — СПб.: 2014 г.
5. Романов Д. В. Развитие системы управления рисками в таможенных органах Российской Федерации // журнал «Вестник Орловского государственного аграрного университета» — № 6 — том 15. — 2011 г.
6. Якушевская Е. А., Развитие системы управления рисками как фактор повышения эффективности таможенного администрирования // журнал «Таможенная политика России на Дальнем Востоке» — № 1 — Владивосток — 2014 г.
7. Интернет-портал «Федеральная таможенная служба. Южное таможенное управление» // [Электронный ресурс]: <http://yutu.customs.ru/>, дата обращения: 22.05.2017 г.

# ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

## Методы оценки конкурентоспособности транспортного рынка

Моргачева Лариса Андреевна, магистрант

Уральский государственный университет путей сообщения (г. Екатеринбург)

*В статье рассматриваются научно-методологические подходы к решению проблем анализа конкуренции и конкурентоспособности на транспортном рынке. Характеристика конкурентных структур, исследованы факторы повышения конкурентоспособности.*

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности, транспортный рынок

## Methods of estimation of the competitiveness of the transport market

Morgacheva Larisa Andreevna

*The article deals with scientific and methodological approaches to solving the problems of analysis of competition and competitiveness in the transport market. Characteristics of competitive structures, factors of increasing competitiveness*

**Keywords:** competition, competitiveness, increase of competitiveness, transport market

Социально-экономическое развитие России требует обеспечения первоочередного развития транспорта в сравнении с другими отраслями экономики и создание условий для эффективного функционирования транспортного рынка относительно обеспечения как внутреннего так и внешнего спроса на транспортные услуги. Мировой финансово-экономический кризис последних лет, который обусловил значительный спад производства в реальном секторе национальной экономики, существенно повлиял на усиление конкурентной борьбы на рынке транспортных услуг между различными видами транспорта (автомобильный, железнодорожный, авиационный), так и транспортными предприятиями государственной и частной форм собственности, а также предпринимателями в рамках одной отрасли. Кроме того, включение отечественного транспорта в систему мировых хозяйственных связей выявило наличие сложных проблем в их деятельности учитывая жесткую конкуренцию со стороны иностранных транспортных компаний.

В этих условиях перед субъектами хозяйствования, действующих на данном отраслевом рынке с особой актуальностью встают задачи поиска действенных методико-практических подходов относительно обеспечения высокого уровня их конкурентоспособности, важной частью решения которого выступает надежная методология анализа конкуренции на транспортном рынке. Ведь, конкурентоспособность любого субъекта рыночных отношений может быть определена только в процессе фактической конкурентной борьбы; поэтому вопрос укрепления конкурентоспособности следует

рассматривать через призму проблем эффективности конкуренции и конкурентных отношений. Следует отметить, что как направление научных исследований, данная проблематика не является новой для отечественной экономической науки, поэтому, что ей посвящено большое количество работ как отечественных, так и зарубежных авторов.

Проблемам развития теоретических основ конкуренции, а также обоснованию моделей управления конкурентоспособностью как на макро-, так и микроэкономическом уровнях в условиях транзитивной экономики посвящены работы российских ученых — В. Г. Галабурды, А. В. Комарова, Б. М. Лapidуса, В. А. Макеева, В. А. Персианова, Н. П. Терешинной, М. Ф. Трихункова и др. Однако, несмотря на наличие значительного научного задела, перед экономической наукой и практикой встал ряд новых проблем относительно обоснованности методических рекомендаций по анализу конкуренции и конкурентоспособности предприятий транспортного рынка, что и обусловило необходимость написания данной научной статьи.

Трансформация экономических отношений в транспортной сфере национальной экономики, осуществляется на рыночных принципах требует формирования современной конкурентной среды. Это в свою очередь, предполагает необходимость обеспечения субъектами хозяйствования, действующих на транспортном рынке высокого уровня их конкурентоспособности. Конкурентоспособность проявляется лишь в условиях действия конкуренции и через конкуренцию. А следовательно, принятие субъектами

транспортного рынка решений об использовании моделей, методов и инструментов повышения конкурентоспособности зависит от видов и механизмов конкуренции, которая складывается на внутренних и международных транспортных рынках. Определение научных подходов к выбору модели роста конкурентоспособности субъектов транспортного рынка требует более глубокого исследования существенных признаков конкуренции, ее видов и особенностей конкурентной среды. На современном этапе существует большое количество трактовок термина «конкуренция». Так, в общепринятом смысле «конкуренция» означает соперничество, соревнование людей, групп, организаций в достижении лучших результатов в определенной общественной сфере [1, С.109]. Как экономическая категория конкуренция — это экономическая борьба, соперничество между обособленными производителями продукции, работ и услуг по удовлетворению своих интересов, связанных с продажей своей продукции, выполненных работ, оказанием услуг одним и тем же потребителям. С точки зрения теоретических основ самого явления, конкуренция является проявлением объективных процессов в хозяйственной деятельности субъектов рыночной экономики: снижение издержек производства или удовлетворения потребностей потребителей. Сама же борьба, соперничество при этом выступает в качестве только видимой ее части и является предметом различных научных концепций конкуренции.

В современной экономической науке и практике выработано многоплановое представление о конкуренции, которое выразилось в различных определениях этого понятия. В зависимости от места конкуренции в экономической системе эти определения можно разделить на три большие группы:

- Первая — конкуренция как процесс;
- Вторая — конкуренция как метод;
- Третья — конкуренция как результат.

На рынке экономические субъекты всегда руководствуются индивидуальной выгодой и интересом. По определению классика политической экономии А. Смита [4], именно конкуренция является тем механизмом, который уравнивает частные интересы и экономическую эффективность; работая на себя, каждый работает и на всю экономическую систему, обеспечивая действие «невидимой руки» рынка.

Конкуренция нередко рассматривается и как особое поведение независимых субъектов экономической деятельности на открытом рынке с целью победить конкурента. То есть, в таком контексте основное содержание конкуренции представляет собой борьбу (процесс состязания) за потребителя и более полное удовлетворение его потребностей. Понимание конкуренции как процесса и метода развивается также в рамках функционально-ролевого подхода.

В энциклопедическом словаре конкуренция также толкуется также как «состязание между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья». Кроме того, конкуренция

анализируется как ведущая движущая сила экономического развития, роста и «селекции» форм хозяйствования. Результатом конкурентной борьбы становится проверка жизнеспособности предприятия (фирмы) в условиях появления новых товаров и услуг, новых производственных технологий и новых рынков. Все, что не является эффективным, вытесняется с рынка. Победа в конкурентной борьбе сопровождается снижением себестоимости и повышением качества продукции.

В рамках структурного подхода конкуренция рассматривается как определенное рыночное состояние, как структура связей между субъектами хозяйствования, что предопределяет их способность к определенному поведению на рынке. В этом смысле конкуренция рассматривается как определенное рыночное состояние и как ценообразующий фактор, предпосылка для определенной модели ценообразования. Придерживаясь этого подхода современные экономисты расценивают конкуренцию как особую ситуацию на рынке, которая характеризуется двумя основными факторами: В первый — наличием большого количества независимых покупателей и продавцов конкретного продукта или ресурса; Во второй — свободой для покупателей и продавцов относительно входа на те или иные рынки или выхода из них [2, С. 52—490]. Следовательно, конкуренция рассматривается как система отношений между взаимозависимыми субъектами — продавцами и покупателями. Ключевым моментом в рассматриваемом трактовке понятия «конкуренция» является не соперничество в установлении цены, а отсутствие возможности влиять на цену. Это «взгляд не с точки зрения поведения субъектов рынка, а с точки зрения структуры связей между субъектами — структуры рынка, в конце-концов определяющей является их поведение» [3, С. 27]. Иначе говоря, конкуренция трактуется лишь как способность экономических агентов к соперничеству, то есть по сути под конкуренцией экономических агентов понимается исключительно их конкурентоспособность. Такой подход реализует «материальное» воплощение, материализацию «невидимой руки» рынка. В большинстве научных трудов конкуренция определяется как экономическое соперничество, борьба между субъектами хозяйственной деятельности за лучшие условия производства и реализации товаров и услуг с целью получения как можно большей прибыли.

В отечественном законодательстве термин «экономическая конкуренция» также толкуется с позиции соревновательного, то есть поведенческого подхода и определяется как соревнование между субъектами хозяйствования с целью получения благодаря собственным достижениям преимуществ над другими субъектами хозяйствования» [5]. При этом в определении экономической конкуренции признано допустимостью достижение преимуществ за счет именно собственных достижений предпринимателей (экономических, технологических), а не любых других методов соревнования, например, объединение усилий с другими предпринимателями.

С позиции различных методологических подходов рассмотрим действия сил конкуренции на транспортном рынке, что обеспечивают потенциал как для собственного внутреннего развития, так и для социально-экономического развития отечественной экономики. С точки зрения той конкурентной ситуации, сложившейся на транспортном рынке, следует отметить, что конкуренция может быть совершенной чистой и несовершенной — монополистической, прекращая свое существование в случае чистой монополии одной транспортной организации, компании или предприятия. Соответственно, рынок транспортных услуг делится на следующие виды конкурентных рыночных структур: рынок совершенной (чистой) конкуренции, монополистической и рынок чистой монополии.

Другой является ситуация на рынках перевозки пассажиров и грузов. На этих рынках являются смежными со сферой естественной монополии, могут развиваться два вида конкуренции: между разными видами транспорта или конкуренция между предприятиями в рамках одной отрасли. Таким образом, этот рынок можно признать конкурентным, поскольку конкуренцию составляют предприятия автомобильного, речного, трубопроводного и авиатранспорта, а также комбинированные перевозки с использованием нескольких видов транспорта, которые получили распространение в последнее время. Эффективной конкуренции нет лишь тогда, когда грузы нерентабельно перевозить другими видами транспорта.

Выводы и предложения. В условиях обострения конкуренции на рынке транспортных услуг важное значение приобретает использование научно обоснованных методолого-методических подходов к решению проблем анализа конкуренции и конкурентоспособности хозяйствующих

субъектов. К наиболее распространенным в науке и практике относятся структурный, поведенческий и функционально-ролевой подходы. Соблюдение принципов объективности, комплексности и адекватности для объяснения сложных процессов, которые имеют место в конкурентных отношениях, требует применения одновременно элементы всех трех подходов. При этом использование структурного подхода к анализу конкуренции на транспортном рынке становится важным методическим инструментом диагностики основных конкурентных сил, влияющих на рынок, оценки степени влияния каждой из них и определение характера конкурентной борьбы, а также необходимых конкурентных действий. При анализе конкурентоспособности разных видов транспорта необходимо учитывать наличие конкурентных преимуществ в их деятельности и влияние внешних факторов, определяющих условия конкуренции в отрасли. Это формирует возможность транспортного предприятия конкурировать на определенном рынке. Кроме этого, на конкурентоспособность транспортных предприятий влияет уровень конкурентоспособности продукции — транспортной услуги, что в свою очередь, напрямую зависит от совокупности организационно-экономических методов деятельности предприятий, которые обеспечивают успех в конкурентной борьбе. Следовательно, принятие субъектами транспортного рынка решений об использовании моделей, методов и инструментов повышения конкурентоспособности предприятий зависит от видов и механизмов конкуренции. Поэтому укрепление конкурентоспособности субъектов этого транспортного рынка зависит от выбранной методологии и методов анализа эффективности конкуренции и конкурентных отношений.

#### Литература:

1. Глибина А. И. Методика оценки конкурентоспособности автотранспортного предприятия на рынке транспортных услуг региона / Глибина А. И., Губенко Л. П. // *Kant*. — 2011. — № 1. — С. 109–110.
2. Ильина Е. А. Оценка конкурентоспособности грузового автотранспортного предприятия при разработке стратегии устойчивого развития в условиях нестабильной экономической среды / Е. А. Ильина, С. В. Григорьева // *Экономика и предпринимательство*. 2015. № 8–1 (61–1). С. 486–493.
3. Искандарова Э. М. Оценка конкурентоспособности АТП на рынке транспортных услуг / Э. М. Искандарова, А. В. Еремина // *Журнал научных и прикладных исследований*. 2017. № 3. С. 26–29.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Econom/smit/smit\\_1.pdf](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/smit/smit_1.pdf)
5. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.riaria.ru/pdf/zakon/federalnyj-zakon-o-zashhite-konkurencii.pdf>



*Научное издание*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

V Международная научная конференция

г. Москва, июнь 2017 г.

Сборник статей

*Материалы печатаются в авторской редакции*

Дизайн обложки: *Е. А. Шишков*

Верстка: *О. В. Майер*

Издательский дом «Буки-Веди», г. Москва

Подписано в печать 24.06.2017. Формат 60х90 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 11,0. Уч.-изд. л. 11,5. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»

420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.