



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
Institute of Economics, Finance and Business, Bashkir State University  
Faculty of Business Administration, University of Economics in Prague

## **PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY AND MANAGEMENT**

Materials of the IV international scientific conference  
on December 3–4, 2016

Prague  
2016

**Problems and prospects of development of economy and management** : materials of the IV international scientific conference on December 3–4, 2016. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2016. – 178 p. – ISBN 978-80-7526-158-8

### **ORGANISING COMMITTEE:**

**Filor U. Mukhametlatypov**, doctor of sociological sciences, professor, the head of the department of labour sociology and economics of business at the Institute of Economics, Finance and Business of Bashkir State University.

**Marina R. Bogatyreva**, candidate of sociological sciences, assistant professor of the Institute of Economics, Finance and Business of Bashkir State University.

**Aygul Sh. Galimova**, candidate of economic sciences, assistant professor of the Institute of Economics, Finance and Business of Bashkir State University.

**Oleg A. Alekseev**, candidate of philosophical sciences, assistant professor of the Institute of Economics, Finance and Business of Bashkir State University.

**Eva Kashparova**, Ph.D., research associate at University of Economics in Prague.

**Ilna G. Doroshina**, candidate of psychological sciences, assistant professor, chief manager of the SPC «Sociosphere».

*Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.*

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines problems and prospects of development of economy and management. Some articles deal with the current state of the world economy and international economic relations. A number of articles are covered interaction of macro- and microeconomic processes. Authors are also interested in the theory of economic systems management.

**UDC 33**

**ISBN 978-80-7526-158-8**

*The edition is included into Russian Science Citation Index.*

© Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ», 2016.

© Group of authors, 2016.

# CONTENTS



## I. THE CURRENT STATE OF THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<b>Akhmadeev R. G., Bykanova O. A., Knyazeva A. V.</b> World sovereign funds: management efficiency .....	7
<b>Goncharov V. N., Shevchenko M. N., Druznyak O. V., Kuripchenko E. V.</b> Development prospects of aviculture industry .....	13
<b>Волин А. Ю.</b> Зерно как товар, торгуемый на мировом рынке .....	17
<b>Кравченко А. В., Бородина А. Ю.</b> Совершенствование механизма таможенного контроля в условиях применения системы управления рисками .....	20

## II. INTERACTION OF MACRO- AND MICROECONOMIC PROCESSES

<b>Беккер Р. В.</b> Прогноз финансовых результатов деятельности предприятий складского хозяйства Новосибирской области .....	24
<b>Ершов А. Н., Салатова А. А.</b> Экономические дебаты: Влияет ли глобализация на безработицу? .....	31
<b>Юрченко А. А., Заднепровская Е. Л.</b> Теоретические проблемы построения бренда .....	33

## III. THE FINANCIAL AND TAX SYSTEM OF MODERN MARKET RELATIONS

<b>Kulish N. V.</b> Standardization of accounting in the economic entity .....	37
<b>Мальцагова Т. М.</b> Банковский сектор России: проблемы, перспективы развития .....	40

<b>Тайсумова Х. В., Ахмаров А. А.</b> Роль земельного налога в налоговой системе Российской Федерации .....	45
<b>Юшаева Р. С., Агуев М. М.</b> Взаимодействие банковского сектора и реального сектора экономики.....	47

#### **IV. BASIC PRINCIPLES, METHODS AND TECHNIQUES OF MODERN MARKETING**

<b>Petrova Yu. A., Arapova A. E., S. A. Isalova, Samojlenko Yu. S.</b> Ways of increasing competitiveness of the company .....	52
<b>Shatskaya E. Yu., Kafian K.A., Komaristaya E. Yu.</b> Marketing analysis of car refinish sector in Europe in the case of Italian IMPA company .....	55
<b>Катюшичев Н. К.</b> Проблематика развития модели комплекса маркетинга .....	62
<b>Пономарева Е. А., Тлимахова Ф. А.</b> Маркетинг в сфере образования .....	66

#### **V. THE THEORY OF ECONOMIC SYSTEMS MANAGEMENT**

<b>Беккер А. В.</b> Особенности применения теории рычагов в финансовом анализе деятельности компаний .....	70
<b>Нусинов В. Я.</b> Исследование сущности репутационного кризиса и усовершенствование подходов к оценке степени его тяжести .....	73
<b>Пайтаева К. Т.</b> Определение роли экономического анализа на современном этапе .....	77
<b>Таштамиров М. Р.</b> К вопросу о причинах кризиса экономики России и необходимости их преодоления .....	80
<b>Яковлева-Чернышева А. Ю.</b> К вопросу формирования механизмов государственно-частного партнерства в курортном регионе .....	84

## VI. INNOVATIVE APPROACHES TO MODERN MANAGEMENT

**Borges A. M.**

Management innovations in activities of the Oil & Gas Corporations:  
Coordination problems ..... 86

**Быковский В. В., Быковская Е. В.**

Возможности инновационно-технологического развития  
промышленных предприятия РФ на основе повышения  
их стратегической технологической конкурентоспособности..... 92

**Николаева Т. И., Урясьева Т. И.**

Прогрессивные технологии складской логистики и перспективы  
их развития..... 103

**Першина Т. А., Захарова Н. Ф.**

Обеспечения энергоэффективности на предприятии  
металлургической промышленности..... 107

**Першина Т. А., Тихонова Т. А.**

Инновационные подходы к повышению энергоэффективности  
предприятий ЖКХ..... 112

## VII. ACTUAL ISSUES OF LABOR ECONOMICS AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

**Игольникова И. В., Матюшкина И. А., Михалева О. М.**

Сопоставление понятий интеллектуального капитала  
и интеллектуальных ресурсов: анализ теоретических положений ..... 116

**Перелыгина А. А., Буркова Т. А.**

Комплексная оценка профессиональных качеств сотрудников ..... 120

**Буркова Т. А., Перелыгина А. А.**

Выявление мотивации персонала к труду ..... 122

**Притворова Т. П., Дюсембекова Г. С.**

Оценка социальной эффективности проекта «Молодежная практика»  
государственной программы занятости..... 124

**Тимофеева Ю. Н.**

Оптимизация складского пространства ..... 128

**Шатырко А. В.**

Применение аутстаффинга в условиях современных организаций..... 132

## VIII. BRANCH FEATURES OF REGIONS INDUSTRY

**Zhigalova Yu. O.**

Innovative potential as dynamic development condition  
of the region economy ..... 137

**Бондаренко Д. А.**

Сущность и подходы к устойчивому развитию сельских территорий ..... 140

**Данилова С. В., Черемыкина Е. Д.**

Актуальность построения логистической информационной системы  
на предприятиях дорожной отрасли ..... 144

**Демильханова Б. А.**

Финансовое обеспечение реализации инновационного  
потенциала региона ..... 146

**Иваницкая Е. С.**

Экономическая эффективность пассажирских перевозок речным  
транспортом ..... 150

**Рудич Т. А.**

Гис в градостроительстве (на примере города Шахты,  
Ростовской области) ..... 157

**Сейтказиева А. М., Кенжалина Ж. Ш., Омаров Б. С.**

Формирование предпринимательских компетенций студентов:  
опыт Университета Нархоз ..... 161

**Уфимцева Л. И., Гильманова Д. Р.**

Предпринимательские риски при максимизации прибыли ..... 169

План международных конференций, проводимых вузами России,  
Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана,  
Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ» в 2017 году ..... 173

Информация о научных журналах ..... 175

Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské  
centrum «Sociosféra-CZ» ..... 176

Publishing service of the science publishing center «Sociosphere» –  
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» ..... 177



# I. THE CURRENT STATE OF THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS



## WORLD SOVEREIGN FUNDS: MANAGEMENT EFFICIENCY

**R. G. Akhmadeev**

*British Doctor of Philosophy degree,  
assistant professor,*

**O. A. Bykanova**

*Candidate of Physics and Mathematics  
Sciences, assistant professor,  
Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia*

**A. V. Knyazeva**

*Candidate of Economic Sciences,  
assistant professor,  
Financial University under the Government  
of Russian Federation, Moscow, Russia*

---

**Summary.** Activities of global sovereign funds different according to the degree of variability of their impact on the economic development of each country. Conditionally it can distinguish sovereign wealth funds, which have a significant impact on the development of the national economy. Other funds have significantly less impact on the development of the economy (inefficient funds). Another group funds do not allow assessing the impact on the economy due to non-transparent activities.

**Keywords:** economic growth; macroeconomics; fiscal policy; sovereign wealth funds; the export potential of the country

---

As a rule stabilization funds are generated and used to ensure a balanced budget. They also include funds created for the purpose of one-time savings from massive revenues and future utilization of such funds. These funds are established to protect the state budget from the external market factors or other external shocks (East Timor, Iran, Chile, and Russia). At the same time mentioned funds are formed and used within anti-cyclic budget policy and invested into the marketable and low-risk financial instruments. Major share of stabilization funds is placed into low-risk government bonds in short-term investment horizon considering conservative investment strategy.

In return pension reserve funds are used to finance detected future outflows, connected with securing government pension obligations (Australia, Ireland, New Zealand, Norway, Russia). Resources of such funds are mainly invested into shares and other high-risk investment in order to compensate the growth of pension expenses in long-term period. Allocation of pension fund

surplus is made within balanced strategy, substantial share of investment portfolio can be represented by shares and corporate bonds.

Fund structuring is based on the principal of fair distribution of wealth through generations. Marketed budget revenue as well as foreign-exchange reserves are accumulated in funds for the purpose of investment and value building, securing revenue for the future generations. The common goal of funds is redistribution of revenue from the non-renewable funds into certain types of financial assets (Libia, UAE, China, and Singapore).

The purpose of development funds is investment and development of priority industries of economy. Usually development funds are invested within the state into priority socio-economic project generally represented by transport infrastructure, education, health care (UAE, Iran, Australia, and Russia). It should be noted that both stabilization and savings funds have common decision-making policy for expenditure budgeting. In such circumstances, sovereign funds acquire mixed structure, which is aimed at resolving several tasks simultaneously. In particular, such aim can be identified for the funds located in Bahrain, Kuwait, Norway, Russia, and Trinidad and Tobago.

It should be noted that the purpose and targets of the funds of the majority of sovereign funds are coordinated with common macroeconomic purposes of country development, as funds' assets impose a substantial impact on government finances, count balance of payments and so on. Policy research of world sovereign funds, accumulated through oil-and-gas revenues as well as non-resource exports, allowed to range the largest funds within the world country segments (table 1) based on 5-grade scale (where 1 is the lowest and 5 is the highest scale).

Table 1

## Range the largest funds within the world country segments based on 5-grade scale

Country	Name of Fund	Source (NCE – non-commodity export, CE – oil, gas)	Size, bln. USD	Depth of reflecting strategic aims and targets of the fund and their implementation	Investment portfolio distribution based on industry factor	Investment portfolio characteristic within country range	Fund social responsibility, taking into account the interest of country population	Fund investment efficiency considering external risks	Transparency and openness of information, supplied by fund
Asia and Pacific									
Australia	Australian Future Fund	NCE	89,8	5	4	4	5	4	5
China	China Investment Corporation	NCE	746,7	3	4	4	4	4	4
	National Social Security Fund	NCE	294,9	3	3	4	3	2	2
Hong Kong	Monetary Authority IP	NCE	442,4	4	3	4	4	3	3
Singapore	GIC Private Limited	NCE	344,0	5	4	3	4	4	3
MENA Region (Middle East and North Africa)									
Kuwait	Kuwait Investment Authority	CE	592,0	4	3	4	4	3	2
Qatar	Qatar Investment Authority	CE	256,0	4	5	4	4	5	4
Saudi Arabia	SAMA Foreign Holdings	CE	598,4	4	3	4	4	3	4

UAE	Abu Dhabi Investment Authority	CE	792,0	4	5	4	3	4	3
Europe									
Norway	Government Pension Fund - Global	CE	847,6	5	4	4	5	4	5
North America									
Canada	Alberta's Heritage Fund	CE	17,5	4	4	4	3	4	3
USA	Alaska Permanent Fund	CE	53,9	4	4	4	3	4	3
	New Mexico State IC	CE	19,8	3	4	3	3	4	3
Central Asia									
Azerbaijan	State Oil Fund	ӘК	34,2	5	4	4	5	4	5
Kazakhstan	Samruk-Kazyna	НӘК	85,1	4	4	4	3	4	5

---

There was analysis made towards level of publicity of funds based on data received and recognized allocation of funds into groups according to their geographical location. Applied range method is based on the utilization of the following formula, reflecting the average level of fund grading:

$$f_j = \left( \sum_{i=1}^n f_{ij} \right) / n, \quad (1)$$

where  $f_{ij}$  – range ratio ,

$j$  – number of the fund in the subgroup,  $n=6$ .

Range ratio considers correlation of the following factors:

- Ratio  $f_{1j}$  - the depth of reflecting strategic aims and targets of the fund and their implementation;
- Ratio  $f_{2j}$  – investment portfolio distribution based on industry factor;
- Ratio  $f_{3j}$  – investment portfolio characteristic within country range;
- Ratio  $f_{4j}$  – fund social responsibility, taking into account the interest of country population;
- Ratio  $f_{5j}$  – fund investment efficiency considering external risks
- Ratio  $f_{6j}$  – transparency and openness of information, supplied by fund.

The size of average fund grades made a significant range of values: from 2,8 till 4,5, which indicates heterogeneity in its management. The calculation of the standard deviation of the study sample was made using the formula (2) and resulted in 0,496384, which also indicates the great variety of funds average estimates

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^{17} f_j^2}{17} - \frac{\left( \sum_{k=1}^{17} f_j \right)^2}{17^2}} \quad (2)$$

Grouping of funds by the way of creating the underlying assets (commodity export, non-commodity export) allowed to define the funds' average value based on their source and to conclude that funds with non-commodity source of financing have more transparent and efficient structure.

Therefore, performed analysis of the foreign experience of creating and managing of sovereign funds allowed identifying the following trends: the growing number of sovereign funds appearing in resource-independent countries; even more funds are of non-resource origin. Asia is the dominant region for creating new funds with its considerable gold-and-forex reserves. Herewith the key features of nearly all sovereign funds include heterogeneous representation of sovereign funds, including their legal form, long-term investment nature of operations and fund's investments can actively influence stock markets.

### **Bibliography**

1. Akhmadeev R. G., Bykanova O. A., Tretyakova D. A. The ways to overcome the negative phenomena in the Russian economy // *Ekonomicke trendy*. – 2016. – № 3. – С. 44–51.
2. Akhmadeev R. G., Kosov M. E., Bykanova O. A., Ekimova K. V., Frumina S. V., Filipova N. V. Impact of tax burden on the country's investments // *Journal of Applied Economic Sciences*. – 2016. – Т. 11. – № 5. – С. 992–1002.
3. Быканова О. А., Филиппова Н. В. Экономическое мышление и финансовая грамотность как составные элементы в рамках профориентационной деятельности и программы привлечения талантливых представителей молодежи на образовательные программы экономического вуза // *Образование и воспитание*. – 2015. – № 3(3). – С. 40–41.
4. Голубцова Е. В., Князева А. В. Налогообложение операций по реализации конкурсной массы в рамках процедуры банкротства // *Экономика и предпринимательство*. – 2016. – № 8 (73). – С. 1051–1054.
5. Косов М. Е., Ахмадеев Р. Г. Финансово-банковское регулирование макроэкономических процессов в России // *Финансы и кредит*. – 2015. – № 20 (644). – С. 22–30.

## DEVELOPMENT PROSPECTS OF AVICULTURE INDUSTRY

**V. N. Goncharov**  
**M. N. Shevchenko**

**O. V. Druznyak**  
**E. V. Kuripchenko**

*Doctor of Economic Sciences, professor,  
Candidate of Economic Sciences,  
assistant professor,  
Candidate of Economic Sciences,  
Graduate student,  
Lugansk National Agrarian University,  
Lugansk, Ukraine*

---

---

**Summary.** The comparative analysis of meat consumption in the different countries of the world presents in the article. The structure and geography of meat export and meat products and the import of meat and meat products on the Ukrainian market were considered. Poultry production dynamics in Ukraine was analyzed and the main factors constraining the development of the aviculture sector and development priorities on the basis of the results were identified that contributed to improve the efficiency of poultry enterprises.

**Keywords:** aviculture, poultry enterprises, import and export of poultry products, poultry farming development priorities.

---

---

In term of a socially oriented economic development strategy are the most important issues related to the preservation, development and enhancement of human capital, which is largely determined by the population health. Health is the basis of social well-being nation, its social and economic prosperity, the main economic resource and the condition of the labor potential reproduction. The most important factor affecting the population health is the food quality, which is determined by the energy saturation and complexity of the necessary ingredients. The main need for meat in the human diet due to high protein content, the lack of which can lead to slow physical and mental development, metabolic disorders, reduce the body's ability to fight infections.

According to the recommendations of the World Health Organization physiologically-based on meat consumption annual rate is considered to be 80 kg per person. Thus in various countries meat consumption differs in structure and in most cases below normal (Table 1) [1].

Table 1

## Comparative analysis of meat consumption

Country	Consumption per person, kg / year								Growth rate, %
	2013 year				2014 year				
	EC Meat	Pork	SEC Meat	Pork	EC Meat	Pork	Meat Poultry	Total	
US	35,9	27,6	50,5	114,0	34,3	27,2	51,3	112,8	98,95
Brazil	41,0	14,8	41,8	97,6	41,9	15,0	42,0	98,9	101,33
EU	14,7	40,5	24,3	79,5	14,9	41,2	24,5	80,6	101,38
Russia	17,6	24,6	28,9	71,1	17,4	24,8	30,9	73,1	102,81
China	5,5	40,8	13,9	60,2	5,8	41,3	13,7	60,8	101,00
Ukraine	9,1	21,4	26,1	56,6	8,1	19,3	28,6	56,0	98,94

According to the table 1, the top three meat consumption are the United States, Brazil, the European Union. The meat consumption exceeds the standard value, respectively, to 34,0 kg and 17,6 kg, which is an unfavorable trend, as excessive consumption of meat is dangerous for the human body and causes several diseases in the US and in Brazil. Meat consumption indicator in the EU is correct, that is one of the highest life expectancy to proper nutrition factors and evidence and as a consequence of sturdy Europeans health. In Russia, the average value is only close to the normative, but retained the dominance of the carbohydrate supply model. The meat consumption indicator in China is lower than the standard, but higher than the minimum required consumption norm. In Ukraine, in 2013-2014 the actual consumption exceeds the minimum norm on 3,6 kg and 3,0 kg.

The meat production volume in the world teeters on the level of 53–54 mln. tons per year. The production per capita in different countries is very different. Since the average production of meat per capita in the world is 33,2 kg per year: in Denmark – 326,9 kg, in Belgium – 144,2 kg in the US - 130 kg in the EU – 53,5 kg in China – 29,4 kg. In Ukraine, the meat production per capita is 52 kg, that is, its own production is not covered by the actual consumption, and as a consequence of this phenomenon increases the imports significance. In the overall imports structure of meat and meat products in 2014, 72 % took pork, accounting for US \$ 388,1 million. In monetary terms US, 19 % – meat and of-fal of poultry, 6 % – meat products and prepared meat products and 3 % from cattle. In this case the imports geography of meat and meat products is similar to the following structure: 86 % of imports come from Denmark, 9 % – from Belgium, 3 % – from Australia, 2 % – from Brazil.

Ukrainian population decrease in purchasing power contributed to the fact that the main point of reference when choosing meat products price stands. Meat processing enterprises often buy imported raw materials, which are much cheaper, and thus there is the need to implement their own products on the other coun-

tries markets. Meat exports and poultry edible offal is 64 %, which in monetary terms amounts to US \$ 232,100,000. At the same time about 32 % of meat and meat products exported to Georgia, 24 % – Vietnam, 22 % – Russia, 12 % – Azerbaijan, 5 % – Armenia, 3 % – Angola and 2 % – Hong Kong.

According to the FAO in the world in 2014 it was produced 310,8 million. Tons of all meat kinds, while on poultry products account for approximately 30 % of total production [4]. This is due to the fact that the poultry industry in most countries of the world comes to the rapid growth stage. In this state of the poultry industry in Europe is very different (Table 3).

The operating profitability indicator is not only one of the best tools determine the efficacy, but also the ability of the company's management to make a profit from the activity. In the Russian Federation and Finland in 2013, this figure had the highest values: 13,24 % and 12,89 %, which indicates the vertical integration development of this business, that is, not only poultry enterprises engaged in the production, but also have their own raw material bases and build effective marketing system, part of the agricultural holdings are subsidiaries. The negative operating profitability value of the Hungarian enterprises indicates a loss-making aviculture industry in the country. It is also very low indicator values are typical for the UK, France and Austria.

Table 3

**Financial ratios of poultry enterprises across Europe [4]**

Country	Operating margin,%	Rentability of assets,%	Financial leverage,%
Russian Federation	13,24	39,00	122,86
Finland	12,89	8,00	111,92
Spain	3,53	7,00	58,92
Denmark	3,42	4,00	-
Ukraine	2,97	7,00	184,6
Poland	2,60	9,00	99,36
Italy	1,87	3,00	115,16
Belgium	1,71	3,00	167,76
Germany	1,16	6,00	166,34
Austria	0,87	2,00	154,25
France	0,79	1,00	37,19
United Kingdom	0,47	-1,00	86,25
Hungary	-1,85	-2,00	107,55

Assets rentability is a measure that reflects the efficiency of their use. Negative the indicator values are typical for Hungary and the UK, which shows that, after taxes payment and interest on loans, poultry enterprises in these countries have no net income, that is, their work unprofitable. In the three leaders on

the profitability of poultry enterprises assets value includes the Russian Federation, Poland and Finland, indicating that the effective cash management on poultry farms and the efficiency of their activities. Ukrainian enterprises high profitability is often associated with low book value of their assets, which does not reflect the market value.

There is also a group of the most important indicators of the enterprises financial situation include financial leverage, calculated as the debt ratio and equity. For poultry enterprises in Denmark, the figure cannot be calculated because the borrowed funds are not available. On the one hand self-financing is a welcome phenomenon for the business development in modern conditions, as in this case, to minimize financial risk. But on the other hand, at low interest rates on loans to companies not used the opportunity to influence profits by changing the structure of long-term liabilities. The high value of this indicator in Ukraine, due to the low profitability of this business, which does not allow companies to pay on loans, which largely consisted of before the 2008 crisis.

In managing modern conditions the main priorities of the poultry farming development and raising its efficiency are [2; 3]:

- The sector technological modernization, which includes the poultry farms construction and reconstruction, the necessary technical and technological equipment development of processing plants construction and the eggs and logistics infrastructure development;

- The breeding base development provides for the poultry breeding and genetic centers and reproductive farms creation, breeding and high-tech poultry breeds;

- The network expansion of the poultry products trade firms, especially near large cities, industrial centers and other densely populated areas;

- Providing complete and balanced poultry compound feed, as well as special mixed fodder, modern feed mills construction and functioning reconstruction, increasing the production of plant origin protein feed;

- Assist farmers in acquiring livestock population of young poultry, improving the organization of its cultivation, purchase and products sale;

- The market regulation by means: the national standards development for poultry products, regulations and guidance documents on price regulation;

- The creation of low-waste and non-waste technologies, to maximize and comprehensively include the economic turnover virtually all raw materials, which are constantly formed and accumulated in the poultry farms in the production of the main products that will minimize the environmental damage and to create the conditions to generate additional revenue from the sale of a new side products derived from recycled waste.

Aviculture industry development is socially conditioned, cost-effective and most promising direction in achieving country food security. In addition, there are many preconditions for the industry development: the demand for poultry products; raw materials availability, particularly corn, one of the main consumers which are the aviculture industry; the presence of well-developed an-

imal feed industry; availability of land for the facility location to meet the requirements to ensure veterinary and sanitary safety; skilled labor availability.

### Bibliography

1. Голомша Н. Є., Шелест Н. А. Сучасні тенденції виробництва, переробки та споживання м'яса в Україні // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2013. – Вип. 181(6). – С. 99–107.
2. Кернасюк Ю. Птахівництво — ефективна сфера агробізнесу // Агробізнес сьогодні. – 2015. – № 8(303). – С. 16–18.
3. Маслак О. Тенденції ринку продукції птахівництва // Агробізнес сьогодні. – 2013. – № 24 (271). – С. 12–14.
4. Огляд м'ясопереробної галузі України 2013/2014. – Режим доступа: [http://www.bakertilly.ua/media/pdf/BT\\_Meat\\_2013%20.pdf](http://www.bakertilly.ua/media/pdf/BT_Meat_2013%20.pdf).

## ЗЕРНО КАК ТОВАР, ТОРГУЕМЫЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

А. Ю. Волин

*Студент,  
Ярославский государственный  
университет им. П. Г. Демидова,  
г. Ярославль, Россия*

---

**Summary.** The article observes the present situation at the world market of cereals. The study characterizes cereals as a type of commodities that can be objects of sale in world market. In the article some peculiarities of cereals as a commodity are given.

**Keywords:** cereals; world market; international trade; agriculture.

---

В системе отраслей мировой экономики зерновое хозяйство составляет основу растениеводства и сельскохозяйственного производства в целом. Это определяется наличием большого количества многосторонних связей производства зерновых культур с сопредельными отраслями сельского хозяйства и промышленности. На мировом рынке зерно является не только одним из важнейших продуктов питания для значительной части населения планеты, но и источником сырья для пивоваренной и спиртовой промышленности, а также незаменимым кормом для скота и птицы.

Зерно как один из видов сельскохозяйственной продукции, с точки зрения международной торговли имеет ряд преимуществ. Во-первых, оно хорошо хранится в сухом виде. Во-вторых, оно легко может транспортироваться на достаточно большие расстояния, а также имеет высокую степень сыпучести [1, с. 334]. Все перечисленные факторы успешно используются в логистике, а также при создании государственных запасов продовольствия и кормов [1, с. 334].

Далее рассмотрим характеристику зерна как товара на мировом рынке по наиболее значимым признакам (таблица 1) [3].

## Характеристика зерна по основным признакам

№ п/п	Признак	Группа	Пояснения
1	Предназначение товара	Товар двойного применения	Товар используется как в качестве продукта питания для людей, так и в качестве сырья для пищевой промышленности
2	Степень торгуемости товара	Зерно является товаром, торгуемым на мировом рынке	Зерно как предмет торговли может перемещаться между странами
3	Степень глобализации товара	Товар полностью глобальный	Зерно выводится на мировой рынок без существенных изменений его характеристик
4	Распространенность товара	Товар широкого потребления	Зерно потребляется широким кругом покупателей

Таким образом, зерно является товаром, потребляемым широким кругом экономических субъектов. Оно является товаром двойного назначения, т.е. востребовано как конечными потребителями, так и предприятиями пищевой и кормовой промышленности в качестве сырья.

Как мы выяснили ранее, зерно – товар широкого потребления, следовательно, по классификации Ф. Котлера зерно является товаром кратковременного пользования, т.к. оно полностью потребляется за один цикл использования. Среди товаров широкого потребления зерно относится к группе товаров повседневного спроса, т. к. товары, которые потребитель обычно покупает этот товар часто, без раздумий и с минимальными усилиями на сравнение различных брендов между собой. Если еще более углубиться в эту классификацию, то можно прийти к выводу, что зерно относится к подгруппе основных товаров постоянного спроса, т.к. оно приобретает потребителями на регулярной основе [2, с. 259–261].

Производство зерновых культур и торговля ими являются важной составляющей функционирования мировой хозяйственной системы. Международная торговля зерном занимает особое место в приоритетах мировой политики и продовольственной безопасности, т.к. зерно непосредственно связано с жизнедеятельностью основного субъекта и объекта мирохозяйственной деятельности – людей, рабочей силы. Еще два тысячелетия назад древнегреческий ученый Ксенофонт отмечал, что «сельское хозяйство является матерью и кормильцем всех других ремесел: когда сельское хозяйство хорошо управляется, все другие ремесла процветают; когда на сельское хозяйство не обращают внимания, все другие ремесла приходят в упадок на земле и на море» [4, с. 144]. На современном этапе развития мировой экономики роль зерна как важного источника дохода, занято-

сти и внешней торговли по-прежнему велика. И даже если речь идет о странах, где доля сельского хозяйства в общем объеме ВВП невелика, то необходимо отметить, что и в этих странах значительное внимание уделяется как сельскому хозяйству в целом, так и производству зерновых культур в частности.

Далее рассмотрим основные характеристики качества зерна как товара, торгуемого на мировом рынке (таблица 2). В целом, необходимо отметить, что для рассмотренных в таблице 2 признаков не характерна высокая дифференциация по странам вследствие высокой степени стандартизации зерна как товара, обращающегося на мировом рынке.

Таблица 2

**Основные характеристики качества зерна и их показатели**

№ п/п	Наименование характеристики	Показатель	Примечание
<b>Объективные показатели</b>			
1	Наличие сорных примесей	Процентное содержание	Сорные примеси снижают товарную ценность зерна
2	Влажность	Процентное содержание	Влажность способствует преждевременной порче зерна
3	Отсутствие грибковых поражений	Наличие/отсутствие спор грибов	У пораженного грибами зерна ухудшаются вкусовые качества, накапливаются токсичные вещества
<b>Субъективные показатели</b>			
5	Форма зерна и его размер	Длина, ширина, толщина	Ценность зерна возрастает при увеличении его размеров
6	Выравненность зерна	Процент остатка после просеивания	Зерно в одной партии должно быть приблизительно одинакового размера
7	Органолептические показатели	Цвет, вкус, запах	Зерно должно удовлетворять потребительским ожиданиям в отношении его органолептических показателей

Таким образом, на мировом рынке зерно является не только одним из важнейших продуктов питания для значительной части населения планеты, но и источником сырья для пивоваренной и спиртовой промышленности, а также кормом для скота и птицы. Зерно является одним из основных продуктов питания для человека. Способность зерна долго храниться в сухом виде, а также его сыпучесть обуславливают его высокую транспортабельность. Зерно является товаром, потребляемым широким кругом экономических субъектов. Оно является товаром двойного назначения, т.е. востребовано как конечными потребителями, так и предприятиями пищевой и кормовой промышленности в качестве сырья. В целом для рынка

зерна характерна тенденция к стандартизации качества ввиду большой конкуренции на рынке и больших масштабов международной торговли рассматриваемым товаром.

### Библиографический список

1. Коваленко Н. Я., Агирбов Ю. И., Серова Н. А. Экономика сельского хозяйства : учебник. – М. : ЮРКНИГА, 2004. – 384 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. – М. : Прогресс, 1991. – 657 с.
3. Лозовский Л. Ш. Универсальный бизнес-словарь. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 632 с.
4. Ломакин В. К. Мировая экономика : учебник для вузов. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 564 с.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

А. В. Кравченко  
А. Ю. Бородина

*Доктор экономических наук, профессор,  
студентка,  
Северо-Кавказский федеральный  
университет, г. Ставрополь, Россия*

---

**Summary.** This article discusses the risk management system as a complex of effective measures, based on the principles of selectivity and optimality for best results in the detection of offences under customs control. The authors analyzed the system of risk management, identified the current problems and main directions of improvement of customs control of goods in the Eurasian economic Union in the framework of the risk management system.

**Keywords:** customs control; risk management system; Eurasian economic Union; the integration information system of foreign and mutual trade.

---

Внешняя торговля характеризует динамику многих макроэкономических параметров, усиливая роль внешнеэкономической составляющей в развитии экономики страны. В Правилах Генерального приложения к Киотской конвенции указано, что все товары, ввозимые на таможенную территорию или вывозимые с нее, независимо от того, облагаются ли они таможенными пошлинами и налогами, подлежат таможенному контролю. Таким образом, таможенный контроль является одним из основных институтов в области таможенного регулирования.

Согласно ст. 4 Таможенного кодекса Таможенного союза (далее ТК ТС) таможенный контроль – это совокупность мер, осуществляемых таможенными органами, в том числе с использованием системы управления рисками, в целях обеспечения соблюдения таможенного законодательства Таможенного союза и законодательства государств – членов Таможенного союза, контроль за исполнением которого возложен на таможенные органы [6].

Формы таможенного контроля и порядок его проведения закреплены в действующем таможенном законодательстве.

Таможенные органы проводят таможенный контроль на основе принципа выборочности и достаточности для обеспечения соблюдения таможенного законодательства, что требует оптимизации форм таможенного контроля.

Образование ЕАЭС, принятие государствами-членами ЕАЭС Киотской конвенции и внедрение в российское законодательство принципов ВТО привели к значительному изменению таможенного законодательства. Наиболее важными нововведениями стали минимизация административных барьеров в отношении товаров, которые перемещаются через таможенную границу, и активизация взаимопомощи между таможенными органами и участниками ВЭД на основе системы управления рисками (далее СУР).

Применение СУР позволило сократить до 30 процентов число таможенных досмотров и позволило выявить большое количество правонарушений при проведении таможенного контроля [5].

Система управления рисками стала одной из основных составляющих в работе по приведению процедур таможенного контроля ЕАЭС в соответствии с критериями качества таможенного администрирования, предусмотренными стандартами ВТО.

В настоящее время таможенными органами в рамках СУР реализованы практические механизмы по обеспечению выявления рисков нарушения таможенного законодательства на различных стадиях совершения таможенных операций как до, так и после выпуска товаров [3].

По итогам реализации СУР в 2015 году для целей предотвращения возможного перемещения товаров и транспортных средств международной перевозки через таможенную границу ЕАЭС с нарушением наднационального и национального таможенного законодательства утверждено 35 140 профилей рисков, в том числе: 445 – общероссийских, 3 761 – региональных и зональных, 30 934 – целевых.

В результате их применения таможенными органами в 2015 году дополнительно начислено таможенных платежей на сумму 19 млрд. рублей (довзыскано 18,5 млрд. рублей), возбуждено 32 231 дело об административных правонарушениях и 934 уголовных дела, принято 24 304 решения об отказе в выпуске товаров и 12 556 решений о запрете к ввозу/вывозу товаров [5].

Однако, несмотря на значительные достигнутые результаты, система управления рисками имеет ряд недостатков.

Во-первых, отсутствует единый порядок применения СУР в таможенных органах ЕАЭС.

В-вторых, отсутствуют единые унифицированные меры контроля (меры минимизации рисков) по согласованным индикаторам рисков и унифицированный порядок их применения.

В-третьих, отсутствует реальный информационный обмен и взаимный контроль.

В связи с этим необходимы конструктивные и последовательные мероприятия с одним главным вектором – качественно усовершенствовать СУР в таможенных органах, что, в свою очередь, будет содействовать развитию сотрудничества таможенных органов государств – членов ЕАЭС, экономики РФ, улучшения ее имиджа как торгового партнера на международной арене. К некоторым подобным мероприятиям, по нашему мнению, следует отнести:

- упрощение – механизм устранения излишних элементов и избыточности в операциях, процедурах и процессах в целом;

- согласование – согласование национальных процедур, операций и документов с правовой базой стран – участниц ЕАЭС, а также с другими международными соглашениями, стандартами и международной практикой;

- стандартизация – процесс разработки международно оговоренных форматов для практик, процедур, документации и информации.

Таким образом, для оптимизации проведения таможенного контроля товаров, перемещаемых через таможенную границу, таможенным органам государств-членов ЕАЭС необходимо в своей деятельности внедрять Интеграционную информационную систему внешней и взаимной торговли Таможенного союза (далее – ИИСВВТ), а также проводить мероприятия, сосредоточенные на совершенствовании СУР. Помимо этого, требуется проведение комплекса мероприятий по созданию автоматизированного сегмента СУР в целях выявления, предупреждения и пресечения преступлений и правонарушений в области таможенного дела на основании сведений, полученных в рамках оперативно-служебной и информационно-аналитической деятельности правоохранительных подразделений таможенных органов [1; 2].

На сегодняшний день проводятся работы по созданию ИИСВВТ, которая предназначена для организации совместной работы совокупности территориально распределенных государственных информационных ресурсов и информационных систем государственных органов, регулирующих внешнюю и взаимную торговлю государств-членов ЕАЭС, информационных систем и информационных ресурсов Евразийской экономической комиссии, объединенных с национальными интеграционными секторами государств-членов ЕАЭС. Гласной целью создания ИИСВВТ является оптимизация таможенного, налогового, транспортного, ветеринарного, карантинного фитосанитарного, санитарно-карантинного контроля на таможенной границе таможенного союза. Процесс создания ИИСВВТ должен содействовать параллельному совершенствованию информационных систем государственных органов, осуществляющих контроль на границах государств-членов ЕАЭС, созданию интеграционных сегментов на национальном уровне, упрощению документального оформления товарных партий [4].

Для реализации обозначенных мер необходима модернизация информационной системы таможенных органов различных уровней, развитие существующей телекоммуникационной инфраструктуры, обновление парка компьютерной и специальной техники. Также необходимо создать новые технологические схемы таможенного контроля после выпуска товаров, порядок взаимодействия с каждым из государственных контролирующих органов. Реализация предлагаемых направлений будет содействовать созданию эффективной системы таможенного контроля товаров, и как следствие, минимизирует угрозу проникновения на таможенную территорию ЕАЭС некачественных и опасных товаров.

#### Библиографический список

1. Коденко И. А., Разинькова В. Г. Оптимизация таможенного контроля товаров, ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС // Молодой ученый. — 2016. — № 10.1. — С. 28–31.
2. Костин А. А., Подойма Л. Ю. Комплексный подход к развитию системы управления таможенными рисками в рамках Евразийского экономического союза // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2015. — № 2(54). — С. 251–259.
3. Масленникова Н. В. Система управления рисками в таможенных органах : материалы международной научно-практической конференции, посвященной Дню российского предпринимательства. 2015. — С. 134–137.
4. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии// [электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/>
5. Официальный сайт Федеральной таможенной службы// [электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.customs.ru/>
6. Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 N 17) // Доступ из справочно-правовой системы КонсультантПлюс.



## II. INTERACTION OF MACRO- AND MICROECONOMIC PROCESSES



### ПРОГНОЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Р. В. Беккер

*Студент,  
Сибирский государственный  
университет путей сообщения (СГУПС),  
г. Новосибирск, Россия*

---

**Summary.** In this paper analyzed impact of external economic factors on the change in the volume of revenue warehousing companies. Also identified predicted values of revenues in the various scenarios of socio-economic development of the Russian Federation.

**Keywords:** regression analysis; correlation, warehouse.

---

Развитие рынка складских услуг в России во многом зависит от экономической и политической ситуации в стране. В связи с этим при принятии решения о строительстве склада либо выстраивании своей деятельности на рынке логистических услуг в отдельных регионах компаниям необходимо учитывать множество внешних факторов, которые определенным образом влияют на успешность ведения бизнеса. К примеру, ориентировочные данные об объемах продаж в потенциально перспективных регионах, являются основой для формирования складской сети предприятия с целью снабжения выделенных регионов [3].

Динамика развития рынка складских услуг, обусловленная воздействием множества различных факторов, представляет высокий интерес для всех участников экономических отношений: потребителей, частных фирм, а также государственных и муниципальных органов власти.

Целью данного исследования является выявление макроэкономических показателей, влияющих на изменение выручки предприятий складского хозяйства Новосибирской области, а также прогноз финансовых показателей данных компаний на основе построенных уравнений регрессии.

Одной из форм проявления закономерностей, особенно в социально-экономических процессах, является статистическая закономерность. Знание статистической зависимости между случайными переменными имеет большое практическое значение: с ее помощью можно прогнозировать значение зависимой случайной переменной в предположении, что независимая переменная примет определенное значение. Частным случаем статистической зависимости является корреляционная зависимость [2].

Определение зависимости между внешними экономическими факторами и выручкой предприятий сектора складских услуг основано на построении корреляционно-регрессионной модели.

Данные о выручке предприятий складского комплекса Новосибирской области были получены из отчетности, представленной в базе данных по российским компаниям – системе комплексного раскрытия информации и новостей «СКРИН» [10]. Для проведения исследования были использованы данные об объеме выручки компаний за период с 2009 по 2015 год, на долю которых приходится основная часть рынка складских услуг в Новосибирской области. Среди данных предприятий ПЛП «Толмачево», Логопарк Обь, Сибирский грузовой терминал, Евросиб, ЖелДорЭкспедиция, Itella, Би Лоджистик, Машкомплект, PPF Real Estate Russia, Новосибирский Хладокомбинат, NAVI Logistics Russia, Бэлла Сибирь и др.

В качестве внешних экономических факторов были выбраны следующие показатели за период с 2009 по 2015 год: объем оборота оптовой торговли НСО, оборот розничной торговли НСО, валовый региональный продукт НСО, ВВП РФ, оборот оптовой торговли РФ, оборот розничной торговли РФ, грузооборот РФ, объем перевозок грузов РФ. Данные показатели при построении корреляционно-регрессионной модели будут выступать в качестве независимых факторов, влияющих на резуль- тативный показатель.

Данные о внешнеэкономических факторах были взяты из статистического ежегодника «Новосибирская область в цифрах. 2015» [4], краткого статистического сборника «Россия в цифрах. 2016» [8] и краткого статистического сборника «Новосибирская область в цифрах. 2016» [5].

Корреляционно-регрессионный анализ будет проведен на основе данных о темпах прироста всех вышеперечисленных показателей за исследуемый период времени.

Для корректного отражения темпов прироста стоимостных показателей их номинальное значение было приведено к сопоставимым ценам 2009 года.

Для определения темпов прироста объема выручки было взято среднее значение темпов прироста выручки 24 компаний за каждый год анализируемого периода.

Темпы прироста резуль- тативного и факторных признаков представлены в таблице 1.

## Темпы прироста исследуемых показателей, %

Год	Выручка	Розн. торговля НСО	Опт. торговля НСО	ВРП НСО	ВВП РФ	Розн. торговля РФ	Опт. торговля РФ	Грузооборот РФ	Перевозки грузов РФ
2010	66,50	2,99	11,50	4,60	9,68	3,95	4,58	6,86	3,75
2011	125,73	11,26	4,46	16,53	21,50	9,05	14,77	3,45	7,59
2012	81,16	1,59	3,98	14,12	5,17	5,05	2,89	2,87	2,18
2013	69,41	2,07	6,47	5,42	-0,37	3,95	-1,35	0,55	-2,99
2014	42,57	-4,39	2,47	-1,69	-1,48	-0,11	-5,28	-0,08	-3,12
2015	30,84	-14,76	3,31	-5,32	-8,18	-7,45	-6,84	0,22	-6,73

Для проведения регрессионного анализа был использован программный продукт MS Excel, а именно режим работы Регрессия модуля Анализ данных, осуществляющий вычисление коэффициентов регрессии, построение доверительных интервалов и проверку значимости уравнения регрессии. Для проведения анализа был установлен уровень надежности, равный 95 %.

С помощью регрессионного анализа определим количественные связи между зависимыми случайными величинами. Результативным признаком будут являться темпы прироста объема выручки, а факторным признаком темпы прироста каждого из следующих показателей: оборот розничной торговли НСО, оборот оптовой торговли НСО, валовый региональный продукт НСО (ВРП НСО), ВВП РФ, оборот розничной торговли РФ, оборот оптовой торговли РФ, грузооборот РФ, объем перевозок грузов РФ.

Параметры регрессионных моделей представлены в таблице 2.

Одной из наиболее эффективных оценок адекватности уравнения регрессии является коэффициент детерминации  $R^2$ . Величина  $R^2$  характеризует долю вариации зависимой переменной, обусловленной изменением свободной переменной. Чем ближе  $R^2$  к единице, тем лучше регрессия аппроксимирует эмпирические данные.

Стандартная ошибка – оценка  $s$  для среднеквадратического отклонения  $\sigma$ .

**Параметры регрессионных моделей**

Параметр	Оборот розничной торговли НСО	Оборот оптовой торговли НСО	ВРП НСО	ВВП РФ	Оборот розничной торговли РФ	Оборот оптовой торговли РФ	Грузооборот РФ	Перевозки грузов РФ
Множественный R	0,919	0,131	0,940	0,929	0,904	0,960	0,457	0,892
R <sup>2</sup>	0,845	0,017	0,883	0,863	0,817	0,921	0,209	0,796
Стандартная ошибка	14,623	36,853	12,179	13,745	15,900	10,451	33,06	16,805
P-Значение	0,009	0,805	0,005	0,007	0,013	0,002	0,362	0,017
Уравнение регрессии	$y = 70,1 + 3,5 * x$	$y = 62,3 + 1,3 * x$	$y = 48,9 + 3,7 * x$	$y = 56,3 + 2,98 * x$	$y = 56,6 + 5,3 * x$	$y = 63,5 + 4 * x$	$y = 56,2 + 5,7 * x$	$y = 68,7 + 5,6 * x$

Множественный R – квадратный корень из коэффициента детерминации. Данный показатель численно равен коэффициенту корреляции.

«P-Значение» характеризует оценку значимости коэффициентов модели. Если «P-Значение» меньше 0,05, то с вероятностью 0,95 можно считать, что соответствующий коэффициент модели значим (т.е. его нельзя считать равным нулю и Y значимо зависит от данного X).

Так как наблюдается сильная корреляционная связь между темпами прироста объема выручки и такими показателями, как темпы прироста объема розничной торговли РФ и темпы прироста ВВП, на основе полученной регрессионной модели определим прогнозируемые значения результативного показателя при определенных ожидаемых значениях темпов прироста оборота розничной торговли РФ и темпов прироста ВВП. Определение прогнозируемых значений темпов прироста выручки будет проведено с учетом различных сценариев социально-экономического развития Российской Федерации.

Данные о прогнозируемых значениях оборота розничной торговли и ВВП взяты из документа Министерства экономического развития Российской Федерации «Сценарные условия, основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации и предельные уровни цен (тарифов) на услуги компаний инфраструктурного сектора на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» разработанного в апреле 2016 года [9].

В данном документе прогноз сценарных условий и основных макроэкономических параметров социально-экономического развития России на

2017–2019 гг. разработан в составе трех основных вариантов – базового, консервативного и целевого. Прогнозируемые значения темпов прироста оборота розничной торговли РФ и ВВП в составе трех указанных сценариев приведены в таблице 3.

Таблица 3

**Показатели прогноза социально-экономического развития  
Российской Федерации на 2016–2019 годы**

Сценарии	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Темпы прироста оборота розничной торговли РФ, %				
Базовый	-2,7	1,1	2,6	3,3
Консервативный	-4,9	-0,5	0,5	1,7
Целевой	-2,7	0	2,5	5,5
Темпы прироста ВВП РФ, %				
Базовый	-0,2	0,8	1,8	2,2
Консервативный	-2,1	-0,4	0,7	1,6
Целевой	-0,2	0,4	2,9	4,5

Вычислим прогнозируемые значения выручки предприятий, предоставляющих услуги складского хранения в Новосибирской области с помощью функции «ТЕНДЕНЦИЯ» [1].

График темпов прироста выручки при ожидаемых значениях оборота розничной торговли РФ с учетом различных сценариев социально-экономического развития России представлен на рисунке № 1.

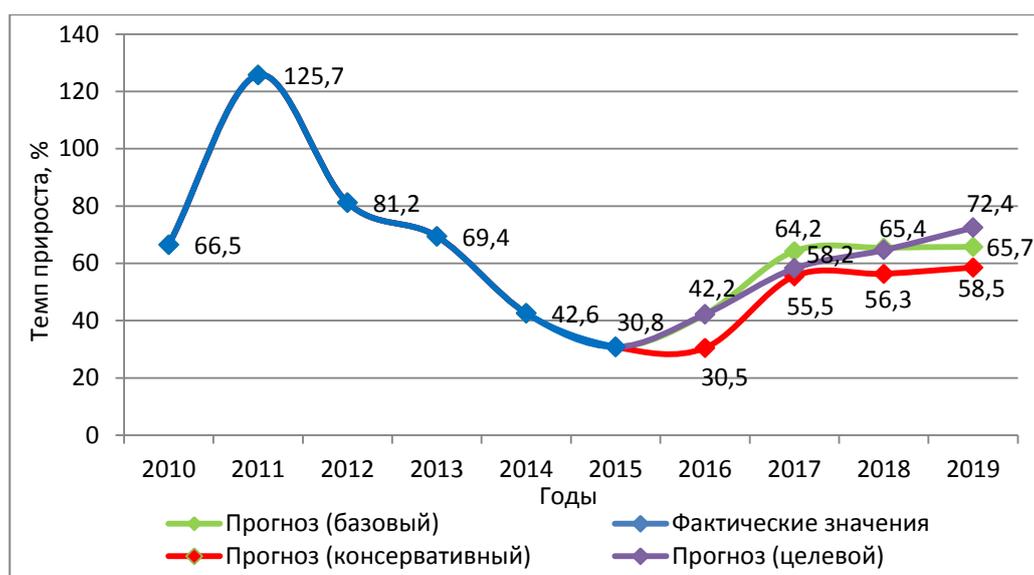


Рисунок № 1. Темпы прироста объема выручки

График темпов прироста объема выручки предприятий складского хозяйства при прогнозируемых значениях ВВП с учетом различных сценариев социально-экономического развития России до 2019 года представлен на рисунке № 2.

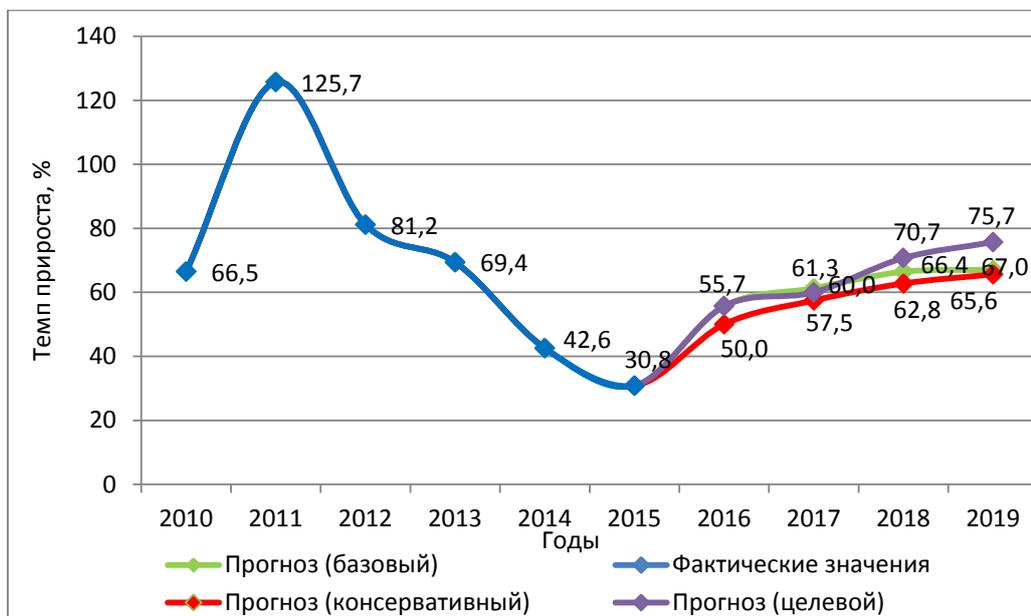


Рисунок № 2. Темпы прироста объема выручки

Определим прогнозные значения темпов прироста объема выручки предприятий складского хозяйства на основе данных о прогнозируемых значениях темпов прироста ВРП НСО. Источником данных о темпах прироста ВРП НСО является документ Минэкономразвития Новосибирской области «О прогнозе социально-экономического развития Новосибирской области на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов» [6].

Таблица 4

Прогнозные значения темпов прироста ВРП НСО

Показатель	2016	2017	2018
Темпы прироста ВРП НСО, %	1,6	2,5	3,9

График темпов прироста объема выручки при прогнозируемых значениях темпов прироста ВРП НСО приведен на рисунке № 3.



Рисунок № 3. Темпы прироста объема выручки

Проведенный регрессионный анализ позволил установить высокую корреляционную связь объема выручки с такими показателями как оборот розничной торговли НСО ( $r = 0,919$ ), ВРП НСО ( $r = 0,940$ ), ВВП РФ ( $r = 0,929$ ), оборот розничной торговли РФ ( $r = 0,904$ ), оборот оптовой торговли РФ ( $r = 0,960$ ), объем перевозок грузов РФ ( $r = 0,892$ ). Корреляционно-регрессионный анализ позволил также установить отсутствие влияния изменения грузооборота РФ и оборота оптовой торговли НСО на выручку исследуемых компаний.

Также данное исследование позволило определить ожидаемые значения выручки предприятий складского хозяйства на основе прогнозируемых значений некоторых из факторных признаков, с которыми наблюдается сильная корреляционная связь. Данная информация является важной при определении стратегии ведения бизнеса и принятия других важных управленческих решений, касающихся деятельности организаций складского хозяйства на рынке логистических услуг.

### Библиографический список

1. Воскобойников Ю. Е. Эконометрика в Excel : учеб. пособие. Ч. 1. – Новосибирск : НГАСУ, 2005. – 156 с.
2. Гурьянов Т. И. Прогнозирование оборота розничной торговли муниципального образования // Молодой учёный. – 2012. – № 6 (41). – С. 139–143.
3. Логистика складирования : учебник / В. В. Дыбская. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 559 с.
4. Новосибирская область в цифрах. 2015: статистический ежегодник / Территориальный орган ФСГС по Новосибирской области. – Новосибирск : Новосибирскстат, 2015. – 89 с.

5. Новосибирская область в цифрах. 2016: Крат. стат. сб. / Территориальный орган Росстата по Новосибирской области. – Новосибирск : Новосибирскстат, 2016. – 42 с.
6. О прогнозе социально-экономического развития Новосибирской области на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов / Министерство экономического развития Новосибирской области. 2015. – 12 с.
7. Пятаев М. В. Перспективы развития транспортно-логистических кластеров Сибири // Фундаментальные исследования и инновации в технических университетах. – 2009. – С. 310–311.
8. Россия в цифрах. 2016: Крат. стат. сб. / Росстат. – М. : Информационно-издательский центр «Статистика России», 2016. – 543 с.
9. Сценарные условия, основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации и предельные уровни цен (тарифов) на услуги компаний инфраструктурного сектора на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов / Министерство экономического развития Российской Федерации. 2016. – 56 с.
10. «СКРИН» – система раскрытия информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sktrin.ru/> (дата обращения: 10.10.2016)

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДЕБАТЫ: ВЛИЯЕТ ЛИ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ НА БЕЗРАБОТИЦУ?**

**А. Н. Ершов**

*Доктор социологических наук,  
профессор,  
ассистент,*

**А. А. Салатова**

*Казанский (Приволжский) федеральный  
университет,  
г. Казань, Республика Татарстан, Россия*

**Summary.** This article observes some key points of scientific discussions on globalization impact on unemployment level. Authors analyze the arguments of economists: M. Spence, R. Z. Lawrence and R. Katz.

**Keywords:** globalization; unemployment; socio-economic approach.

В виду того, что безработица является социально-экономическим явлением, дискуссии относительно детерминирующего воздействия, оказываемого на нее глобализацией, происходят не только в социологическом сообществе [1], но и в среде экономистов. Широкую известность получило научное противостояние по данному вопросу между профессором экономики в Школе бизнеса им. Стерна при Нью-Йоркском университете Майклом Спенсом и профессором Школы государственного управления им. Джона Ф. Кеннеди при Гарвардском университете Робертом Лоуренсом.

М. Спенс в своей работе «Глобализация и безработица» рассматривает ситуацию на примере рынка труда США. По данным статистики, с 1990 по 2008 г., т. е. до начала экономического кризиса, численность занятых в США выросла на 27 млн. человек. Иными словами, в экономике было создано 27 млн. рабочих мест, из которых 98 % пришлось на неэкспортный сектор экономики (nontradable sector), производящий товары и услуги

исключительно для внутреннего рынка. В экспортном секторе (tradable sector), для сравнения, за аналогичный период появилось только 600 тыс. рабочих мест [4]. В качестве основной причины такого неравномерного роста занятости М. Спенс выдвигает ставший возможным в глобальную эпоху перевод производства в развивающиеся страны с более низким уровнем оплаты труда, что позволяет крупным компаниям существенно экономить собственные средства. Однако, если сектор экономики, ориентированный на внутренний спрос, потеряет способность поглощать высвобождающуюся рабочую силу, а экспортно-ориентированный сектор экономики не сможет стать «мотором» для роста занятости, то США неизбежно вступят в длительный период массовой безработицы. По мнению М. Спенса, уже сейчас необходимо предпринимать решительные меры для восстановления занятости в экспортном секторе американской экономики. Правильное сочетание мер по внедрению новейших технологий, повышающих производительность труда, и поддержание конкурентной заработной платы позволили бы сохранить некоторые отрасли обрабатывающей промышленности или, по крайней мере, отдельные звенья производственной цепочки на территории США, и тем самым, избежать перевода их в развивающиеся страны. Спенс не разделяет мнение некоторых экономистов о невмешательстве в деятельность глобальных рыночных сил: такое вмешательство не убивает инициативу, препятствуя инновациям, и не снижает эффективность экономики. Рынок самостоятельно с задачей сохранения рабочих мест не справится – вопрос может быть решен только в ходе трехстороннего диалога наемных работников, бизнеса и правительства. Однако, ученый полагает, что в глобализованном мире у американских рабочих есть только один способ сохранить свои рабочие места – это смириться со снижением заработной платы. По мысли ученого у США нет иного выхода, кроме принесения в жертву эффективности и экономического роста для обеспечения занятости и более равномерного распределения доходов.

Несколько отличную точку зрения на проблему безработицы в условиях глобализации отстаивает главный редактор «The Oriental Economist Report», профессор Ричард Кац. По его мнению, десять лет назад великий американский трудовой поезд сбился с курса. Традиционно выход из экономического кризиса в США сопровождался увеличением занятости в частном секторе. Но за семь лет, последовавших после кризиса 2001 г., рост составил лишь 4 %. За последние 10 лет общее число рабочих мест в частном секторе не увеличилось, а сократилось. Парадоксальная ситуация наблюдается в США впервые за весь послевоенный период [2]. Глобализация, несомненно, оказывает воздействие на рынок труда в отраслях американской экономики, ориентирующихся на экспорт, но не она, а экономическая политика правительства, по мнению Р. Каца, наносит основной вред этим отраслям.

С критикой взглядов М. Спенса, выступает американский экономист Роберт Лоуренс. Он считает необоснованным то, что «М. Спенс возлагает

вину за рост безработицы в США и растущее неравенство в доходах за два последних десятилетия на глобализацию» [3]. Р. Лоуренс подчеркивает, что «М. Спенс не смог убедительно доказать, что виновата во всем именно глобализация, равно как и не смог назвать истинные причины сокращения числа рабочих мест в США» [3]. Однако Лоуренс признает, что аутсорсинг (перенос части производственных операций за рубеж) способствует сокращению числа рабочих мест и некоторому снижению заработной платы в США, но вместе с тем подчеркивает, что воздействие этого фактора не столь значительно.

### Библиографический список

1. Ершов А.Н., Салатова А.А. Социологические интерпретации феномена безработицы в условиях глобализации // Регионоведение. – 2014. – 4(89). – С. 118–129.
2. Katz R. Manufacturing globalization. The real sources of U.S. inequality and unemployment//Foreign affairs. – N.Y., 2011. – Vol. 90, – №6. Режим доступа: // <http://www.foreignaffairs.com/articles/136594/richard-katz-robert-z-lawrence-michael-spence/manufacturing-globalization> (дата обращения 14.10.2016)
3. Lawrence R. Z. Productivity is the reason// Foreign affairs. – N.Y., 2011. – Vol. 90, N 6. – Режим доступа: // <http://www.foreignaffairs.com/articles/136594/richard-katz-robert-z-lawrence-michael-spence/manufacturing-globalization> (дата обращения 14.10.2016)
4. Spence M. Globalization and unemployment//Foreign affairs. – N.Y., 2011. – Vol. 90, №4. – Режим доступа: // <http://www.foreignaffairs.com/articles/67874/michael-spence/globalization-and-unemployment> (дата обращения 14.10.2016)

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ БРЕНДА

А. А. Юрченко  
Е. Л. Заднепровская

*Кандидат педагогических наук,  
кандидат экономических наук,  
Кубанский государственный  
университет физической культуры,  
спорта и туризма,  
г. Краснодар, Россия*

---

**Summary.** In the article debatable questions of branding as a new development paradigm, justifies the author's position regarding the definition of "city brand" and "branding places", studied the criteria for measuring the effectiveness and evaluating the success of branding, the essence of the principles of branding.

**Keywords:** territory branding; marketing site; assessment of the effectiveness of branding principles branding.

---

В международном менеджменте идея территориального развития на основе применения маркетинговых стратегий, в том числе в сфере туризма, является одной из самых актуальных. Такие термины как: «территориальный маркетинг», «маркетинг территорий» (place marketing), «бренд территории» (place brand), «брендинг территорий» (place branding), «имидж терри-

торий» (place image), очень популярны не только в российских научных изданиях, в среде специалистов по маркетингу, но и у представителей органов управления различных уровней и широко используются в практике.

В настоящее время активно усиливается конкуренция государств, отдельных регионов с целью привлечение инвестиций, увеличения туристских потоков, роста занятости населения и благосостояния территорий. Сформулированы две основные концепции управления территориальным развитием: маркетинг территорий («place marketing») и брендинг территорий («place branding»). Изучение брендинга территории как нового устоявшегося взгляда территориального развития государства или региона и является целью данного исследования.

Впервые маркетинг территорий как академический термин использовался в работе Ф. Котлера «Маркетинг мест: привлечение инвестиций, промышленности и туризма в города, штаты и государства (Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states, nations) [6, с. 98]. В дальнейшем концепция маркетинга территорий была развита и отечественными учеными, специалистами: Т. В. Мещеряков, А. П. Панкрухин и мн. др. Обобщение данных исследований позволило подтвердить вывод ученых о том, что маркетинг является важнейшим инструментом стратегического развития территорий и активно способствует её продвижению.

Продолжением и углублением теории маркетинга территории стала концепция брендинга территории (брендинг места), её авторство принадлежит С. Анхольту, суть которой в диверсифицированном подходе и конкурентной идентичности территории, оцениваемой через систему оценки результатов национального брендинга «Anholt Nations Brand Index» [2, с. 117].

Изучение и анализ проблем имиджа и брендинга территорий, отражены в трудах таких ученых как: К. Динни, В. Н. Домнин, Е. Заднепровская, Д. Кружков, и др. Обзорное изучение теории брендинга, главных составляющих сложного процесса – брендостроительства представлено в работах К. Динни «Брендинг территорий. Лучшие мировые практики» [3, с. 116], В. Н. Домнина «Брендинг: новые технологии в России» [4, с. 194]. Однако целостная концепция брендинга территорий пока не сформирована, необходимо дальнейшее детальное изучение как понятийного аппарата, так и методов, инструментов, методик оценки результативности брендинга территории.

Проблемы построения бренда занимают важнейшие позиции в научных дискуссиях по вопросам территориального развития, так как многие теоретические подходы к содержанию понятия брендинга территорий являются спорными. Это объясняется тем, что различие между понятиями «маркетинг территорий» и «брендинг территорий» не всегда, на первый взгляд, очевидно. Термин «брендинг» – в общих чертах, процесс создания бренда, был разработан в рамках товарного брендинга, имеет свое эволюционное развитие, главным фундаментом для которого послужила концепция корпоративного брендинга.

Туристические компании первыми начали использовать выражение «бренд места», туристический маркетинг был ближе других к корпоративной среде, в которой и появилось понятие бренда. Позднее С. Анхольтом был разработан обобщающий подход к брендингу территорий. Выделим два основных ограничения, которые сдерживают изучение брендинга мест:

1. Различная трактовка многими специалистами (как теоретиками так и практиками) определений основных (социальных и пространственных) атрибутов бренда территории, что связано с негеографическим мышлением многих экспертов брендинга территории. Многими специалистами по брендингу территорий понятие «территория» почти не рассматривается, основное внимание уделяется понятию «бренд», что объясняется их опытом работы на рынке продвижения коммерческих товаров и услуг.

2. Отсутствие единого подхода к определению соотношения и способам продвижения «брендинга территории» и «маркетинга территории», т. е. спорным остается вопрос, что есть частью другого, а также, что можно назвать стратегией или тактикой в брендинге.

Научные исследования последних лет также неоднозначны в выводах относительно использования денежных категорий оценки территориальных составляющих, показателей эффективности бренда. Часть исследователей считают, что бренд места является четко определенным и структурированным, поэтому и ценность его может измеряться в экономических категориях, например в долларах. Другая часть исследователей считает, что бренд города больше психологический феномен, который трудно поддается анализу, однако приносящий существенные экономические выгоды разработчикам идеи бренда.

Так, Т. Мещеряков, Н. Тихонова выделяют такие показатели эффективности, как: стратегическая эффективность брендинга (рост количества реальных потребителей, в т. ч. туристов, инвесторов), коммуникативная эффективность (узнаваемость бренда), экономическая эффективность (соотношение доходов и расходов), динамики символического бренд-капитала (репутация бренда через его включение в City Brand Index) [11; 14].

В. Мазуренко был разработан подход к формированию комплексной метрики показателей оценки эффективности брендинга территории и сформулированы принципы её построения: учет возможных эффектов и групп целевых потребителей (внешних и внутренних стейкхолдеров), включение в метрику показателей, отражающих прямые, косвенные, долгосрочные и краткосрочные эффекты, оценка потребительского капитала групп стейкхолдеров [8, с. 12].

Очевидно, что большая часть предложенных показателей оценки эффективности являются общими как для маркетинга так и брендинга территорий, что позволяет допустить общность их методологической базы. Проблема оценки эффективности маркетинга и брендинга территорий, их содержательной сущности будет и далее вызывать научную дискуссию, поскольку требует дальнейшего изучения.

## Библиографический список

1. Akhmetov S. M., Alexanyanc G. D., Kruzhhkov D. A. Marketing issues of the sport tourism development in the Russian Federation // Tourism in transition economies: Issues and challenges for destination competitiveness. Conference Proceedings. Caceres, 2015. – P. 61–65.
2. Anholt S. Competitive Identity: The Brand Management for Nations, Cities and Regions. – 1-st edition. – Palgrave Macmillan, 2007. – p. 160.
3. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – С. 336.
4. Домнин В. Н. Брендинг: Новые технологии в России: Новая идентичность в эпоху глобальных маркетинговых коммуникаций. Изд. 2-е, испр., доп. – СПб. : Питер, 2004. – С. 381.
5. Заднепровская Е. Л. Сущность и преимущества туристического брендинга // Материалы международной научно-практической конференции «Туризм и рекреации: инновации и ГИС-технологии VIII». – Астрахань : АГУ, 2016. – С. 89–92.
6. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – С. 382.
7. Мазуренко А. В. Формирование ключевых показателей оценки эффективности брендинга территории. Дисс. на соиск. уч. ст. канд. эконом. наук. – М., 2014. – С. 17.
8. Мещеряков Т. В., Тихонова Н. С. Территориальный брендинг: глобальные тенденции, концепции развития, методы оценки эффективности : монография / под науч. ред. д.э.н., проф. Н. В. Афанасьевой. – СПб. : Изд-во СЗГТУ, 2008. – С. 117.
9. Панкрухин А. П. Территория как товар: Общие установки, примеры, инструментальный маркетинг // MarketingPro. – 2010. – № 07–08. С. 67–71.
10. Тихонова Н. С. Брендинг территории и оценка его эффективности. Дисс. на соиск. уч. ст. канд. эконом. наук. – С-Пб., 2013. – 19 с.



### III. THE FINANCIAL AND TAX SYSTEM OF MODERN MARKET RELATIONS



#### STANDARDIZATION OF ACCOUNTING IN THE ECONOMIC ENTITY

**N. V. Kulish**

*Candidate of Economic Sciences,  
assistant professor,  
Stavropol State Agrarian University,  
Stavropol, Russia*

---

**Summary.** In the article the necessity of development of the system of internal standardization of accounting with the aim of establishing reliable information on the activities of the economic entity, improve the transparency of its accounting (financial) statements. The emphasis on the fact that the standards of the economic entity designed to regulate the whole complex account of action from primary account prior to the submission of relevant information in the accounting (financial) statements. Defined benefits of the business development and implementation of accounting standards and identified deficiencies inherent in the internal documents of the organization.

**Keywords:** regulation of accounting; accounting policy; standards economic entity.

---

In a market economy running by internal and external users of accounting (financial) reporting has increased the need for reliable data on activities of specific economic actors. The guarantor of the reliability of such information is a reliable system of internal control, an important element of which is the availability of internal regulations, standards, and regulations.

Almost all modern methods of standardization are business-oriented, i.e., based on the description (regulation) of the business processes in the organization. The process approach provides the link: "right (efficiently) built business processes – clear standards – credible and reliable information – effective control system".

Any regulation is based on clearly defined goals and carried out within the framework set by the external and internal principles, rules and requirements. Among external documents establishing standardization rules, can be called International Financial Reporting Standards (IFRS), the Russian accounting standards, the Tax Code of the Russian Federation. Federal Law "On Accounting" provides two internal document regulating the accounting:

- Accounting policies;
- The standard of the economic entity.

Of these, the first is the traditional, and its presence is mandatory, the second is applied on a voluntary basis.

The standardization of accounting processes through the implementation of integrated approaches to the formation of an internal regulatory system

(SVNR) on the composition, structure and content of the documents regulating accounting and taxation that improve the assessment of the internal oversight system. Standards of the economic entity in the field of accounting are local in nature and are required for the application of specific employees of the economic entity by virtue of the provisions of civil and labor law. Their content is determined by the provisions of federal, industry standards and recommendations in the field of accounting, and the action does not go beyond accounting-specific economic entity.

Necessity and procedure development, approval, amendment and cancellation of standards of economic entity shall be established by the subject alone. This rule emphasizes the difference between the standards of the economic entity in the accounting of its accounting policies, the formation of which is mandatory for the organization of the procedure.

Today in our country there is no provision that defines the principles and rules of the standards development of the economic entity, with recommendations for their number and types, as well as their structure, ie, the organization determines the need for internal accounting standards, the order of their development, approval, amendment and cancellation.

Options for the content of accounting standards for business entities need to be adopted due to the structure of their financial services. The most convenient system of standards for the functional organization of accounting is poobektnogo when internal standards are developed on the property objects, liabilities, income, expenses of the organization, taking into account the economic enterprise specifics and peculiarities of economic activity. They will regulate the whole complex accounting activities from the primary account prior to the submission of relevant information in the accounting (financial) statements.

The contents of internal accounting standards will not only have the features of the objects of standards, but also vary considerably in the professional community environment. The reasons for this discrepancy lies in the individual for each of domestic orders, rules, developed requirements adopted techniques.

The norms of the Law "On Accounting" does not contain requirements for harmonization of standards of economic entities on the structure and content. The main thing is that the development and implementation of standards of the economic entity for accounting (financial statements) will streamline accounting in relation to specific objects of a particular economic entity. In reality, the content standards of the economic entity to ensure streamlining of accounting organization, can be much wider, depending on the need and the desire to head to standardize the existing accounting system.

Standards of the economic entity to ensure the orderly conduct of accounting, in our opinion, should be developed for each area of accounting. This may be standard on accounting: fixed assets, inventory, cash and settlement, etc. These standards organization should disclose the features of documenting certain operations, the procedure for making an object in the registration, the procedure for its use (operation), the methodology of accounting process (corre-

spondence accounts to reflect the specific facts of economic activity) and other solutions aimed at harmonizing accounting procedures company. The development and adoption of standards for the economic entity to streamline the organization and accounting, would standardize the accounting work and to reduce the complexity of it. In addition, the internal standards can become a full-fledged basis for the organization and implementation of internal control of economic activity, in accordance with the requirements of the Federal Law "On Accounting".

Development and implementation of standards organization provides business benefits such as:

1. The consolidation procedure (order) the execution of certain work processes;
2. a clear description of the requirements for the staff to carry out their functions;
3. The division of responsibilities among the members of an activity (process), that is, who does what and who reports the results of their labor;
4. The definition of performance indicators (quality) of the organization personnel involved in the performance of work (rendering of services);
5. The consolidation of gained experience in one way or the activities of the economic entity.

As shown by the study of literature, limitations inherent to internal documents of the organization are:

- lack of system (documents developed as any problems, do not cover the problem in the complex, there is a disparity in the coverage of certain issues);
- incorrect terminology (use of accounting within the meaning of the terms other than regulatory);
- lack of substantiation of developed methods;
- substitution of the methodological aspects of the methods of accounting policy information processing in automated systems.

Thus, the presence of internal standards emphasizes the management culture of the economic subject and allows it to take into account the individual characteristics at the micro-level.

### **Bibliography**

1. Federal Law "On Accounting» № 402 dated 6.12.2011 // Consultant Plus (reference date: 20.11.2016).
2. Dirkova E. Y. Standard economic entity – a management tool // Practical Accounting. – Number 7. – July 2014.
3. Kostina Z. A., Safronova G. P. Practical recommendations for the development and implementation of accounting standards and statements of the economic entity // Modern problems of science and education. – 2015. – № 2-1; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20663> (reference date: 21.11.2016).
4. Safronova G. P., Kostina Z. A. The nature and purpose of the standards on accounting of the economic entity and its relationship with its accounting policy // Modern problems of science and education. – 2015. – № 2-1.; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20608> (reference date: 20.11.2016).

## БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Т. М. Мальцагова

*Кандидат экономических наук, доцент,  
Чеченский государственный  
университет, г. Грозный,  
Чеченская Республика, Россия*

---

**Summary.** The article is devoted to research Russian banking sector from imposition of economic sanctions. The analysis of the main indicators of banking sector allowed to establish the main causes of bank failures and problems in the banking sector in Russia. For the sustainability of the banking system are invited to undertake financial investigations of deliberate bankruptcy and establish a new mechanism of sanation banks.

**Keywords:** bank; bankruptcy; deposit; loan; profits; readjustment.

---

Введение экономических санкций оказало негативное воздействие на многие сферы экономики страны, ограничив доступ к важнейшим рынкам комплектующих изделий и сбыта товаров. Особенно они коснулись банковского сектора, ограничив доступ к дешевым зарубежным кредитам, возрастанием просроченной задолженности по предоставленным кредитам, изъятиями вложенных средств во вклады и депозиты, массовыми отзывами лицензий коммерческих банков, падением курса рубля по отношению к иностранным валютам. Количество кредитных организаций, имеющих право осуществлять банковские операции, с 01.06.2014 г. до 01.10.2016 г. сократились с 884 до 649 ед., т. е. на 27,4 %. При этом Банком России отозвано 235 лицензий: в 2014 г. – 86 лицензий, 2015 г. – 93 лицензии, январе-ноябре 2016 г. – 88 лицензий. Основания, по которым отозваны лицензии у кредитных организаций, приводятся в табл. 1.

Рост количества кредитных организаций, по которым были приняты решения об отзыве лицензий на осуществление банковских операций, за исследуемый период объясняется, в основном, их активной вовлеченностью в отмывание преступных доходов и незаконный вывод денежных средств за рубеж, потребовавшей применения жестких мер реагирования со стороны надзорного органа [2, с. 628].

Таблица 1

**Основания, по которым отозваны лицензии  
на осуществление банковских операций у кредитных организаций<sup>1</sup>**

Основания для отзыва лицензии	Год отзыва лицензии		
	2014	2015	январь - ноябрь 2016
Неисполнение кредитной организацией федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность	73	81	87
Неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанность по уплате обязательных платежей	26	12	13
Низкое значение нормативов достаточности капитала	12	24	38
Снижение размера собственных средств (капитала) ниже минимального значения уставного капитала, либо банк не достиг на 1 января 2015 г. минимального размера капитала	14	29	31
Установление фактов существенной недостоверности отчетных данных	11	10	4
Неоднократное нарушение требований закона о ПОД/ФТ (противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма)	36	31	29
Наличие реальной угрозы интересам кредиторов и вкладчиков	1	14	31

Одновременно увеличилось количество кредитных организаций, лицензии на осуществление банковских операций у которых отозваны в связи с низким значением нормативов достаточности капитала (с 12 до 38 банков), с неисполнением кредитной организацией федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность (с 73 до 80 банков). Участились также случаи отзыва лицензий в связи с утратой капитала – 31 (35,2 %) против 29 (31,2 %) в 2015 г. и 14 (16,6 %) в 2014 г. При этом примерно в 1,6 раз снизилась доля кредитных организаций, лицензии у которых отозваны в связи с устойчивой неплатежеспособностью – с 30,2 % (26 кредитных организаций) в 2014 г. до 14,8 % (13 кредитных организаций) в 2016 г.

Активы (пассивы) банковского сектора России увеличились с 2014 г. по 2016 г. с 57 423,07 млрд. руб. до 82 999,71 млрд. руб., т.е. на 44,54 %. При этом существенный их рост наблюдается в конце 2014 г. (35,33 %) по сравнению с аналогичным показателем 2013 г. (рис. 1).

<sup>1</sup> Составлена автором на основании данных Банка России

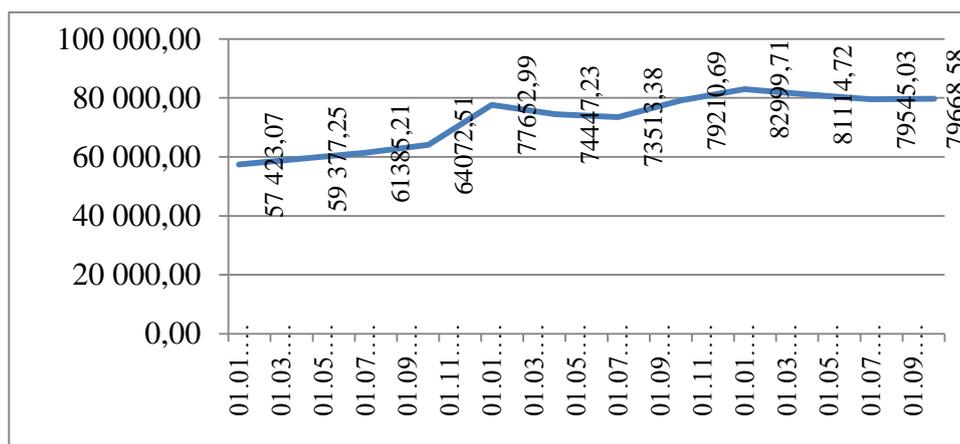


Рис. 1. Активы банковского сектора России, млрд. руб.

Росту активов банковского сектора России способствовало увеличение выданных кредитов как юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, так и физическим лицам. Кредиты, предоставленные юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, в конце 2014 г. составили 38 529,851 млрд.руб., увеличившись по сравнению с 2013 г. на 6,36 %, в конце 2015 г., наоборот, снизились на 11,14 % по сравнению с 2014 г. Этому способствовало увеличение курса иностранной валюты по отношению к национальной более чем в два раза, непропорциональный рост цен, массовый спрос на товары иностранного происхождения. В этих условиях процентная ставка по кредитам оказалась низкой, чем реальный уровень инфляция, что подтолкнуло юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к осуществлению расходов на комплектующие изделия и товары преждевременно за счет банковского кредита.

Кредиты, предоставленные физическим лицам, в конце 2014 г., наоборот, снизились с 8 778,163 млрд. руб. до 8 629,722 млрд. руб. (на 1,69 %), в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 32,08% в связи с ростом процентных ставок по кредитам физических лиц и снижением реальных доходов населения, служащих обеспечением для погашения кредитов [3, с. 200].

С ухудшением экономической ситуации в стране возросла и просроченная задолженность по предоставленным кредитам. На 01.10.2016 г. просроченная задолженность по предоставленным кредитам составила 3 660,357 млрд. руб., возросшись по сравнению с 2014 г. на 56,72 %.

Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, на 01.10.2016 г. составила 2 107,259 млрд. руб., что на 65,21 % больше чем на конец 2014 г. Вместе с тем доля просроченной задолженности по данным кредитам в объеме их задолженности за исследуемый период возросла с 4,59 % до 7,35 %.

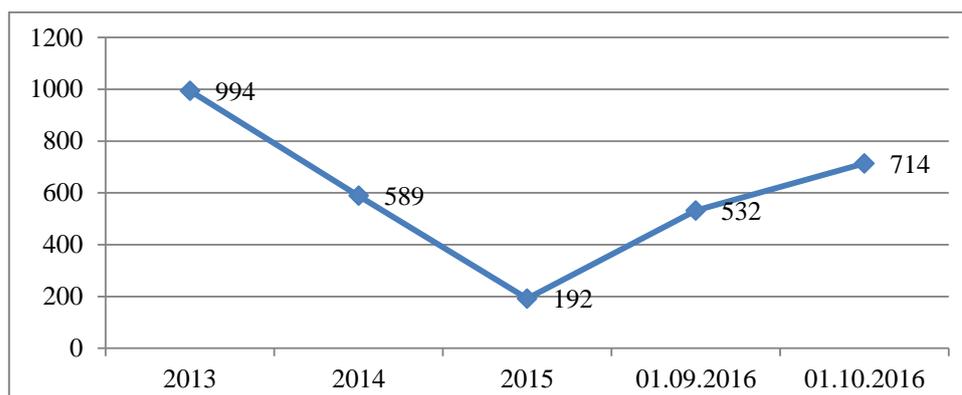
Также возросла просроченная задолженность по кредитам, предоставленным субъектам малого и среднего предпринимательства с 2014 г.

по 01.10.2016 г. с 394,388 млрд. руб. до 639,114 млрд. руб. (на 62,05 %) , доля просроченной задолженности по данным видам кредита в объеме их задолженности – с 7,71 % до 14,46 %.

Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам, на 01.10.2016 г. составила 913,984 млрд. руб., что на 37,30 % больше чем на конец 2014 г. Если рассматривать структуру просроченной задолженности по предоставленным кредитам физических лиц в их объеме, то она увеличилась с начала 2014 г. до 01.01.2016 г. с 4,42 % до 8,55 %. Для решения этой проблемы были внесены изменения в ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» в части реабилитационных процедур, применяемых в отношении гражданина-должника. Однако, последствия данных изменений связаны с существенными издержками для банкрота, ограничивающие еще сильнее финансовые возможности неплательщика (оплата услуг финансового управляющего, судебные расходы, замораживание имеющихся счетов банкрота, арест и продажа его имущества, запрет на занятие предпринимательской деятельностью, пользование кредитными ресурсами, выезд за границу, контроль за деятельностью финансовым управляющим и другие).

Основным источником для размещения кредитных ресурсов с момента введения экономических санкций в отношении крупных российских банков являются средства организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах. Так, за 2014 – 01.10.2016 гг. данные средства увеличились с 35 277,417 млрд. руб. до 50 779,175 млрд. руб., т. е. на 43,94 %. Этому способствовало увеличение средств на счетах негосударственных организаций в иностранной валюте, вкладов и депозитов физических и юридических лиц. В связи с неустойчивой динамикой курса рубля по отношению к иностранным валютам увеличилась доля вкладов и депозитов в иностранной валюте. Так, с 2014 по 2016 гг. вклады и депозиты в иностранной валюте возросли с 21,15 % до 36,27 % при сокращающейся доле вкладов и депозитов в рублях.

Резкие колебания курса национальной валюты по отношению к курсам иностранных валют, снижение процентных доходов привело к снижению прибыли банковского сектора до 2016 г. (рис. 2).



*Рис. 2. Прибыль банковского сектора России, млрд. руб.*

За десять месяцев 2016 г. прибыль банковского сектора составила 714 млрд. руб., возросшись примерно в 3,72 раз по сравнению показателем на начало года. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. прибыль банковского сектора, наоборот, снизилась с 589 млрд. руб. до 192 млрд. руб., т. е. примерно в 3,07 раз.

Положительную динамику основных показателей банковского сектора за 2016 г. подтверждает прогноз Международного рейтингового агентства Moody's. В сентябре 2016 г. агентство повысило прогноз банковской системы России с «негативного» на «стабильный», исходя из признаков восстановления экономики России. Кроме того, агентство ожидает улучшения кредитоспособности российских банков в течение следующих 12–18 месяцев.

Для укрепления стабильности банковской системы, на наш взгляд, необходимо провести финансовое расследование дел о преднамеренных банкротствах, создать новый механизм санации банков с внесением изменений в банковское законодательство. В рамках данного механизма предлагается создать дочернюю структуру Банка России (Фонд санации банков и управляющая компания), занимающуюся финансовым оздоровлением банков путем направления необходимых средств непосредственно в капитал saniруемых учреждений с последующей реализацией его акций. Данный механизм призван уменьшить объем выделяемых Центральным банком РФ на санацию банков средств, повысить контроль за их использованием и исключить зависимость финансового оздоровления банка от состояния санатора.

#### **Библиографический список**

1. Данные официального сайта Центрального банка РФ (Банка России) URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 23.11.2016).
2. Мальцагова Т. М. Рынок потребительского кредитования // Экономика и социум. – 2015. – № 6–4 (19). – С. 196–202.

3. Мальцагова Т. М. Региональная банковская система и ее роль в развитии экономики // Псковский регионологический журнал. – 2007. – № 6–4 (19). – С. 29–33.

## РОЛЬ ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГА В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Х. В. Тайсумова**  
**А. А. Ахмаров**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
студент,  
Чеченский государственный  
педагогический университет,  
г. Грозный, Республика Чечня, Россия*

---

**Summary.** This paper is devoted to the land tax, which occupies a special place in the tax system of the Russian Federation. Improving the collection of land tax is one of the important directions of strengthening the revenue base of local budgets, an effective mechanism for management of land resources of municipalities.

**Keywords:** budget; land; land tax; municipal; tax relief; tax.

---

Земельный налог занимает особое место в налоговой системе Российской Федерации. Органы власти каждого субъекта федерации устанавливают не только размер, но и порядок, срок уплаты и налоговые льготы. Налоговый кодекс таков, что в нем предусмотрен верхний предел уплаты налога. А сколько именно необходимо платить, каждый из нас как физическое лицо может подсчитать и сам.

Земельный налог полностью зачисляется в бюджеты муниципалитетов, следовательно, является очень важным финансовым источником для удовлетворения первоочередных нужд сел, городов и сельских поселений.

Налогом облагают земельные участки, расположенные на территории Чеченской республики.

В соответствии со статьей 390 Налогового кодекса РФ земельный налог считают с кадастровой стоимости земли. Максимальные ставки налога – 0,3 (например, для земли, купленной для подсобного хозяйства) и 1,5 процента. Действующие ставки устанавливают местные власти. Они же могут утверждать льготы по земельному налогу (например, для пенсионеров и инвалидов).

Налогоплательщиками земельного налога в Чеченской республике являются организации и физические лица, обладающие земельными участками на праве собственности, праве постоянного (бессрочного) пользования или праве пожизненного наследуемого владения. Это право подтверждают документами (например, свидетельством о регистрации права собственности).

Не признаются налогоплательщиками организации и физические лица в отношении земельных участков, находящихся у них на праве безвозмездного срочного пользования или переданных им по договору аренды.

Согласно действующему законодательству, организации и индивидуальные предприниматели, владеющие земельными участками, должны предоставлять налоговым органам декларацию по земельному налогу. Этот документ подается вместе с декларацией по УСН или ЕНДВ. Однако налог на земельный участок взимается только в том случае, если объект сформулирован и оформлен по всем соответствующим правилам. В противном случае земельному участку могут не присвоить категорию или кадастровый номер.

Согласно изменениям, внесенным ст. 2 Федерального закона от 04.11.2014 г. № 347-ФЗ в п. 1 ст. 398 Налогового кодекса, уплачивать налог за земельные участки, которые находятся в собственности ИП, предприниматель теперь будет в соответствии с требованиями налогового уведомления до 1 октября. В 2016 году налоговые органы проведут расчет земельного налога и направят уведомление на уплату налога за 2015 год. Изменения вступили в силу с 1 января 2015 года.

Бюджет республики состоит из бюджетов муниципальных районов, сельских поселений и городов и земельный налог занимает одну из ведущих позиций в формировании налоговой части бюджета.

Льготы по земельному налогу имеют ярко выраженную социальную направленность и обращены к мало защищенным слоям населения: ветеранам войн, инвалидам, малоимущим.

Льгота по земельному налогу имеет и экономическое направление, в связи с чем льготы имеют организации, осуществляющие пассажирские перевозки, оказывающие населению услуги по водоснабжению, водоотведению, теплоснабжению по тарифам, оказывающие образовательные услуги на безвозмездной основе, осуществляющие социальную адаптацию и реабилитацию лиц, страдающих психическими расстройствами.

С учетом данных предоставленных УФНС России по ЧР предоставлены следующие данные:

Доходы бюджетной системы РФ в разрезе бюджетов сформированы следующим образом:

- в федеральный бюджет – 2 780,1 млн. руб., или 22,0 % от общих поступлений;
- в консолидированный бюджет ЧР – 9 843,8 млн. руб. или 78,0 % от общих поступлений, из него:
- в региональный бюджет – 5 847,8 млн. руб. или 46,3 % от общих поступлений;
- в местные бюджеты – 3 995,7 млн. руб. или 31,7 % от общих поступлений;
- во внебюджетные фонды – 908 тыс. руб.

Динамика поступлений к аналогичному периоду прошлого года составляет 95,9 %, снижение поступлений составляет 535,1 млн. рублей.

Тем не менее, в большей части видов налогов, зачисляемых в консолидированный бюджет республики, обеспечена значительная положительная динамика по сравнению с прошлым годом.

Например:

- налога на имущество организаций – на 83,8 млн. руб. с темпом роста 111,3 %;
- налога на имущество физических лиц – на 9,0 млн. руб. с темпом роста 148,3 %;
- земельного налога – на 7,9 млн. руб. с темпом роста 106,0 %.

Так же количество плательщиков налогов тоже возросло.

Налог на недвижимость должен будет заменить земельный налог и налог на имущество физических лиц. В целом, предполагается, что налог на недвижимость станет эффективным вариантом пополнения доходной части бюджетов муниципальных образований, сейчас налог на имущество организаций взимается с его балансовой стоимости, физических лиц – рассчитывается по оценке БТИ; база для земельного налога – кадастровая стоимость участка. А налог на недвижимость будут взимать с рыночной стоимости объекта, что должно способствовать увеличению налоговых поступлений в бюджет. Но на настоящий момент налог на недвижимость несет в себе много проблемных моментов. И если, с плательщиками и объектами налогообложения существует некая ясность, то механизм исчисления и уплаты, сроки, ставки, льготы окончательно не определены и являются лишь предварительными.

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Р. С.-Э. Юшаева  
М. М. Агуев

*Кандидат экономических наук, доцент,  
студент,  
Чеченский государственный  
педагогический университет,  
г. Грозный, Республика Чечня, Россия*

---

**Summary.** The article defines the priority role of the banking system in the economic development of the region. It specifies the priority of interaction of the banking system and the real sector is to attract private investors to the economy of the region, strengthening investor confidence in the banks.

**Keywords:** commercial bank; the real sector of the economy; foreign investment; investment resources.

---

Проблема в усилении взаимодействия банковского и реального сектора заключается в оптимизации отношений кредитора и заемщика. Кредитуя реальный сектор экономики, коммерческие банки страхуются от по-

терь залога. Поэтому предприятия реального сектора региона имеют возможность представить в залог оборудование, промышленные объекты, недвижимость. Но это залоговое имущество зачастую является устаревшим и имеет достаточно низкую рыночную оценку и спрос. Выходом в такой ситуации может послужить заключение договора о залоге под новое оборудование, приобретённое за счёт предоставляемых инвестиционных кредитов. Таким образом, банк может быть более уверенным в успешном функционировании предприятия. Осуществление подобных операций залога наиболее квалифицированно могут проводить именно специализированные инвестиционные банки.

В оптимизации взаимодействия банковского и реального секторов экономики принципиально важную роль играет привлечение в экономику региона частных инвесторов, усиление доверия инвесторов к банкам. К одному из важных аспектов данной проблемы относится создание системы информирования, которая делает прозрачной работу любого финансового института.

Анализ взаимодействия реального и банковского секторов экономики показывает, что повысить оптимизацию банковского и реального секторов экономики региона можно в нескольких направлениях. Из этих направлений складывается единый комплекс, направленный на полную реализацию социальной и экономической роли банков.

В настоящее время ведущие страны на первый план выдвигают ориентир на развитие научного, инновационного и информационного потенциала. Но, тем не менее, одна из основных особенностей нынешнего периода заключается в ориентации не на глобальные общегосударственные цели, а на потребности населения. Как результат, меняется роль различных сфер деятельности: если раньше на первое место выдвигалось материальное производство, то сейчас в большинстве регионов России в производстве валового регионального продукта на передовую выходят домашнее хозяйство и сфера услуг, включая финансовую сферу. Все более серьезное значение приобретает формирование банковской, рыночной и информационной инфраструктуры.

При рассмотрении проблемы участия банковской системы в решении задач экономического развития региона, необходимо представить её место в современной экономике, причём с учётом отечественной специфики, так как зарубежные модели достаточно слабы для переходного периода.

Характер функций региональной банковской системы должен изначально определяться поставленными перед ней целевыми задачами, вытекающими из места и роли банковского сектора в системе экономических взаимосвязей региона. Вследствие тенденции к усилению взаимосвязи банковской системы и экономики на региональном уровне банковские институты в рамках отдельных территориальных образований в настоящее время стали исполнять дополнительные специфические функции по обслуживанию потребностей региональных экономик. Наличие указанных

функций позволяет выделить в рамках банковской системы страны относительно обособленные региональные банковские системы.

Взаимодействие банковского сектора и региональной экономики выражается через экономические отношения, в которые вступают все сектора экономики и отдельные экономические субъекты для получения и предоставления кредитных и инвестиционных ресурсов, наличных и безналичных платежных средств, специфических банковских услуг.

Выделяют три основных канала влияния банковского сектора на региональную экономику:

- обеспечение экономики региона кредитными и инвестиционными ресурсами;

- обеспечение экономики региона наличными и безналичными платежными средствами, обеспечение устойчивости рубля;

- формирование устойчивости и ликвидности региональной банковской системы как условия обеспечения экономических субъектов необходимыми объемом и ассортиментом банковских услуг.

Указанные механизмы влияния банковского сектора на экономику составляют содержание основных целей управления региональным банковским сектором, а также целевых функций территориального учреждения Банка России.

Эффективность региональной экономике в значительной степени зависит от инвестиционного потенциала данного региона, его формирования и использования.

При этом финансовые ресурсы региона являются важнейшей составной частью его инвестиционного потенциала, которые с одной стороны, ограничены, а с другой – недостаточно оптимально задействованы в производственном процессе.

В числе факторов, влияющих на банковский сектор, особую роль играет инвестиционный потенциал региона. С одной стороны, эта величина характеризует ресурсные возможности региона (производственные, трудовые, природно-климатические и т. д.), посредством которых изначально определяется спрос на банковские услуги и территориальная структура банковской сети. С другой, именно банковский сектор, аккумулируя денежные ресурсы и перераспределяя финансовые потоки между секторами экономики, оказывает регулирующее воздействие на инвестиционные возможности и инвестиционную активность.

В связи с этим обязательным условием увеличения инвестиционного потенциала региона и первостепенной задачей при реализации основной стратегической цели дальнейшего социально-экономического развития региона, является формирование благоприятного инвестиционного климата.

Необходимо участие государства в создании благоприятного инвестиционного климата и в улучшении инвестиционного потенциала региона.

Финансирование отдельных целевых социально значимых программ и развитие приоритетных отраслей невозможны сегодня без участия госу-

дарства, которое проявляется как в создании организационно-правовых механизмов, так и непосредственно в использовании бюджетных средств.

Необходимо участие государства в создании благоприятного инвестиционного климата и в улучшении инвестиционного потенциала региона. На сегодня без участия государства невозможно финансирование отдельных целевых, социально-значимых программ и развитие приоритетных отраслей, которое проявляется как в создании организационно-правовых механизмов, так и непосредственно в использовании бюджетных средств.

Интересы развития эффективной экономики требуют создания дешевых финансовых средств. Формирование таковых непосредственно связано с повышением эффективности производства. Одним из видов ресурсов являются сбережения населения, доходы которых образуются из различных выплат, в том числе в виде заработной платы. Однако в настоящее время величина заработной платы, реально получаемая физическими лицами, снижается, как на величину отчислений в различные социальные фонды, так и на возрастающие платежи по коммунальным услугам.

Низкая рентабельность производства в регионах не позволяет выплачивать дивиденды по корпоративным акциям. Акции предприятий поэтому не привлекательны для инвесторов, что в конечном итоге тормозит развитие фондового рынка. Последнее, в свою очередь, не позволяет сбалансировать доходность различных сегментов финансового рынка.

Стабилизация финансового рынка страны и регионов в целом зависит (кроме политической ситуации) от ликвидации дефицита государственного бюджета, справедливого налогообложения доходов и их собираемости, от эффективности регулирования Центральным банком валютного рынка. Все перечисленные проблемы могут быть решены при стабилизации производственной ситуации: увеличения объемов валового регионального продукта, повышения рентабельности товаропроизводителей.

Из сказанного следует, что в решении проблемы экономического развития регионов не последнюю роль играет банковская система. Обобщая ее деятельность, можно выделить такие основные направления взаимодействия банковской системы с экономикой как:

- аккумуляция денежных ресурсов и вложение их в экономику региона;
- укрепление покупательной способности рубля через пассивные и активные операции;
- мобилизация кредитных ресурсов на рынке ценных бумаг;
- привлечение инвесторов, в том числе иностранных в региональную экономику, участие на валютном рынке;
- наращивание собственного банковского капитала и вложение его в конкретные производственные объекты.

Главным положением концепции управления банковской системой на уровне региона, является достижение соответствия уровней развития банковской системы и экономики региона в целом. Количественные и ка-

ческие параметры, характеризующие развитие банковской системы региона, находятся в тесной взаимосвязи с показателями его общего экономического развития.

На сегодня все большее значение приобретает проблема сбалансированного развития банковской системы и реального сектора экономики региона. Отсутствие механизма регулирования направлений и темпов их развития приводит к возникновению рассогласования интересов банковской системы и реального сектора экономики.

Основной причиной рассогласования направлений развития экономических секторов, является ослабление структурных системообразующих связей управления, координации.

В основе согласования системы интересов банков и предприятий лежат соотношения между их возможностями и потребностями, между спросом и предложением банковских услуг. Поэтому, важным направлением обеспечения пропорциональности может стать координация экономических программ региональных органов власти, направленных на обеспечение экономического роста, с кредитной политикой банков.



## IV. BASIC PRINCIPLES, METHODS AND TECHNIQUES OF MODERN MARKETING



### WAYS OF INCREASING COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

**Yu. A. Petrova**  
**A. E. Arapova**  
**S. A. Isalova**  
**Yu. S. Samojlenko**

*Doctor of Philosophy,  
students,  
Rostov State University of Economics,  
Rostov-on-Don, Russia*

---

**Summary.** In our article we observe a concept of competitiveness of the company, its constituent elements and signs of commitment. The authors describe the methods of achievement of leading positions on the market and ways of its improvement. The article focuses on marketing which is the main way of maintenance of competitiveness at the highest level and shows that the competitiveness of the enterprise provides an opportunity to build and implement effective strategy of economic activity on the market.

**Keywords:** competitiveness; competitive advantages; marketing advantages; enterprise efficiency.

---

In conditions of market, it is impossible to achieve stable success in business because, – «especially the development of hi-tech entrepreneurship will make possible to overcome crisis with low losses and to improve the situation in future», if not to plan its efficient development, not to accumulate information about own prospects and opportunities constantly, about the state of the target markets, the situation on its competitors and proper competitiveness.

The competitiveness of the company is a relative characteristic, which expresses the degree of distinction of this company from its competitors in the area of customer satisfaction.

High competitiveness of enterprise is determined by satisfaction and willingness of consumers to buy again the products of this company, the absence of claims of the company by society, shareholders, partners, and prestigious work in the enterprise.

Ceteris paribus a major role is played by the marketing component of the competitiveness of the enterprise.

Marketing is focused on identifying of the most important needs of customers, accounting for changes in consumer preferences, evaluation prospects segments of the market, the development and implementation of effective strategies for increasing competitiveness. A necessary condition for determining of the competitiveness is the availability of the competition.

The competitiveness of goods is the ability to meet the demands of a competitive market, the needs of customers in comparison with other similar products available on the market.

In the definition of competitiveness of different authors we may point out the most important words as: quality, utility, ratio "price - quality", attractiveness, ability to implement, and ability to withstand competition, etc.

The basis of the formation of enterprise's competitiveness is the system of its competitive advantages.

Classification of competitive advantage is carried by the following features:

- the ratio of the system;
- sphere of occurrence of the advantages;
- the content of factor of advantages;
- implementation time of the advantages;
- place of implementation of advantages;
- view the resulting outcome.

In all variety of interpretations of competitiveness among the companies, we may identify the following features:

- Competitiveness of the enterprise measures the size and efficiency in the use of all its resources.
- Competitiveness of the business evolves over time, where changes depend on both external and internal factors.
- Competitiveness of production and competitiveness of the undertaking are closely related concepts.
- Competitiveness is the object's property which is characterized by the degree of satisfaction of users' s needs, in comparison with equivalent objects which are available on the market.
- Competitiveness of the enterprise is an ability to withstand the competition in comparison with similar objects on this market.

The basis for the formation of competitiveness of goods on the market is the ratio of quality, service and price. Of course, influence of other factors can be the reason of good luck or failure.

Formation of competitiveness is an important problem, the solution of which is connected with improvement of development, manufacturing, sale and maintenance service of production, i.e. with implementation purposeful activities for establishment, formation and maintenance of the required level of competitiveness at all stages of life cycle of the product.

As a rule, efforts are directed for achievement of the following purposes:

- improvement of quality;
- reduction of costs of production;
- increase economy and efficiency of after-sale equipment;
- stimulation of marketing efforts.

In the theory of competitive advantages of M. Porter, we may examine two main sources of advantages: marketing and expenses. Advantage in the marketing is a competitive advantage in goods and services, which provide more satisfaction to the consumer in comparison to goods of the competitor. Advantage in expenses is the competitive advantage, arising due to lower produc-

tion and marketing costs compared with expenses of competitors, allowing the company to reduce prices or use economy on advertizing and distribution.

Companies, which are focused on achieving advantages in marketing, are more oriented customers than companies, which seek to low expenses. However, firms cannot totally ignore consumer interests because this strategy can reduce the benefits of cost. Competitive advantage on the market means that some qualities of company's goods or services are much better than for most competitors. It is generally based on the uniqueness of the product.

To conduct a comparative assessment of marketing efficiency we may use the following criteria grouped by elements of marketing mix:

- Product: brand, characteristics, diversity.
- Price: elasticity, flexible pricing policy.
- Place: sales volume, distribution channels, sales agents and the marketing service, level of staff's qualification.
- Promotion: strategies of providing information about product.

Enterprises, to be competitive, need to take following steps. Firstly, it is necessary to ensure the competitiveness of products in target segments. Secondly, it is essential to enhance the competitive capacity of the enterprise and its divisions to the world industry level.

To be competitive enterprise must have several advantages. Quantification of factors can be represented as follows:

- the competitiveness of products,
- the financial condition of the enterprise,
- the effectiveness of marketing activities,
- the profitability of sale,
- the image of firm (so-called «brand capital»)
- the effectiveness of management.

Thus, the competitiveness of the enterprise provides an opportunity to build and implement effective strategy of economic activity on the market. All available marketing resources of the enterprise provide maintaining a high level of competitiveness. Production and marketing of competitive goods and services can be seen as integrative indicator of the company's viability, its ability to efficiently using production, science and technology, labor or financial capacity.

### **Bibliography**

1. Petrova Y. A., Arapova A. E., Isalova S. A., Samoilenko Y. S. Analysis of economic concept of small business // *Ekonomické trendy*. – 2016. – № 2. – P. 49–51.
2. Porter M. *Competition : Textbook*. – M. : Publishing house "Williams", 2014.
3. Schultz E. *The Marketing Game: How the World's Best Companies Play to Win 2004*. – 253 с.
4. Захаров А. Н., Зокин А. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // *Бизнес и банки*. – 2013. – № 1–2.
5. Криворотов В. В. *Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий*. – Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2013.
6. Миронов М. Г. *Ваша конкурентоспособность*. – М. : Альфа-Пресс, 2011. – 160с.

# MARKETING ANALYSIS OF CAR REFINISH SECTOR IN EUROPE IN THE CASE OF ITALIAN IMPA COMPANY

**E. Yu. Shatskaya**  
**K. A. Kafian**  
**E. Yu. Komaristaya**

*Candidate of Economic Sciences,  
assistant professor,  
students,  
North-Caucases Federal University,  
Stavropol, Russia*

**Summary.** This article reports on the car refinish sector analyzes the European market based on the example of the Italian company IMPA. The article presents the results of participation in the international project «Trento Marketing Challenge». IMPA decided to attend this year the Trento Marketing Challenge. Hence, IMPA required a team of students to study and propose a likely entry strategy in new market. The article based on the first part of research namely a SWOT analysis.

**Keywords:** international market; market research; car refinish sector; SWOT analyses; strategic management.

IMPA is an Italian Firm focused on paintings and complementary chemical products for different kinds of applications and materials. It all began in 1962 in a small village near Treviso, in Northeastern Italy, from the passion for paintings of its founder, Annuto Zanardo, who started as a craftsman preparing undercoats for painters. In the following years this activity turned into an entrepreneurial reality, focused on the building industry. The growth strategy has involved different dimensions: the first one is related to the developing of other Strategic Business Units (SBU) such as car refinish and industrial coatings; the second one involved geographic expansion through exportations, started from European countries and affirmed also in other continents such as South America. These two points are going to be analysed afterwards[1].

Table 1

**SWOT analysis of IMPA company**

<p>1 Strengths</p> <p>1.1 Quality of products</p> <p>1.2 Quality of processes</p> <p>1.3 Innovation and R&amp;D</p> <p>1.4 Assistance</p> <p>1.5 Customization</p> <p>1.6 Brand awareness</p>	<p>2 Weaknesses</p> <p>2.1 Dimension</p> <p>2.2 Social media presence</p> <p>2.3 Presence at international fairs</p>
<p>3 Opportunities</p> <p>3.1 Market growth factors</p> <p>3.2 Future standard technology</p> <p>3.3 Innovative coatings</p> <p>3.4 Special coatings for new car's materials</p> <p>3.5 Export policy</p>	<p>4 Threats</p> <p>4.1 Strong regulation of chemical sector</p> <p>4.2 Lack of technicians skills</p> <p>4.3 Poorly differentiated market</p> <p>4.4 Dependency on wholesalers</p>

At the end of 80s, in addition to the exportation strategy, IMPA continued to improve chemical research in order to adapt their knowledge to other profitable sectors: nowadays its catalogues count more than 2500 items in order to satisfy 5 SBUs:

1) a wide range of products for treatment, protection and finishing of interior and exterior wall surfaces, metal, plastics, marble and concrete. Paint/coating for interior and exterior, decorative;

2) a professional line to provide quick and effective solutions to all repair problems. There are many different products and their purposes are described in the following page;

3) professional line with water and solvent-based coating systems for every need, paint/coating for anticorrosive, specialties;

4) fillers for wood industry, floor and furniture;

5) solutions for passive fire protection, with the line of intumescent paints for metal, concrete, and bricks structures.

Car refinish is quite a specific sector and in order to work on the marketing analysis of the competitive environment we need to describe the products IMPA is selling. Automotive paint is used on vehicles for both protection and decoration purposes. The layers of paint are around to 100-150  $\mu\text{m}$  in total.

The first point of a SWOT analysis is a strengths of IMPA (Table 1).

1.1. Quality of products. IMPA has succeeded in positioning itself with a mid/high quality and price policy. This means their products have a long lasting gloss, resistance to UV rays and to extreme temperatures. In this market it is difficult to differentiate from the competitors, so a higher quality needs to be explicitly proven. IMPA did this using testing procedures: in their research laboratory they submit their products to 2 kind of tests in order to check durability, simulating natural and extreme environment conditions.

1.2. Quality of processes. Quality policy for IMPA doesn't just mean improving their products, but also innovating the processes and developing new technologies, solutions and materials with an eye on efficiency and on the environment. This last element is becoming much more relevant nowadays because of both legislation and social awareness of the pollution released during the production and painting processes. Indeed, a lot of products for car refinish are solvent-based, which could be quite polluting because of their Volatile Organic Compound (known as «VOC»). When the paint dries, these chemicals evaporate into the air where the hapless decorator can inhale their toxic fumes.

IMPA achieved 3 certifications in order to reduce asymmetrical information with their customers. Certifications are useful in order to prove that a specific list of requirements and procedures are accurately followed by the company during their production and decision making processes. The firm has achieved:

UNI EN ISO 9001 Quality Certification, that includes a series of indications and of a legislation that certifies the management method of processes

that aim at guaranteeing the quality standards of services and full customer satisfaction.

UNI EN ISO 14001 Environmental Certification: it provides tools for organizations, setting requirements of the company's environmental management system according to a series of specific international standards. Since IMPA is a chemical company, the main aspects that need to be considered are the emissions, water discharge, use of potentially hazardous substances and risks of accidents.

1.3. Innovation and R&D. IMPA does a relevant research activity in their laboratory and takes part also to the university environment using some projects to exchange and create knowledge.

Not only does the innovative dynamics for IMPA take place during the product and process design, but also in the positioning of the finished products using an adequate system of distribution and connection with the specific requirements of the customer. This approach involves all the company sectors and has enabled IMPA to receive a special mention in the Imprese Per Innovazione (IXI) Awards.

The business strategy aimed at searching for new applications and continuous technological innovation was achieved by producing a range of hi-tech and high performance products and services, called «HT Innovation». This line provides eco-compatible products and the mission behind it is to progressively replace solvent-based products with water-based products. In 2007, the company was awarded the Product Stewardship Award, in relation to a Responsible Care program supported by Federchimica [2].

1.4. Assistance. IMPA was one of the first businesses to implement their products with services in order to create more value for customers. There are two kinds of assistance which, although nowadays are partly implemented also by competitors, remain a key point in IMPA:

The consulting service given from IMPA can be pre-sale or post-sale and is offered both to wholesalers and body shop operators, in order to indicate them the more suitable product and application based on their current needs.

The training service is important for two purposes: it enhances relations with their customers and it makes sure that their products are applied in the correct way, as the quality of the final work depends also on the ability of the applicator. They propose two different types of courses: the first one, both theoretical and practical, is developed for retailers, while the second type addresses professional users in order to provide information on the application of the entire body repair cycle.

1.5. Customization. In their laboratories IMPA tries to find custom-made solutions in order to satisfy every client's needs. This means adapting existing products by implementing their chemical composition in order to meet specific requirements given from a particular client.

1.6. Brand awareness. IMPA has achieved a remarkable brand awareness both in the domestic and foreign car refinish market: in the Italian one because it

has long term and stable relations with suppliers and customers, worldwide because paintings and coatings production value is the second in Europe and "Made in Italy" is perceived as an indicator of high quality and aesthetic.

The second point is a company`s weaknesses.

2.1. Dimension. The main weakness which affects IMPA is their impossibility to produce base coats (the «coloured layer») in order to complete their gamut and offer to their customers the whole scale of products to use in a car refinish work. The production of the base coat would increase IMPA`s profits and their power on wholesalers. However, the high costs of the plants to obtain a wider range of products can not be sustained by the company due to their «small» dimension.

The main competitors in the car refinish sector are the biggest firms, which produce base coats and deliver their products also to the OEMs (car makers). Some of these companies are: PPG, Axalta, AkzoNobel and BASF.

2.2. Social media presence. Despite their eye-catching website, IMPA's web presence is still weak. Website has only two languages (English and Italian) thus, it clearly does not provide a multi-lingual platform for Russian, German, French or even Spanish website visitors in order to reach every customer of the sixty countries where they export. Since they are an international business that is continuously expanding its operations abroad, this is surely a flaw in their marketing strategies.

2.3. Presence at international fairs. IMPA attends some important fairs in the world, but their location is limited just to Eastern Europe and the Middle-East. Attending other fairs will permit them to reach also for example, the Chinese market which has a stable growth in the coatings sector.

The next point is a opportunities for the company[3].

3.1. Market growth factors. In general, increasing number of car-crashes, adoption of newer technologies and rising disposable income in the developing economies -in conjunction with proclivity of owners to repair their vehicles- are the major factors that are expected to boost the market. Indeed, since 5 years the global automotive refinish coatings market is witnessing a tremendous growth.

3.2. Future standard technology. On the basis of technology, the market is segmented in solvent-based, water-based and UV-cured coatings. The consumption of solvent-based coatings is limited because of stringent government regulation on high VOC levels. Water-based coatings are expected to be used more than solvent-based coatings during the forecast period, as they have comparatively low VOC levels. In 2015, the water-based technology was valued globally at \$ 3.4 billion and will probably gain more innovations in heat resistance, adhesion and abrasion properties: this will be necessary in order to cover the gap in comparison to the affirmed solvent-based technology.

3.3. Innovative coatings. In the next future there will be a rising demand for automotive refinish coatings to improve the durability and the appearance of vehicles:

- matte: especially for sport cars, matte coatings are appreciated because of the perception of exclusivity. IMPA could increase their clear coat gamut introducing also matte coatings for people who want to renovate their car;
- hydrophobic: nano-technology applied to coatings prevent dirt to stick on the cab, so that it is easier and less time-wasting to clean it;
- self-restoring: acid rain and automatic car wash usually creates small scratches on the clear coat, which causes the surface to be less shiny year by year. Nanotechnology can be used to create a more dense and elastic clear coat: should a scratch occur, the polymer's elasticity allows it to fill it and restore a smooth surface.

3.4. Special coatings for new car's materials. As a consequence of the increasing use of lightweight materials like carbon fibre and aluminium to meet government fuel economy, there will be an increase of new procedures in order to repair these new substrates. In the market there is a continuous appearing of new substrates, which are even lighter and stronger than the materials commonly used today. So there will be the need of new solutions in order to ensure invisible repairs and give more focus on corrosion control chemistry and clear coat systems to provide protection of these types of substrates.

3.5. Export policy. The car refinish market is expected to experience a significant growth over the next eight years on account of rising vehicle ownership in developing economies including Brazil, India, China, Mexico, and South Korea. IMPA exports only in the first two, the others can be considered for a future expansion policy [4].

The last point of SWOT analysis is a threats. We have identified the following.

4.1. Strong regulation of chemical sector. The reduction of volatile organic compound (VOC) is emerging in the legislation in order to reduce solvent emissions, which impacts on product technology requirements. In fact, there will be much more attention to environmental problems in order to reduce the use of solvent-borne coatings with toxicity and flammability characteristics. This is a threat since solvent-borne products constitute the majority of IMPA's portfolio.

4.2. Lack of technicians skills. Since the quality of the car refinish work does not only depend on the products used but also on the operator's ability, the identified lack of skilled technicians is affecting this market. Our consideration regarding this fact is that if the paint isn't applied in the best way, it will be difficult to appreciate the major quality of IMPA's products, literally destroying its value. Both quality and efficiency of the operators' skills should be improved to achieve better application techniques in order to let the better quality of IMPA's products express.

4.3. Poorly differentiated market. The «above the average» quality standard of IMPA is a matter of fact, but thanks to new technologies and processes, even the competitors which had produced at a lower quality are increasing it. Moreover, the better quality of coatings becomes more evident only in the long

term. From the union of these conditions it emerges that this market is poorly differentiated and that it is going to be harder to emerge.

4.4. Dependency on wholesalers. IMPA is a B2B producer because their products are sold to the final user (body shops) through distributors. Distributors usually compose their selection including different brands. Since they have to solve the asymmetrical information problem between producer and customer, they have the possibility to push or not a certain brand instead of another. This causes the wholesaler to have power over all the producers.

The second step of our research is created a TOWS analysis. First it's presented a resume of the SWOT analysis, in order to make the successive matching-analysis easier to understand.

#### 1. Strength-opportunities. Innovation and R&D to exploit opportunities.

As we described earlier, there are 3 kinds of emerging technologies suitable to enrich the products' portfolio in order to create a competitive advantage:

- future standard technology: IMPA is already producing some water-based products and it is advisable to focus on the development of these lines because of the increasing rules against VOC;

- innovative coatings, as hydrophobic or self-sealing, are nowadays in the introduction phase of their lifecycle, but their proven performances will make them a valuable feature for both new and second hand cars;

- special coatings for new car's materials: since lightweight materials for the car's cab are used also in affordable vehicles in order to achieve higher efficiency, we suggest to increase the already existing aluminium and carbon-fibre coatings.

#### 2.1. Strength-threats. Quality of processes and Innovation to adapt to Environmental regulation

IMPA should exploit their innovation ability in order to follow the dynamic environmental regulation, producing eco-friendly coatings with low-polluting processes. They should also take advantage from their certification in order to give more appeal to their brand: nowadays people are becoming more interested in sustainability and are willing to pay a premium for it.

#### 2.2. Assistance and Customization to counter Dependency on wholesalers.

Providing training directly to car-refinish operators and customizing coatings for them is an interesting strategy to let IMPA's products be more desirable and known to final users. Reinforcing this approach, it could be possible to address effectively their preferences in order to avoid the wholesalers to interfere during the choice process.

#### 2.3. Assistance to provide training to counter the Lack of technicians skills.

IMPA's specialized technicians are already offering high quality practical courses for some body shop operators, but they are not providing them to everyone that uses their products. Since new kinds of coatings are in production or could be developed (as underlined previously), enlarging this important knowledge to more operators would increase the quality of final works and rein-

force IMPA's reputation in body shops. This would also provide more customers' loyalty, an important factor in the domestic market.

### 3.1. Weaknesses-opportunities. Increase Dimension through new opportunities.

IMPA's dimension is a problem because it restricts its competitiveness; it reduces the bargaining power and doesn't allow them to use alternative distribution channels. An expansion strategy could consist in taking those opportunities outlined by new trends and technologies (water-based products, matte, hydrophobic or self-sealing coatings and coatings for lightweight materials):

Innovative coatings allow to meet new niches in the market that are destined to grow in the future because they comply the emerging needs of sustainability, aesthetics and ease to clean;

Moreover, coating customization is very popular in the USA, so the development of these kinds of products could be the key to enter in this very important market, still unexplored.

### 3.2. Increase Presence at international fairs through new opportunities. Innovative coatings can be a good chance to expand to new markets. To do so we suggest to increase the number of international fairs attended to present these new products and to build new relationships for future agreements.

### 4.1. Weaknesses-threats. Small Dimension, Poorly differentiated market and Dependency on wholesalers: a defence strategy [5].

IMPA's modest size is an important factor to be considered because it's the reason of the lack of resources and structures for producing the base coat, the only layer of coating missing in their portfolio. An expansion could help to counter this major weakness and can be achieved through the exploitation of new products and new markets. An increased dimension together with the production of base coat would bring many advantages:

Higher competitiveness and differentiation since only big multinational firms can supply the complete cycle of products;

Higher bargaining power with wholesalers because it would be possible to offer the full package of products, avoiding the risk of including competitors to complete the refinish cycle, which is what currently happens;

Exploitation of a new distribution channel, that is supplying directly to original equipment manufacturers (OEMs), which is used only by bigger firms such as PPG, Axalta, AkzoNobel and BASF [6].

### 4.2. Develop Social media presence to counter threats.

An improvement of its website and of its social media accounts could be useful to overcome two different threats:

Dependency on wholesalers, through an increase of brand awareness;

Poor differentiation of the market, by standing out compared to competitors, even if only in the perception of the customers.

In our opinion IMPA's website should be upgraded with new versions in other languages, such as Spanish or German, to meet different cultures and customers.

Data used in this research are based on a mix between primary and secondary sources. Secondary data were collected from Industry reports, books and other digital sources. This information were fundamental to perform a general analysis of the company and the industry, and to understand which were the main market segments. Primary sources were collected through interview with company`s experts and managers This information were used to have a deepen understanding of the underlying market mechanisms and in future create a entry strategy in new market for company.

### Bibliography

1. IMPA. Available at: <http://www.impa.it/index.php?lang=en&Itemid=557>
2. Federchimica: Available at: <http://www.federchimica.it/docs/default-source/pubblicazioni/rapporto2015navigabile.pdf?sfvrsn=10>
3. Marketing. Available at: <http://www.marketingstudyguide.com/example-swot-3m/>
4. Avisa. Available at: [http://avisa.federchimica.it/docs/default-source/documenti-vari/Depliant\\_Master\\_2011.pdf](http://avisa.federchimica.it/docs/default-source/documenti-vari/Depliant_Master_2011.pdf)
5. Coatings. Available at: <https://www.alliedmarketresearch.com/Automotive-Refinish-Coatings-market>
6. Parahina V., Boris O., Bezrukova T., Bezrukov B., Kirillova C. Assessment of social and innovational orientation of enterprises and companies // Review of Applied Socio-Economic Research Volume 8, Issue 2, 2014. P. 132–140.

## ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ МОДЕЛИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

**Н. К. Катюшичев**

*Магистрант,  
Крымский федеральный университет  
имени В. И. Вернадского,  
Институт экономики и управления,  
преподаватель  
Крымский колледж  
общественного питания и торговли,  
г. Симферополь, Республика Крым,  
Россия*

---

**Summary.** The present paper contains an analysis of main directions of evolution of marketing mix concept. Typical problems of each approach are demonstrated. It describes specific properties of classical form of marketing mix 4P and other forms of marketing mix.

**Keywords:** marketing mix; marketing; 4P; problems of 4P; specific properties of 4P; 7P; 9P; 4C; 4R; 4V; 4A; 4E.

---

Концепция комплекса маркетинга, как наиболее удачное сочетание контролируемых переменных, на сегодняшний пользуется интересом производителей и маркетологов, стремящихся наиболее полно удовлетворить потребности целевой аудитории. Сочетая в себе минимализм теоретиче-

ского аспекта с максимальным практическим эффектом, маркетинг-микс хорошо зарекомендовал себя как действенная модель продвижения товара или услуги, удовлетворения потребителя, завоевания рынка.

Выдвинутая ещё в 1953 году Нейлом Борденом концепция комплекса маркетинга, включала в себя 12 элементов: товар, ценообразование, торговая марка, каналы распределения, рекламная деятельность торговых представителей, упаковка, демонстрация товара, обслуживание, материальная обработка, поиск и анализ данных. Подобный набор переменных, по мнению автора, мог обеспечить наиболее полное исследование рынка и качественное осуществление маркетинговой деятельности. Наиболее распространённая форма комплекса маркетинга, именуемая в классическом варианте "4P" и содержащая соответствующие переменные: Product, Price, Place, Promotion, характеризуется простотой, наглядностью и удобством применения на практике. Концепция 4P была сформирована американским маркетингологом Джеромом Маккартни в 1960 году, который, по сути, переработал идею Нейла Бордена, сгруппировав факторы по общей смысловой нагрузке в 4 направления [1, с. 59–61].

Модель 4P характеризуется, прежде всего, управляемостью, т.е. степень воздействия производителя на 4 рассматриваемые элемента близится к максимуму. Соответственно, такая тенденция позволяет говорить о наиболее полном и качественном удовлетворении спроса целевой аудитории. Однако, не смотря на простоту и эффективность модели 4P, объективной необходимостью является изучение неконтролируемых факторов. Модель 4P не учитывает такие элементы, как изменения направлений государственной политики, макроэкономические потрясения, отношение социума к товару, развитие конкуренции и т.д. Подобного рода недостатки модели вынуждают маркетингологов изыскивать пути влияния на указанные неконтролируемые факторы посредством имеющихся контролируемых элементов.

При этом стоит отметить, что современность диктует новые условия функционирования рынков и осуществления маркетинговой деятельности. Теоретики столкнулись с рядом проблем. С целью наиболее полно соответствовать запросам потребителя производители вынуждены расширять модель удовлетворения потребностей целевой аудитории.

В 1981 году Б. Бумсом и М. Битнером была разработана концепция маркетингового микса для сферы услуг. Суть разработки данного подхода заключалась в дополнении уже имеющейся концепции 4P тремя новыми переменными: Process (процесс принятия решения о покупке и её осуществления), People (люди имеющие отношение к процессу купли/продажи) и Physical Evidence (физическое свидетельство оказания услуг). Ввиду большего охвата факторов модель 7P получила широкое признание в сфере оказания услуг и стала постепенно вытеснять концепцию 4P.

Модель 4P, включая дополнительные переменные трансформируется в 5P, 7P, 9P и т.д. При этом стоит отметить парадокс: не смотря на то, что данные модели, включая больше факторов удовлетворения спроса, теоретически должны быть более эффективны, на практике зачастую в товарной сфере модели "выше 4P" не обрели успеха. Некоторые маркетологи высказывают мнение о том, что создание подобных моделей – это не стремление расширить сферы удовлетворения запросов потребителей, а лишь попытка поиска условно подходящих лексически к модели 4P [2].

Например, введение такой дополнительно переменной, как Public Relations, можно считать необоснованной ввиду того, что PR, по сути, является частью элемента Promotion и не может рассматриваться как самостоятельный фактор. Подобная ситуация с упаковкой (Package), которая входит в понятие Product. Также стоит отметить ошибочность введения переменной Profit. Данный фактор не может рассматриваться в качестве инструмента маркетинговой деятельности, т.к. прибыль является конечной целью деятельности.

Фактор Precedents априори не может быть включён в комплекс маркетинга ввиду того, что прецеденты находятся вне контроля производителя или поставщика.

Таким образом, дополнение маркетинг-микса 4P дополнительными переменными зачастую неоправданно и нецелесообразно, т.к. подобное расширение модели – это либо детализация уже существующих факторов, либо внесение не относящихся к сути факторов [3, с. 137].

Как уже отмечалось выше, бурное развитие как отдельных сфер деятельности человека, так и развитие сферы торговли и рынка услуг в целом, создают определённые барьеры и диктуют специфические условия. Поэтому каждая отрасль требует расширения, преобразования или пересмотра комплекса маркетинга. Ярким примером формирования концепции по образу 4P является концепция 4V в сфере IT.

Предложенная в 2001 году китайским учёным Ву Цзиньминем идея 4V включает следующие элементы: Variation (дифференциация), Versatility (многофункциональность), Value added (добавленная стоимость) и Vibration (резонанс). Ввиду того, что с каждым днём запросы покупателей расширяются и их разнообразие огромно, производителю необходимо применять дифференцированный маркетинг.

Под многофункциональностью подразумевают требование к производителю разнообразить круг функций продукции для более полного соответствия товара (услуги) запросам покупателей. Добавленная стоимость отражает необходимость совершенствования технологий, расширять и оптимизировать обслуживание клиентов, формировать стоимость бренда и т. д., тем самым увеличивать добавленную стоимость. И резонанс подразумевает увеличение стоимости посредством внедрения инноваций, которые дают возможность захватить больше сегментов рынка и увеличить уровень

конкурентоспособности. Концепция 4V направлена, прежде всего, на повышение уровня лояльности потребителей.

Особый интерес представляет созданная по принципу 4P модель 4C.

Изначально с 1989 года 4C развивалась, как совокупность следующих элементов: Concept Mix (концепция), Costs Mix (себестоимость), Channels Mix (канал), Communications Mix (коммуникация). Данный подход был направлен на оптимизацию деятельности предприятий и повышение эффективности производства. Годом позднее концепция 4P была представлена американским маркетологом Робертом Лотерборном в ином содержании: Customer needs and wants (нужды и потребности покупателя), Cost to the customer (покупательские затраты), Convenience (удобство) и Communication (коммуникация). Концепция 4C часто рассматривается как противопоставление концепции 4P. Модель 4C направлена на потребителя и удовлетворение его запросов, в то время, как 4P ориентирована в большей степени на торговлю. Концепция 4C выражается в постулате «4 забудьте и 4 думайте»:

1. Забудьте о товаре, а думайте о потребностях и нуждах покупателей.
2. Забудьте о цене, а думайте о том, сколько потребитель должен заплатить, чтобы удовлетворить свою потребность.
3. Забудьте о дистрибуции, а думайте об удобстве покупателя.
4. Забудьте о продвижении, а думайте о том, как налаживать коммуникации с потребителями.

Также отдельный интерес представляет концепция 4R, которая сформировалась ввиду развития персонального маркетинга. Идея 4R, как и концепция 4C, имеет два набора элементов и, соответственно, две трактовки:

1) Согласно варианту Дона Шульца 4R содержит описывает факторы: Relevance (релевантность), Respond (реакция), Relation (отношение), Return (вознаграждение).

2) Согласно версии Эллиота Эттенберга концепция 4R состоит в следующем: Relation (отношение), Retrenchment (экономия), Relevance (релевантность), Reward (вознаграждение).

В обоих случаях модель 4R направлена на формирование доброжелательных отношений между потребителями и производителями. В сравнении с вышерассмотренными теориями, концепция 4R характеризуется большей устойчивостью и динамичностью.

Некое сочетание направленности на продажи товара и на потребителя наблюдается в модели 4A: acceptability (соответствие запросам покупателя), affordability (ценовая доступность продукта), availability (наличие продукта в продаже), awareness (осведомленность покупателя о продукте).

Особо ярко выделяется модель 4E. Данная модель направлена на эмоциональное и этическое воздействие на потребителя, рассматривается как гуманистическая модель. При этом она не может реализовываться в отрыве от базовой концепции (4P, 4C и т. д.). Модель 4E включает следу-

ющие переменные: ethics (этика), esthetics (эстетика), emotions (эмоции) и eternities (преданность).

Подводя итог, стоит сказать, что перечень концепций вовсе не ограничивается рассмотренным их количеством в работе. Существует множество других самостоятельных моделей, а также их соединений. При этом стоит подчеркнуть, что каждая концепция маркетингового микса имеет ряд преимуществ и недостатков. Динамичное развитие всех сфер жизнедеятельности человека влечёт за собой трансформацию комплекса маркетинга, при этом часто возникающие теории могут характеризоваться несамостоятельностью модели, нецелесообразным выделением отдельных переменных в качестве независимых, а также необоснованно рассматривают либо не учитывают неуправляемые переменные. По мнению автора классическая модель 4P является наиболее оптимальной и действенной, сочетание простоты и эффективности которой подтверждается более чем 50-летним опытом её применения.

### Библиографический список

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2012. – 752 с.
2. Полиенко М. А. Комплекс маркетинга // Свободная энциклопедия маркетинга Marketopedia.ru. 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>.
3. Черенков В. И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга // Вестник Санкт-Петербургского университета, серия 8. – 2004. – Вып. 2, № 16. – С. 3–32.

## МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

**Е. А. Пономарева**  
**Ф. А. Тлимахова**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
студент,  
Северо-Кавказский федеральный  
университет, г. Ставрополь, Россия*

---

**Summary.** This article examines the contradictions of the educational system of the Russian Federation, the new education specific educational services market differences. Just consider the difficulties encountered in the process of evaluating the result of educational activities.

**Keywords:** marketing; educational service; educational standards; the market of educational services; educational marketing.

---

Маркетинг является организационной функцией и совокупностью процессов предоставления, создания и продвижения услуги или продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

Стремительное развитие рынка образовательных услуг в настоящее время делает наиболее актуальной задачу развития образовательного маркетинга и предварительного проведения маркетинговых исследований в сфере образования. Определение особенностей маркетинга в сфере образования требует учета как специфики, сущности и этапа становления образовательной деятельности, на котором на данный момент находится современная система образования Российской Федерации [1, с. 47].

Сейчас образовательная система Российской Федерации довольно противоречива. Данные противоречия проявляются в следующем:

- отсутствие баланса между платным и бесплатным образованием на каждом уровне (дошкольном, школьном, средне-специальном и высшем);
- изменение в структуре спроса на существующие образовательные услуги, а именно появление высокого спроса на высшее образование, падение спроса на средне-специальное и дошкольное образование, что связано с демографической ситуацией, сложившейся в настоящее время в стране;
- нехватка квалифицированной рабочей силы в области современного маркетинга, в то время как сфера образования может подготовить или при необходимости переподготовить специалистов [4, с. 3].

Современные образовательные услуги направлены на всестороннее развитие личности, как получение навыков и умений, так и интеллектуальное и физическое развитие, в тоже время воспитание определенных качеств у получателя образовательных услуг. Все это помогает расширить возможности учреждений, осуществляющих свою деятельность в сфере образования по привлечению определенных групп потребителей.

С противоположной точки зрения, в случае принятия образовательным учреждением концепции маркетинга в образовательную деятельность оно будет обязано принимать и исполнять все потребности покупателей образовательных услуг данного учреждения. Таким образом, на сегодняшний день наиболее актуальным является потребность в восстановлении системы воспитания в вузах, школах и ДООУ Российской Федерации [2].

Информационный дисбаланс, образовавшийся на рынке образовательных услуг является не последним аспектом для определения маркетинга в сфере образования. При условии ежегодного недофинансирования учреждений образования, маркетинговая деятельность может быть направлена только на получение дополнительной прибыли от получателей образовательных услуг [4, с. 4–5].

Трудности, возникшие в процессе оценки результата образовательной деятельности заключается в том, что:

1. Результат довольно долгий, с момента покупки услуги в области образования до момента применения полученных умений, навыков и знаний.
2. Оценка результата покупателей довольно субъективна: люди, получившие первое высшее образование, производят оценку своей удовлетворенности лишь в получении легкости от сдачи экзаменов, но люди, по-

лучающие второе и последующее высшее образование, производят оценку образовательной услуги с точки зрения профессионализма преподавателей и содержания полученных знаний и навыков [1, с. 33].

Перестроение системы образования на уровень рыночных отношений способствует использованию концепции маркетинга в управлении учреждениями образования, впрочем, из практики видно, что это сильно сдерживается:

- субъективными факторами, такими как нежелание руководителей учебных учреждений перестраивать свою давно сложившуюся работу;
- объективными факторами, такими как недостаток теоретического обоснования маркетинга услуг образования на различных уровнях обучения [5, с. 11–12].

Оказание платных образовательных услуг является одним из перспективных и новых видов деятельности для каждого учебного заведения, оказывающего услуги в сфере образования и именно эта ниша на рынке услуг в максимальной степени дает возможность использовать профессиональный потенциал.

Учреждения образования намного позже остальных структур в Российской Федерации нашли свое место в системе рыночных отношений. Кроме того, рынок образовательных услуг только начинает формироваться. Учреждения образования все больше нуждаются в маркетинговых решениях и организованном менеджменте [2, с. 45].

В настоящее время рынок образовательных услуг имеет характерные отличия, которые проявляются:

- в особенностях технологий, условий и содержания образовательных услуг;
- в профессиональной компетенции сотрудников учреждений сферы образования;
- в составе заинтересованных сторон рынка образовательных услуг.

Все вышеперечисленные участники рынка образовательных услуг реализуют свой интерес к сфере образования. Примером того является государство как носитель определенного государственного интереса к сфере образовательных услуг. Именно поэтому государство выступает в данной ситуации как проводник и как разработчик политики в области услуг образования. Власть в данной ситуации становится так называемым административным ресурсом, который в свою очередь дает возможность государству удовлетворять и четко формулировать свои, государственные интересы. Примером этого служит поддержка лидеров образования, стимулирование экспорта образования, обеспечение улучшенных форм доступа к образованию [5, с. 9–11].

Уже сейчас есть все предпосылки для плотного сотрудничества заинтересованных сторон рынка услуг образования в сферах модернизации образования Российской Федерации, как формирование нового уровня об-

разовательных стандартов и формулирование профессиональных компетенций выпускников учреждений сферы образовательных услуг [2, с. 55].

В наше время также необходимо учитывать новые образования, а именно:

- удовлетворение населения услугами образования, содержательная полнота предоставляемых услуг,
- высокий методический и технологический уровни занятий,
- уровень творческого состояние коллектива педагогов,
- привлекательность и притягательность образовательного учреждения для получателей услуг образования,
- экономическая результативность, которая проявляется в улучшении уровня финансового состояния образовательных учреждений и педагогов.

На основании вышеизложенного сформулируем вывод о том, что маркетинговый подход к совершенствованию качества образования представляет собой единство педагогических и экономических методов, которые создают систему условий, обеспечивающих практическую реализацию производства, планирования, продвижения и реализации образовательных услуг [5, с. 7–8].

#### **Библиографический список**

1. Араланов Т. А. Уточнение некоторых понятий маркетинга услуг: – М., 2014.
2. Басовский Л. К. Курс лекций по маркетингу. – М., 2013.
3. Голяроская Л. В. Анализ и оценка финансовой устойчивости образовательного учреждения. – СПб., 2013. – 249 с.
4. Кротков К. М. Управление качеством образования : учебное пособие для вузов. – М. : Миг, 2010. – С. 3–5.
5. Морозова Ю. С. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник. – М., 2011. – С. 7–101.



## V. THE THEORY OF ECONOMIC SYSTEMS MANAGEMENT



### ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИИ РЫЧАГОВ В ФИНАНСОВОМ АНАЛИЗЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

А. В. Беккер

*Студент,  
Новосибирский государственный  
университет  
экономики и управления «НИНХ»,  
г. Новосибирск, Россия*

---

**Summary.** In modern conditions it is important to conduct qualitative economic analysis. And one of important indicators of the analysis is the degree of leverage that characterize the company's risks. The article shows the importance of these indicators and gives examples of practical application of the leverage theory for the analysis of economic activity.

**Keywords:** operating; non-operating; financial; total leverage; risk; default.

---

Развитие экономического анализа, его систематическое применение в практике ведения бизнеса является залогом успешной деятельности любой компании. Финансовый анализ является важным звеном системы управления бизнесом, средством обнаружения резервов и разработки рекомендаций по их использованию.

Существует множество показателей, раскрывающих информацию о состоянии компании и результатах ее деятельности. И одним из важных элементов системы экономического анализа является определение силы рычагов для компании [7].

Показатель силы рычага характеризует риски, с которыми сталкивается компания в процессе своей хозяйственной деятельности. При этом каждому виду риска соответствует свой показатель. Традиционно выделяются операционный риск, определяемый вероятностью возникновения нарушений в производственном процессе, и финансовый риск, связанный с возможным отсутствием у компании средств, необходимых для расчетов по полученным займам. Кроме того, важным является определение величины совокупного риска как объединения всех рисков деятельности компании [3]. Соответственно, выделяют силы операционного, финансового и общего рычагов, причем чем выше сила рычага, тем выше риск для компании.

Несмотря на однозначность в определении рисков и важность рассчитываемых показателей, среди финансовых аналитиков существуют различные мнения относительно методики расчета названных показателей.

Обоснованная точка зрения по вопросу применения формул для расчета показателей была представлена в работах М. А. Алексеева и Н. Ю. Николаевой. Во-первых, для расчета силы рычагов предлагается ис-

пользовать приростные формулы, поскольку те требуют меньшего числа допущений при их применении, а значит повышают точность результатов [8]. Во-вторых, в ходе анализа при опоре на CVP-модель был выявлен еще один показатель силы рычага – внереализационный рычаг, характеризующий величину соответствующего риска [1].

Для полной характеристики положения отдельной компании с применением теории рычагов важным условием является расчет сил всех трех рычагов, а также показателя общего риска. При проведении расчетов лишь по двум показателям величины риска, операционному и финансовому рычагам, происходит серьезное упущение ценной для анализа информации. Кроме того, использование той или иной формулы при расчете силы операционного рычага дает серьезные расхождения в результате, что было проверено в ходе нескольких исследований [6]. Причем была установлена следующая закономерность: чем выше сила рычага, тем большее отклонение в результатах наблюдается при расчетах по различным методикам [2]. Отсюда происходит важность выбора правильной методики для расчета показателя.

Определение силы рычагов является необходимым и действенным инструментом анализа рисков не только для отдельной компании, но и при определении тенденций внутри отрасли. Для подтверждения данного тезиса теория рычагов была применена с целью выявления отраслевых особенностей деятельности транспортно-логистических компаний с различным уровнем комплексности оказываемых услуг [5]. Результаты работы позволили сделать важные выводы относительно специфики работы каждой из рассмотренных групп компаний. А дальнейшие исследования, основанные на показателях ликвидности и операционной эффективности, на анализе структуры средств компаний и источников их формирования только подтвердили полученные ранее результаты.

Еще более важным с точки зрения финансового анализа является возможность использования показателей силы рычагов для прогноза: определения надежности компании в будущем. В результате расчетов на основе значительных массивов данных было доказано, что существует зависимость между силой рычага (в наибольшей степени – финансового рычага) компании и вероятностью дефолта по обязательствам для этой компании [4]. В результате был получен критерий, позволяющий относить компании к той или иной группе риска надежности на основе величины их рычагов. Однако для повышения точности работы критерия необходима его конкретизация через проведение дополнительных расчетов.

Таким образом, использование показателей силы рычагов является важным этапом проведения экономического анализа, позволяющим дать как статическую, так и динамическую оценку деятельности компании, а также сделать прогноз относительно будущего положения компании. Однако качественное проведение анализа будет возможно только при серьез-

ном подходе к методологии проведения расчетов, которая во многом определяет получаемые результаты.

### Библиографический список

1. Алексеев М. А., Николаева Н. Ю. Влияние неоперационных доходов и расходов на финансовый анализ с использованием теории рычагов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1-2 (66-2). – С. 233–237.
2. Беккер А. В., Ворожбицкая Ю. В. Влияние методики расчета операционного рычага на оценку деятельности компании // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. – 2016. – Ч. 1. – С. 23–26.
3. Беккер А. В., Ворожбицкая Ю. В., Шипунова Е. Д. Взаимосвязь различных видов прибыли и рисков в теории рычагов // Гуманизация современной науки: исследования, инновации, образование: материалы XII Всероссийской научно-практической конференции (12 апреля 2016 года). – 2016. – С. 219–225.
4. Беккер А. В., Николаева Н. Ю. Оценка влияния силы рычагов на вероятность дефолта компании // Концепции фундаментальных и прикладных научных исследований: сборник статей Международной научно-практической конференции (13 ноября 2016 г., г. Омск). – 2016. – С. 24–31.
5. Беккер Р. В., Беккер А. В. Анализ деятельности 2PL и 3PL логистических операторов с применением теории рычагов // Роль и место информационных технологий в современной науке : сборник статей Международной научно-практической конференции (13 сентября 2016 г., г. Омск). – 2016. – С. 80–88.
6. Боярко К. М., Ларцева Л. А. Значимость прочих доходов и расходов в финансовом результате компании // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы. – 2016. – Ч. 1. – С. 204–207.
7. Ларцева Л. А. Роль прочих доходов и расходов в финансовом анализе на примере компаний химической промышленности // Современные технологии в мировом научном пространстве: сборник статей Международной научно-практической конференции (20 ноября 2016 г., г. Казань). – 2016. – Ч. 1. – С. 101–103.
8. Николаева Н. Ю. Анализ допущений в теории рычагов и возможности применения ее на практике // Проблемы экономической науки и практики: сборник научных трудов / под ред. С. А. Филатова; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭУ, 2016. – Том. Выпуск 2. – С. 108–119.

# ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ РЕПУТАЦИОННОГО КРИЗИСА И УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ СТЕПЕНИ ЕГО ТЯЖЕСТИ

В. Я. Нусинов

*Доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой,  
Криворожский национальный  
университет,  
академик,  
Академия экономических наук Украины,  
г. Кривой Рог, Украина*

---

**Summary.** According to the results of the analysis of literary sources stated that the literature regarding the reputational crisis in Ukraine more fragmented, and among scientists there is no unity of views on the understanding of its nature. In our opinion reputational crisis is a special, unique view of the crisis on the Ukrainian company, which is characterized by the level of trust in him, and determined performance characteristic for all kinds of crisis, including corporate. Understanding the nature of reputation crisis contributes to a better understanding of its causes, consequences and possible ways out of this type of crisis.

**Keywords:** crisis; reputation; internal reputation external reputation; the factors of reputation; reputation crisis; the assessment of the severity of reputational crisis.

---

Репутация – это комплексное восприятие деятельности компании заинтересованными лицами, сформированное в процессе проведения ними оценки наиболее важных факторов, которые отражают их интересы.

Для клиентов основными факторами, которые отражают их интересы в деятельности компании как бизнес-партнера, являются следующие: качество изготавливаемой продукции или предоставляемых услуг, скорость обработки заказов, гарантийный сервис. Для поставщиков сырья – финансовая устойчивость, платежеспособность, способность компании к поддержанию долгосрочных взаимоотношений.

Проведенный анализ литературных источников [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9] позволил сделать вывод о разночтении сущности репутационного кризиса различными учеными, что обусловило существование множества его определений.

Считаем, что литература относительно репутационного кризиса в Украине несколько фрагментирована. Часто авторы рассматривают данный вид кризиса, основываясь только на результаты его исследования зарубежными учеными без полной интеграции различных точек зрения.

По нашему мнению репутационный кризис является особым, уникальным видом кризиса для украинских компаний, который характеризуется уровнем доверия к ним, и определяется показателями, характерными для всех видов кризиса, включая корпоративный.

Считаем важным с целью оценки уровня репутации компании выделить две составляющие:

1. Внутренняя репутация компании – формируется в процессе восприятия его деятельности заинтересованными лицами, действующими на территории одной страны: внутренними заказчиками, поставщиками, другими компаниями, расположенными выше и ниже в производственной цепочке.

2. Внешняя репутация компании – формируется на основании оценок иностранных лиц, заинтересованных в его деятельности, и всегда включает поправку на репутацию страны.

Предлагаем для оценки как внутренней, так и внешней репутации использовать рейтинговый метод, суть которого заключается в выделении ряда факторов репутации, которые обобщают оценки деятельности компании основными группами заинтересованных лиц.

К факторам внутренней репутации относятся: качество изготовленной продукции (товаров, работ, услуг); срок выполнения поставленных задач; техническая возможность выполнения работ; финансовая возможность выполнения работ.

Факторы внешней репутации, кроме указанных выше, дополняются фактором, который характеризует возможность (вероятность) возврата заказа с учетом репутации страны.

Предлагаем уровень репутации компании по каждому из факторов оценивать в баллах от 0 до 100, а общий уровень ее репутации определять с использованием коэффициентов весомости, установленных экспертным путем (табл. 2, 3).

Таблица 2

**Факторы оценки внутренней репутации**

Фактор репутации	Максимальное количество баллов	Коэффициент весомости
Качество изготовленной продукции (товаров, работ, услуг)	100	0,4
Срок выполнения поставленных задач	100	0,1
Техническая возможность выполнения работы	100	0,2
Финансовая возможность выполнения работы	100	0,1

## Факторы оценки внешней репутации

Фактор репутации	Максимальное количество баллов	Коэффициент весомости
Качество изготовленной продукции (товаров, работ, услуг)	100	0,2
Срок выполнения поставленных задач	100	0,1
Техническая возможность выполнения работы	100	0,2
Финансовая возможность выполнения работы	100	0,1
Возможность возврата заказа	100	0,25

Общий уровень репутации компании объединяет как внешнюю, так и внутреннюю ее репутацию и рассчитывается по формуле:

$$P = BP \times K_{BP} + B_{нР} \times K_{B_{нР}}, \quad (1)$$

где  $P$  – общий уровень репутации компании;  
 $BP$  – уровень внутренней репутации, баллы;  
 $K_{BP}$  – коэффициент весомости внутренней репутации;  
 $B_{нР}$  – уровень внешней репутации, баллы;  
 $K_{B_{нР}}$  – коэффициент весомости внешней репутации.

Коэффициенты весомости внутренней и внешней репутации компании оцениваются по формулам:

$$K_{BP} = \frac{C_{вз}}{C_3}, \quad (2)$$

$$K_{B_{нР}} = \frac{C_{внз}}{C_3}, \quad (3)$$

где  $C_3$  – суммарная стоимость заказов компании;  
 $C_{вз}$  – стоимость заказов, выполняемых для внутреннего рынка;  
 $C_{внз}$  – стоимость заказов, выполняемых для внешних контрагентов.

Далее рассчитывается коэффициент оценки репутационного кризиса (Креп):

$$Креп = \frac{P_t}{P_6}. \quad (3)$$

$P_t$  – количество баллов в текущий момент времени;  
 $P_6$  – количество баллов в предкризисный момент времени.

Оценку степени тяжести репутационного кризиса компании предлагается осуществлять по шкале:

$K_{реп} \leq 0,5$	тяжелая степень тяжести кризиса;
$0,5 < K_{реп} \leq 0,75$	средняя степень тяжести кризиса;
$0,75 < K_{реп} < 1$	легкая степень тяжести кризиса;
$K_{реп} \geq 1$	отсутствие кризиса.

Акцентируем внимание на том, что при оценке степени тяжести репутационного кризиса компании отсутствует критическая ситуация, поскольку в Украине даже негативная репутация не способна привести к банкротству или ликвидации компании.

Репутационный кризис для компании проявляется в таком восприятии его деятельности основными заинтересованными лицами, которое приводит к неизбежным финансовым и нефинансовым потерям.

Понимание природы репутационного кризиса способствует лучшему пониманию причин его возникновения, возможных последствий и путей выхода из данного вида кризиса. Это позволит выделить особенности антикризисного управления данным видом кризиса, а также разработать соответствующие антикризисные инструменты.

#### Библиографический список

1. Charles F., Cees V. R. The Reputational Landscape // *Corporate Reputation Review*. – N 1 and 2. – P. 5–13.
2. Harlow R. F. Public relations definitions through the years // *Public Relations Review*. – 1977. – № 3 (I). – P. 49–63.
3. Kreps D., Wilson R. Reputation and imperfect information // *Journal of Economic Theory*. – 1982. – № 27. – P. 253–279.
4. Marston J. E. *The Nature of Public Relations*. – New York : McGraw – Hill, 1963. – P. 244.
5. Milgrom P. Roberts J. Predation, reputation and entry deterrence // *Journal of Economic Theory*. – 1988. – № 27. – P. 280–312.
6. Rick Reed, Melissa Agnes, Ali Ardalán, Uyen Nguyen. Reputation and crisis management techniques for the enterprise. – Sprinklr, JUNE 2014. – Электронный ресурс. Режим доступа: [https://facebookmarketingpartners.com/wp-content/uploads/2015/02/Crisis-and-Reputation-Management\\_Whitepaper.pdf](https://facebookmarketingpartners.com/wp-content/uploads/2015/02/Crisis-and-Reputation-Management_Whitepaper.pdf)
7. Yilmaz A. and Kucuk, F. The Reputation Crisis: Risk Management based Logical Framework to the Corporate Sustainability. In: M. Pomffyova, ed. *Process Management*, Croatia: Intech, Chapter 12, 2011.
8. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. – М. : Инфра, 2008. – 368 с.
9. Новиченкова Л. Деловая репутация – от системы к результату // *Управление компанией*. – 2007. – № 2. – С. 60–63.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

К. Т. Пайтаева

*Кандидат экономических наук,  
доцент,  
Институт экономики и финансов,  
Чеченский государственный  
университет, г. Грозный,  
Чеченская Республика, Россия*

---

**Summary.** In the context of the economic independence of economic actors, the role and importance of economic analysis as a single tool in the development and management decisions. Economic analysis - a set of procedures by which evaluated the current state of the organization, revealed a substantial connection and features and projected future development of the organization in the most significant aspects of the work: financial, manufacturing, market.

**Keywords:** economic analysis; competitiveness; management decisions; methods; techniques; business.

---

В условиях рыночной экономики требования к уровню экономических исследований и инструментам руководства финансово-хозяйственной деятельностью значительно возрастают. Усиливающаяся конкурентная борьба между товаропроизводителями предопределяет необходимость научного подхода к хозяйственному руководству, что позволяет предприятиям увеличивать прибыль и использовать свои конкурентные преимущества в полном объеме. Важнейшими условиями продолжения деятельности и поддержания конкурентоспособности выступают преобразования в собственности хозяйствующих субъектов и комплексное преобразование системы управления бизнесом [1, с. 4].

Постепенная интеграция нашей страны в мировое экономическое пространство и развитие конкуренции в экономике придает особую значимость проблеме повышения конкурентоспособности отечественной продукции. С момента возникновения производства и налаживания торговых отношений для производителей приоритетными являются вопросы создания новых товаров, эффективность их продвижения, разработка ассортиментных программ, оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции (в том числе её качества и цены), анализ систем распространения и стимулирования сбыта товаров, и, как следствие, оценка конкурентоспособности самого предприятия [3, с. 199].

Изучение конкурентоспособности предприятия является важнейшим элементом рыночных исследований, направленных на выработку стратегии и тактики деятельности хозяйствующих субъектов на рынке и определение правильного направления повышения технического уровня производства и качества выпускаемой продукции. Предприятие представляет собой совокупность взаимосвязанных подсистем, что дает возможность изучать механизмы действия этих подсистем в автономном режиме и затем

устанавливать критерии и параметры их взаимодействия в целом по предприятию.

За прошедшие тысячелетия прописные истины превратились в стройную теорию, а обиходные термины – в экономические категории, что в итоге образовало понятийный аппарат, служащий целям гносеологии и приращению научного знания социально-экономической природы. Особая роль в достижении этих целей отведена экономическому анализу [4, с. 11]. Экономический анализ – это комплекс процедур, с помощью которых оценивается текущее состояние организации, выявляются существенные связи и характеристики, и прогнозируется будущее развитие организации в самых существенных аспектах деятельности: финансовом, производственном, рыночном [2, с. 5].

Современная концепция экономического анализа на предприятии невозможна в отрыве от управленческой деятельности. Экономический анализ стал мощным методическим инструментом в работе менеджеров, помогая давать им обоснованные рекомендации в процессе принятия управленческих, организационных, конструктивных и технологических решений. Экономический анализ не существует изолированно от других видов деятельности, в связи с чем экономико-аналитические процедуры нередко интегрированы с другими работами: учетными, проектными, управленческими, технологическими, организационными.

Развитие рыночных отношений делает необходимым совершенствование процедуры проведения экономического анализа именно на уровне отдельных предприятий и организаций. Являясь системой взаимозависимых и взаимосвязанных элементов, предприятие закономерно привлекает повышенное внимание ученых-экономистов. Успех предприятия зависит от следующих факторов: насколько удачно оно адаптируется к внешней среде, сможет ли предвидеть и предотвратить угрозы для своего функционирования, сумеет ли занять лидирующие позиции на рынке и правильно определить перспективы своего развития. Именно выбор направления дальнейшего развития оказывает решающее влияние на позиционирование предприятия на рынке сбыта. Следует подчеркнуть, что в большей степени позиционирование относится к долгосрочной стратегии, поскольку создание позиции требует затрат времени. В современных условиях экономическому анализу отводится особая роль при решении таких задач, как экономное использование ресурсов, повышение конкурентоспособности продукции, укрепление финансового состояния предприятия, обеспечение высокого уровня рентабельности производства, разработка ценовой, учетной, ассортиментной политики.

Развитие методики экономического анализа носит не только теоретический, но и прикладной характер. В частности, приёмы анализа используются при решении многочисленных задач в области маркетинга, производственного и финансового менеджмента, оценки стоимости предприятия и др. Для обеспечения правильного и эффективного использования пред-

приятием собственных материальных, трудовых и финансовых ресурсов и резервов при дороговизне и ограниченности внутренних и внешних резервов, разнообразных трудностях инвестиционного процесса, необходимо проводить всесторонний анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия или его структурных подразделений [4, с. 12]. В условиях хозяйственной самостоятельности экономических субъектов возрастает роль и значение бухгалтерского учета и экономического анализа как инструмента при разработке и принятии управленческих решений. Система управления опирается на информационную базу предприятия, содержащую данные учета. В свою очередь, сведения бухгалтерского учета составляют основной удельный вес в информации, используемой при проведении аналитических процедур.

Недостаточное исследование проблем методологии и организации экономического анализа, его ключевой роли в управлении, а также неполное освещение результатов этих исследований и опыта проведения отраслевого экономического анализа в специальной литературе сдерживают широкое использование экономического анализа в управлении предприятиями, промышленными комплексами, региональной экономикой [4, с. 16]. Таким образом, проблемы совершенствования методов, приемов и способов экономического анализа деятельности предприятий будут оставаться актуальными ещё длительное время.

#### **Библиографический список**

1. Анопченко Т. Ю., Анисимов А. В., Пайтаева К. Т. и др. Технологии современного менеджмента: теория и практика. – Ростов н/Д : АкадемЛит, 2010.
2. Когденко В. Г. Экономический анализ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
3. Пайтаева К. Т. Маркетинговая деятельность в системе управления предприятием // Материалы международной научно-практической конференции «Новая наука: теоретический и практический взгляд», 14 июня 2016 года. – Стерлитамак. – С. 199–201.
4. Цацулин А. Н. Экономический анализ. – СПб. : Питер, 2014.

## К ВОПРОСУ О ПРИЧИНАХ КРИЗИСА ЭКОНОМИКИ РОССИИ И НЕОБХОДИМОСТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

М. Р. Таштамиров

*Старший преподаватель,  
Чеченский государственный  
университет, г. Грозный,  
Чеченская Республика, Россия*

---

**Summary.** In the article will carry out the brief summary of the main macroeconomic indicators of the country testimonial of deep structural crisis. The possible reasons of crisis are considered and the sharpest barriers in development of national economy and its exit from the developed depression are determined.

**Keywords:** crisis; stagnation; diversification of economy; reason of crisis; direction of development.

---

Экономика России как фундаментальная гарантия эффективного функционирования государства и социальной стабильности претерпевает определенные изменения в своей структуре и качественном состоянии. Такие изменения на сегодняшний день носят негативный характер и проявляются в затяжном кризисе, который начал медленно протекать с 2014 года и грозит перерасти в затяжную стагнацию или депрессию.

Многие показатели социально-экономического состояния и макроэкономики характеризуют спад экономического развития, примитивизацию экономики и углубление структурных проблем народного хозяйства. Прежде всего, это проявляется в падении ВВП на 3,7 % в 2015 году, также ожидается дальнейшее падение в 2016 году на 1,5 %, снижение промышленного производства, экспорта и импорта, реальных доходов населения, строительства, инвестиций [4]. Следует отметить, что показатель реального ВВП начал постепенно замедляться с 2010 года (4,5 %) достигнув минимума по росту в 2014 году (0,6 %). То есть в экономике, очевидно, были исчерпаны резервы роста еще в докризисный период. При этом официально причинами кризиса 2014–2015 гг. выступают международные ограничения в виде секторальных и прочих санкций по отношению к России со стороны стран ЕС, США, Норвегии, Канады, Австралии и падение цен на нефть [1].

Подобная формулировка причин, вызвавших столь затяжной кризис, кажется сомнительной в том смысле, что перечисленные события не были фундаментальными причинами кризиса, а скорее всего лишь катализаторами, ускорившими и усугубившими спад экономики при стечении негативных внешних факторов. Подобного мнения придерживается большинство исследователей данной проблемы. Так М. А. Винокуров считает, что столь значительное обесценение рубля было обусловлено внутренними причинами, внешнее воздействие (в виде санкций) лишь наложило на ситуацию и усилило негативные последствия, в результате к 2015 г. в Рос-

сии обнаружился полномасштабный экономической кризис [2]. Также экономические аналитики и эксперты сходятся во мнении, что сами санкции в чистом виде не нанесли существенного ущерба экономике по сравнению с падением цен на нефть. Так, экономист Citigroup по России и СНГ Иван Чакаров оценивает вклад санкций в падение ВВП на 10 %, а 90 % вызвано падением нефтяных цен. В конце 2014 года министр финансов Антон Силуанов оценил ущерб от санкций в 40 млрд. долл., в начале 2016 года заместитель министра экономического развития Алексей Лихачев посчитал, что убытки экономики в 2015 году от санкций и контрсанкций составили 23 млрд. евро. Международный валютный фонд в среднесрочной перспективе рассчитал потери экономики в 9 % от ВВП страны (около 115 млрд. долл.) [4]. О точности подобных прогнозов и оценок следует говорить относительно, поскольку, что именно оказывает влияние на спад экономики определить достаточно сложно. И введение санкций, и снижение нефтяных котировок произошли практически в одно время это 2–3 квартал 2014 года. Также, произвести достоверную и точную корреляцию между введением санкций и отрицательными показателями макроэкономики проблематично. С уверенностью можно утверждать лишь то, что санкции оказывают негативное влияние на состояние и дальнейшее развитие экономики России, но они не являются основополагающим барьером.

Падение цен на нефтяном рынке вызвало снижение доходов государства от продажи углеводородного сырья, это привело к падению доходов федерального бюджета, уменьшению притока иностранного капитала и его последующему оттоку из страны (153 млрд. долл. в 2014г.). Да, несомненно, снижение нефтяных котировок и запрет доступа на финансовые внешние рынки фондирования вызвало валютные проблемы в стране. Снижение объема иностранной валюты спровоцировало дефицит валютной ликвидности, повышение спроса на нее, приведшие к 100 %-ой девальвации национальной валюты, что в свою очередь привело к росту инфляции по причине удорожания импорта [6].

Однако, первопричинными все же являются структурные проблемы в экономике, которые не позволили государству мобилизовать внутренние источники для решения текущих вопросов. К подобным фундаментальным, структурным проблемам можно отнести следующие:

- Экспоненциальный рост экспортно-сырьевой зависимости в течение 25 лет («голландская болезнь»);
- Неконкурентоспособные не сырьевые отрасли экономики;
- Отсутствие инноваций;
- Деиндустриализация экономики;
- Компрадорская система во главе с олигархическим аппаратом, наращивающим экспортную зависимость в стране;
- Высокая закредитованность на внешних рынках фондирования;
- Нарастающая офшоризация собственности;
- Высокая коррупция (136 место из 174);

- Неэффективная монетарная и бюджетная политика;
- Зависимость от импорта [5].

Определять основной причиной кризиса экономики страны неблагоприятную конъюнктуру нефтяного рынка и международные ограничения недостаточно объективно, поскольку это не учитывает уязвимость экономической системы, поэтому в данном случае необходимо рассматривать не причины кризиса как влияние внешних факторов, а причины уязвимости экономики перед внешними факторами. В мировой экономике достаточно примеров, когда падение нефтяных котировок не подорвало устойчивости национальной экономики отдельных стран. Например, Норвегия с момента обнаружения газовых и нефтяных месторождений в 70-х годах сформировала устойчивую модель ресурсо-инновационной экономики благодаря экспорту углеводородного сырья. Народное хозяйство выведено на конкурентоспособный уровень, созданы стабилизационный и резервный фонд, значительно повышен уровень жизни населения и их благосостояние (Норвегия в пятерке стран с самым высоким уровнем жизни). При этом падение цен в 2014 году не вызвало подобных проблем в экономике так, как это произошло в России. Основная причина заключается в целесообразном использовании природной ренты в течение последних десятилетий, которая направлялась на индустриализацию, а сегодня с учетом внедрения инноваций на реиндустриализацию. В итоге экономика была готова к внешним вызовам в виде падения котировок на нефтяные фьючерсы, а накопленные резервы направляются на поддержание производительности труда и повышение потребительского спроса.

Для экономики в фазе стагнации важным является определение направлений по выходу из сложившейся экономической неопределенности со стороны экономического менеджмента страны. Существует уже много лет острая необходимость, и она усиливается из года в год, проведения диверсификации экономики. Об этом говорят достаточно долго как на уровне высшего блока руководства страны, так и в среде ученых и экономистов. Однако, пока никаких структурных реформ и практических сдвигов не произошло. В условиях «тучных лет» природная рента, подкрепленная высокими ценами на нефть в период супер цикла, обеспечивала повышение социальных расходов, рост потребительского спроса и наращивание инвестиций в отрасли добычи сырья и обработки сопредельных ей секторов. Это позволяло стимулировать экономический рост и усиливать зависимость экономики от топливно-энергетического комплекса, доля которого в ВВП страны в 2015 году составила 27 %, а в экспорте 63 %. Значительно увеличилась зависимость бюджета страны и от нефтегазовых доходов, их доля в 2015 году составила 43 % [3]. При таком влиянии ТЭК на экономику страны он обеспечивает занятость лишь 3,6 % населения.

Если при растущей экономике сверхдоходы не направлялись на диверсификацию экономики, так как ТЭК обеспечивал ее рост, то в фазе стагнации и кризиса эта необходимость возрастает многократно. Бездей-

ствие экономического менеджмента государства может иметь критические последствия для функционирования не только экономики, но и самого государства. Поскольку наибольшие негативные последствия от затянувшейся стагнации испытывает социальный блок, это проявляется в падении уровня жизни, снижении потребительского спроса населения и, следовательно, торговли и т. д. Наиболее неблагоприятная перспектива это перерастание кризиса из социально-экономического в политический, в виду нарастания социального напряжения.

#### Библиографический список

1. BBC. Русская служба новостей [Электронный ресурс]. URL:[http://www.bbc.com/russian/russia/2014/12/141217\\_russia\\_rouble\\_measures](http://www.bbc.com/russian/russia/2014/12/141217_russia_rouble_measures).
2. Винокуров Михаил Алексеевич Экономический кризис в России 2014 года и возможные пути его преодоления // Известия ИГЭА. 2015. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskij-krizis-v-rossii-2014-goda-i-vozmozhnyeputi-ego-preodoleniya> (дата обращения: 19.11.2016).
3. Итоги работы Минэнерго России и основные результаты функционирования ТЭК в 2015 году. Задачи на среднесрочную перспективу. Министерство энергетики РФ. Москва, 2016.
4. Счет на миллиарды: что произошло с экономикой за два года санкций. Деловое информационное агентство РБК [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/economics/20/03/2016/56eeb0869a794763d60f8dfb>.
5. Таштамиров М. Р., Ашаганов А. Ю. Ретроспектива кризисных явлений в России и пути их решения // Экономика и управление: проблемы, решения, 2016. – Т. 1. – № 4. – С. 26–35.
6. Таштамиров М. Р. Взгляд на состояние экономики России через призму «санкционных войн» // Вестник чеченского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 40–45.

## К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В КУРОРТНОМ РЕГИОНЕ

А. Ю. Яковлева-  
Чернышева

*доктор экономических наук, доцент,  
Международный инновационный  
университет,  
г. Сочи, Краснодарский край, Россия*

---

**Summary.** The article is devoted to the issues of public-private partnerships formation. Public-private partnerships are researched as an interaction mechanism between the state and the municipal government, entrepreneurial structures and other entities functioning in various sectors of the economy. It proves the urgency of their development in the resort regions of Russia.

**Keywords:** public-private partnership; entrepreneurship social aspects; state and municipal management; resort region.

---

Государственно-частное партнерство (ГЧП) как механизм взаимодействия органов государственного и муниципального управления, предпринимательских структур и других субъектов, функционирующих в экономике, получило широкое распространение во всем мире.

В научной литературе ГЧП, с одной стороны, рассматривается как принцип взаимодействия участников экономической деятельности, в первую очередь, – органов государственного и муниципального управления и предпринимательских структур, с другой стороны – как форма такого взаимодействия [1].

ГЧП в качестве принципа предполагает соблюдение государством, предпринимателями и другими участниками определенных правил взаимодействия и согласование их интересов в различных сферах экономической деятельности. Такое согласование дает им возможность достигать зачастую несовпадающие цели на основе взаимных уступок и компромиссов. Как форма ГЧП представляет собой своего рода стратегический альянс между органами власти, предпринимателями и другими заинтересованными лицами, формирующийся в целях реализации общественно значимых проектов и программ.

Основной причиной для участия органов власти в проектах ГЧП является все возрастающая потребность в общественно значимых услугах (медицинских, образовательных, коммунальных и др.), за оказание которых они несут ответственность [2]. ГЧП позволяет одновременно преодолеть несовершенства рыночного механизма и недостатки прямого регулирования государства на основе совместного использования уникальных характеристик и преимуществ, которыми обладают государственный и частный секторы экономики. Однако в России на сегодняшний день механизмы ГЧП получили недостаточное развитие. К одной из основных проблем реализации ГЧП в нашей стране можно отнести отсутствие всесто-

ронней проработки механизмов его функционирования на законодательном уровне. Также негативным фактором является недостаточный уровень квалификации государственных и муниципальных служащих, слабая консультационная поддержка реализации проектов на региональном и муниципальном уровнях, что вызывает зачастую непонимание самой сути ГЧП, подмену его предоставлением разного рода субсидий, дотаций и льгот предпринимательским структурам. К препятствиям в реализации проектов ГЧП относится и сложность прохождения конкурсных процедур для доступа предпринимателей к участию в них [3].

Тем не менее, успешное применение механизмов ГЧП на протяжении последних десятилетий в ряде ведущих стран мира доказывает, что преодоление указанных выше недостатков откроет значительные возможности по использованию преимуществ государственно-частного партнерства во всех областях экономической деятельности, и, в частности, развивающихся в курортных регионах России.

На наш взгляд, актуальность использования различных форм ГЧП в курортном регионе связана со следующими основными предпосылками:

- выраженная социальная функция предпринимательской деятельности в туристско-рекреационной сфере, являющейся основой экономики курортного региона;

- возрастающая роль экологической составляющей в туристско-рекреационной деятельности, необходимость обеспечения устойчивого воспроизводства рекреационных ресурсов;

- значительный объем инвестиций, необходимых для развития инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в курортном регионе;

- кластерное взаимодействие между субъектами, функционирующими в туристско-рекреационной сфере курортного региона.

#### **Библиографический список**

1. Яковлева-Чернышева А. Ю. Управление предпринимательством в рекреационном кластере: дисс. ... доктора экономических наук. – СПб, 2012. – 252 с.
2. Яковлева-Чернышева А. Ю. Управление развитием предпринимательских структур в рекреационном кластере : монография. – СПб: Астерион, 2010. – 199 с.
3. Яковлева-Чернышева А. Ю. Государственно-частное партнерство как инструмент оптимизации кластерного взаимодействия в рекреационной сфере // Транспортное дело России. – 2011. – № 11. – С. 120–122.



## VI. INNOVATIVE APPROACHES TO MODERN MANAGEMENT



### MANAGEMENT INNOVATIONS IN ACTIVITIES OF THE OIL & GAS CORPORATIONS: COORDINATION PROBLEMS

A. M. Borges

*Postgraduate student,  
Institute of social  
and humanitarian education,  
Moscow State Pedagogical University,  
Moscow, Russian*

---

**Summary.** There are several solutions for the management system of the oil & gas Corporation; however, sometimes the problem is not in the complete system, but in its mechanisms. The great solution is to find and to manage the efficient management innovation related to mechanism, corporate structure, etc. and also in automatic mode to help the decisions problems and the activities coordination of oil & gas Corporations.

**Keywords:** BI; DSS; innovation; management; mechanism and oil & gas.

---

The management of the corporation is the center of attention because of the consequences of its ineffectiveness. Thus, among the several industries, the oil & Gas one is the most affected by the bad management. In this sense, it is the great challenge of science to improve the coordination and control of the mechanisms within the management system (MS) through the intermediary of "Management Innovations"(MI) at the oil & gas corporations.

The (corporate) management mechanism (MM) includes compulsory components: principles and methods of management, structure and staff MS, the restrictions are appropriate to the current legislation, the methods and means of collection, storage and processing of information. There is a short definition, but at the same time somewhat one-sided, definition, according to which the MM is a totality of means and ways to prepare and carry out the control of execution of management decisions (MD) [3].

The (corporate) management mechanism (MM) – is a set of functions, methods, principles, lever, and management instruments of corporate activities, providing the solution of specific problems, in order to reach the objective of the Corporation. MM is one of the essential elements of MS and its functioning requires more modification and improvement.

The most important conditions to increase the functioning of Russian and foreign oil and gas corporations are innovations [5].

Innovations are generated randomly, often associated only with new products and its technological innovations. But effective innovation development of the Corporation assumes, that is a balance of different innovations ori-

entations - Product, Process, Marketing and Organizational" First of all, the diffusion of innovation in the Corporation should start with "heads" - namely, with its MS as "a focal point", which determines the ability and willingness of the managing subject to change, and accordingly, the possibility of implementing innovation [7].

The MS of corporations is a set of interrelated elements (mechanism, corporate structure, etc.) able to implement all the corporation management process and providing the solutions for Corporation's businesses in internal, external and integrated strategy aspect. The corporations of the oil and gas industry are using the MS standards made by the International organization for standardization (ISO).

Safety and health management is one of the vital constituents of Oil and Gas industry activities because most of the operational conditions, chemicals and end products (hydrocarbons and other compounds) associated with Oil and Gas production are well-known to pose serious safety and health threats to the workers. The aim of occupational safety and health risk management is to identify and assess safety and health hazards existing in the workplace and to define appropriate control and retrieval steps<sup>1</sup>.

#### ***IN TERMS OF THE DEGREE OF SCIENTIFIC ELABORATION***

According Chechurina Maya Nikolaevna, MI – is a successful innovation in the field of management. MI as a special kind of innovations has specific features. MI is more closely related to the personnel, than, for example, technical...

This is due to the limited ability of people to take and implement appropriate management decisions [9]

According Davydovsky F.N., all innovations are the epitome of managerial work in various elements of the overall MS. The latter includes the goals, tasks, functions, decisions, methods, styles of management, management structure, etc. [6].

MI – are new methods, or rules (amendment) in the corporate MS to reach the efficiency and the functionality of the business activities according the strategy in the business area market of the corporation.

Within the MS, there is a set of elements, however, for our object of research, the innovations of MM is a key priority among the elements of MS. The following innovations in the MM are:

- Innovation in the functionality of MM;
- Innovation in the performance of MM;
- Innovation in the mechanism of the management procedures;
- Innovation in the mechanism of the management procedures in an automated way;
- Innovation in the mechanism of quality control in the MS;

---

<sup>1</sup> Wipro technologies, Doddakannelli, Sarjapur road, Bangalore – 560 035, India // WIPRO Applying thought: Safety and health management system in oil and gas industry. M., 2013. URL: <https://www.wipro.com/documents/safety-and-health-management-system-in-oil-and-gas-industry.pdf> (date of the application: OCT 2013)

- Innovation in the training mechanism for activities related to the integrating management (IM).

- Innovation in the mechanism of quality control in an automated way in the MS;

According Bortsvadze L. N., Innovative technologies in the oil industry create the conditions for rational use of the mineral resource base, preserving the environment and increasing the consolidated budget revenues [4].

ISO standard innovations as management solutions for oil and gas corporations are focused on the economics and management of natural (mineral) and material resources in order to preserve the environment and increase revenues. The technological innovations must also be intellectual, they must be focused on the following management tools:

- In the management of innovative activities related to the mechanisms of the MS to support decision making;

- In the coordinating human resources in work activities to support decision making;

- In the control of Decentralized MS;

- In the coordination and orientation of the decentralized activities with the objective of supporting decision making for integrated solutions of the corporation. In order to increase efficiency of the activities related to the strategy of management of the Corporation and to guarantee effectively the maximization of revenues.

***IN TERMS OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL APPLICATION IN THE MS AUTOMATED MODE (AM).***

#### ***SAP for Oil & Gas Solutions***

SAP software helps oil and gas companies – Integrate enterprise operations with your standardized environment, health, and safety processes and risk MS [2].

#### ***Oracle Oil and Gas Solutions***

Oracle offers open, integrated solutions that are engineered to work together to optimize every aspect of your business.

***Oracle Business Intelligence Foundation – Oracle Business Intelligence 12 c***

*Discover New Insights* – Foster a data-driven culture with powerful, visually stunning analytics. Explore new insights and empower people across the organization to make faster, more informed business decisions [1].

Many BI-systems are using technology of last generation, but don't promote adequate integration of data, there is a short evaluation of these technological products, which have greater efficiency in terms of automation, but it is not the ideal solution for the sector. SAP and Oracle are platforms with a wide area of applications, SAP has a policy of interaction with the Human Resources to collect innovations proposed by the corporation's employees through an SAP application and Program SAP uses these suggestions to support the modification in the BI-systems as a short and temporary solution for oil and Gas Corporation.

This method can't become in a functional and successful management for corporation without the research of innovations in the MM for the structure of the DSS in the corporate management. Oracle has a more complete initial system and constantly progresses, but does not implement MI in the MM for the reality of oil and gas corporations. The integrated, internal and external management allows a comprehensive and strategic vision to make the best decisions by the board of the Corporation's management. Integrating Management (IM) - is a collection of mechanisms based on external sources of market data, which forms (adapts) the specific management methods, principles and functions, allowing the prevailing market competition. IM rationally gives the opportunity to prepare their employees in different departments in a specific focus and such a solution can be obtained in the center of decision-making by Vertical Integrated Oil and Gas Corporations.

In economic terms, multi-agent systems function as a virtual internal market in which economic agents independently make decisions based on their own economic interests. At the same time an essential element of the system. It is a mechanism of social responsibility of the agent [8].

The oil and gas corporations MS must work with the Decision Support System (DSS) with integrated data sources in all aspects relevant to the development of the businesses of the corporation and not on agent's own economic interests. The Innovations in the MM for DSS1 of each automatic MS standard by ISO, DSS2 and Integrating DSS are the innovative solutions for the appropriateness of management activities in the oil and gas corporation. (Fig. 1).

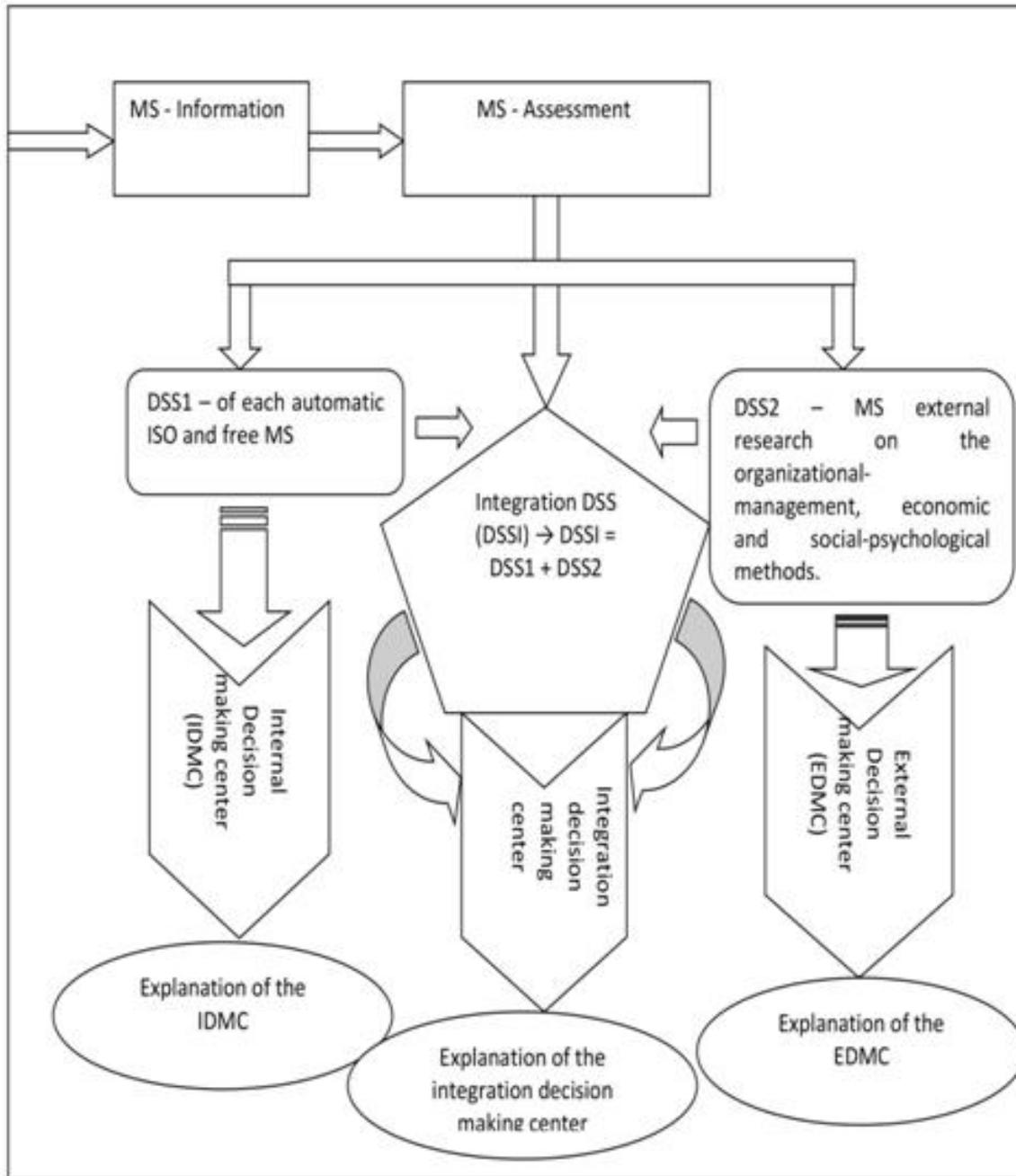


Figure 1. The structure of the DSS in the corporate management.

### ***Result of research and Directions for further research***

In this paper, it has shown the importance of the management in Oil and gas Corporation, a specifically innovation management. It has shown the correct definition for the MM and it was inserted as one of the MS elements, also it was determinate, as the research object for innovation and the possibility of its modification of functioning. It has shown that innovation management must start with

innovation in the MS to optimize innovative activities in all areas of the corporation. It has shown the correct conception for MS and it has shown how can be the ISO standards, according to the proposed innovation in the MS. It has shown the new and complete conception the innovation in the MS in terms of the degree of scientific elaboration and it has shown the proposed innovation in a scientific elaboration point of view, specifically for MM as an essential element of the MS. It has shown evaluation others innovations in the MS (MI) in terms of scientific and technological application in the MS in AM and it has concluded that they don't have adequate integration and iteration among DSS in BI-systems. It has shown the best integration of DSS as a solution for the coordination problems in the MI of oil and gas Corporations.

*It was examined the possibility further studies in these directions:*

- Management of innovations in the MM in details;
- Assessment and practical experiment of innovations in the MM;
- Corporate structure as element of the MS;
- Innovations in the MS, specifically in corporate structure;
- Research of the other MS elements and their innovations;
- Elaboration of the innovation management structure for the oil & gas corporation, including the MI;
- Elaboration of the structure of the DSS in the corporate management in details;
- Adaptation of the structure of the DSS in the corporate management through the BI-systems;
- Assessment of the implementation structure of the DSS in the corporate management in the BI-systems;
- Development of conception about the IM.

**Conclusion.** Today there is a greater tendency of development of high technology in the field of management services, therefore the innovation as a management object in order to get the most successful management for managers in Business Intelligence of oil & gas corporations, this particularity of innovation was the most important in research. The material can serve for new ideas, therefore, testing this material opens up more ways for the development of related research.

### **Bibliography**

1. Oracle > Solutions > Business Intelligence // Oracle.com: Oracle Business Intelligence 12 c. 2016. URL: <https://www.oracle.com/solutions/business-analytics/business-intelligence/index.html>
2. SAP for Oil & Gas Solutions // SAP.com: PowerPoint Presentation. 2014. URL:[http://www.sap.com/bin/sapcom/en\\_us/downloadasset.2014-12-dec-04-16.sap-for-oil--gas-creating-competitive-advantage-through-innovation-pdf.bypassReg.html](http://www.sap.com/bin/sapcom/en_us/downloadasset.2014-12-dec-04-16.sap-for-oil--gas-creating-competitive-advantage-through-innovation-pdf.bypassReg.html) (date of the application: 04-12-2014)
3. Бабеньшев С. С Совершенствование механизма управления экономической эффективностью инновационной деятельности научно-внедренческих организаций сб.

науч. тр./ Кубанский государственный университет. – М. : Ставрополь, 2011. – 188 с. – С. 41.

4. Борцвадзе Л. Н. Современное состояние, проблемы и перспективы инновационного развития нефтегазовых компаний РФ. Борцвадзе Л. Н. // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – Moscow, 2012. – № 2. – С. 336–339.
5. Гусейнов Б. М. Повышение эффективности управления в нефтегазовых компаниях: / Институт экономики Российской академии наук. – М. : Москва, 2013. – 145 с. – С. 64.
6. Давыдовский Ф.Н. Методические основы формирования типологии управленческих инноваций // научный журнал национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. 2015. – № 1. – С. 28–36.
7. Киселева О. Н. Оптимизация системы управления отечественными предприятиями на основе организационно-управленческих инноваций // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2015. – № 3. – С. 32–35.
8. Лебедев А. Н. Инструментарий принятия решений в системе децентрализованных связей экономических агентов // Современные корпоративные стратегии и технологии в России. Москва, 2016. – С. 65–68.
9. Чечурина М. Н. Концептуальные подходы разработке инновационной инфраструктуры региона // Вестник Мурманского государственного технического университета. – 2016. – № 2. – С. 543–549.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯ РФ НА ОСНОВЕ ПОВЫШЕНИЯ ИХ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**В. В. Быковский**  
**Е. В. Быковская**

*Доктор экономических наук, профессор,  
кандидат экономических наук, доцент,  
Тамбовский государственный  
технический университет,  
г. Тамбов, Россия*

---

**Summary.** This article discusses the use of the results, which are very relevant problems in the strategic management of industrial enterprise and factors strategic competitiveness. In the paper recommendations were made on ways to enhance the effectiveness of the current ways to enhance the effectiveness and efficiency of the work of the industrial enterprise on the bases the algorithm of mobilize the reserves of industrial to enhance strategic technological competitiveness, as the universal mechanism meaning a rational choice of reserves among alternatives according to their functional importance is proved, at coherence of all procedures of formation of a complex of strategy. This article focuses on the study of theoretical aspects management of enterprises and factors strategic competitiveness.

**Keywords:** strategic competitiveness; strategic management; mobilization; mechanism; reserves; industrial enterprise; competitiveness; effective; models; processes; infrastructure.

---

Особенностью современного этапа развития российской экономики является, по мнению автора статьи, повышение степени влияния на состояние промышленных предприятий совокупности внутренних факторов, что связано с замедлением интеграции российской экономики с мировым про-

странством, санкционным давлением и ограничением доступа к большей части сырьевых, финансовых и интеллектуальных ресурсов.

Решение возникающих при этом задач возможно для промышленных предприятий с помощью, путем внедрения инновационно-конкурентных технологий, процессов, под которыми мы понимаем, новые методологические подходы организации производственного процесса на предприятии, включающие в себя инновационные технологии использования экономических ресурсов всех видов, инновационные технологии средств труда, инновационные интеллектуальные технологии [1].

Для осуществления подобной рациональной реорганизации производственных процессов и, соответственно, у многих промышленных предприятий России, вопреки устойчиво сложившемуся мнению последнего времени, есть внушительный ряд предпосылок. Но достижение подобной жизнеспособной конкурентоспособности предприятия необходимо непрерывное внедрение системных инноваций, отвечающих вызовам окружающей среды, что является залогом их успешного развития в долгосрочном периоде. Особенно болезненным вопросом для российской экономики часто является степень актуальности этих инноваций (используемых инновационных технологий, квалификация персонала, наличие современных высокопроизводительных мощностей и др.)

Опираясь на мнения Дорожкиной О. К., Коршунова Е. Д., Ильичевой Е. С., Николаева П. В. и ряда других исследователей, посвященных данному вопросу, мы предлагаем выделить следующие цели инновационного развития индустриального сектора России:

- внедрение на предприятии комплексного высокотехнологичного оборудования, являющейся основой обеспечения устойчивости, прогрессивности, конкурентоспособности его производственно-сбытовой деятельности и возможности опережающего развития;

- интеграции предприятия с передовыми научно-техническими комплексами с целью реализации прогрессивных технологий, производстве высокотехнологичной продукции, финансовыми институтами, способными обеспечить инвестирование технологического развития предприятия [2];

- осуществление различных форм интеграции промышленного предприятия с организациями, промышленными предприятиями своей отрасли, научно-исследовательскими организациями, образовательными учреждениями способными повысить уровень его инновационного развития.

Из чего следует вывод, что, только при комплексном изменении всех процессов производственно-хозяйственной деятельности, реализуемых на предприятии, возможно, достичь целей его долгосрочного инновационного развития.

Решение вышеперечисленных задач, по нашему мнению, может достигнуто при помощи инструментария управления технологической конкурентоспособностью предприятия в долгосрочном периоде, что повысит эффективность инновационного развития предприятий [3].

В свою очередь, Ветрова Е. Н., в попытках обобщения, систематизации и развития представлений о стратегической конкурентоспособности (СК) в научной литературе определений рассматривает СК, как экономическую категорию и объект управления, характеризующую потенциальную способность объектов и субъектов конкурентоспособности под воздействием факторов среды сохранять и(или) усиливать свои позиции [4].

Расширяя выше представленные определения путем добавлением большего обзора возможностей повышения конкурентоспособности, используя кардинально другой подход изыскания источников конкурентоспособности, с целью большей проработки детализации решений анализируемых в исследовании проблем стратегической конкурентоспособности предприятия, мы предлагаем ввести в научный оборот понятие стратегической технологической конкурентоспособности промышленного предприятия, далее СТК.

Автор определяет СТК, как обобщенную характеристику существующего и потенциально возможного уровня развития предприятия в конкурентной среде за счет выделения неиспользуемых или недоиспользуемых групп резервов и возможностей их мобилизации в стратегической перспективе. Что предлагается осуществить с помощью внедрения комплекса предложенных автором методик мобилизации внутривозможных резервов для долгосрочного развития промышленного предприятия на основе таких факторов, как: 1) преодоления выявленной разницы между фактическим и предельно возможным результатом производственного процесса, уровнем использования технического оснащения производственных систем, 2) преодоления выявленной разницы между существующим и максимально возможным эффектом деятельности персонала предприятия, обслуживающего технологический и управленческо-технологический процессы, 3) положительным эффектом от изменения разницы между потенциально-оптимальным количеством инфраструктурных связей предприятия и их фактическим количеством, в том числе логистических, учет которых позволит повысить устойчивость долгосрочного развития предприятий в условиях нестабильной внешней среды.

Под стратегической устойчивостью конкурентных преимуществ промышленного предприятия может, по нашему мнению, пониматься способность конкурентных преимуществ обеспечивать стратегическую технологическую конкурентоспособность производственной системы при изменяющихся воздействиях ее внешней и внутренней среды [5; 6].

Рассмотрим схематически представленный процесс создания стратегической технологической конкурентоспособности промышленного предприятия поэлементно, как целую совокупность составляющих его частей (рис. 1).

В рамках модернизации промышленного предприятия в долгосрочном периоде повышение его стратегической технологической конкурентоспособности возможно за счет решения следующих задач:

- за счет реорганизации производственных процессов и освоения новых технологий;
- за счет повышения уровня развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- за счет повышение качества производимой продукции за счет;
- повышения за счет изменений реорганизации мотивационно контрольных аспектов функциональной деятельности персонала предприятия;
- за счет повышение качества обучения и привлечения кадров, в особенности, производственного персонала и менеджмента в производственной системе предприятия;
- изменение подходов к управлению предприятием, в частности, оценки текущего уровня и перспектив развития предприятия с точки конфигурации инфраструктурных связей, т. е. в виде изменения развития процессов интеграции предприятия с различными агентами экономической среды [7; 8].



В качестве основы для формирования СТК промышленного предприятия, как ключевого инновационного фактора его долгосрочного развития, автор предлагает использовать, следующие основными составляющие:

- 1) инновационные технологии основных и вспомогательных процессов производства продукции;
- 2) инновационные технологии управления персоналом, обслуживающем производство продукции, прежде всего технологический процесс;
- 3) инновационные технологии инфраструктурных связей предприятия.

Детализируя представленную на рисунке 3 схему, необходимо заметить, что под инновационно-конкурентными технологиями процессов понимаются новые методологические подходы организации производственного процесса на предприятии, включающие в себя инновационные технологии использования экономических ресурсов всех видов, инновационные технологии средств труда, инновационные интеллектуальные технологии [9; 10].

Для осуществления рациональной реорганизации производственных процессов и, соответственно, повышения СТК, необходимо изучить и оптимизировать каждый из его элементов. Рассмотрим каждую из составляющих процесса формирования СТК подробнее:

**1. Развитие промышленного предприятия на основе преодоления выявленной разницы между фактическим и предельно возможным результатом производственного процесса, уровнем использования технического оснащения производственных систем, что может быть достигнуто за счет:**

1) усовершенствования и интенсификации основных производственных технологических процессов промышленного предприятия, что обеспечит повышение производительности труда и в последствии снижения с/б производимой продукции, может быть осуществлено путем:

- преодоления необходимой потребности совершенствования производства и его организации в выявленных видах, количественных и качественных показателях;

- ликвидации выявленной степени недостаточности компьютеризации производства, например, внедрение большего числа микропроцессов, каждый из которых ориентирован на выполнение не одной, а нескольких задач;

- ликвидации выявленной степени недостаточности химизации производства, например, реализация прогрессивных химико-технологических процессов, расширение повсеместного применения разнообразных прогрессивны химических материалов, обладающих специальными свойствами (что может предоставить большие возможности для выявления внутренних резервов повышения эффективности производства) [11; 12];

2) усовершенствования и интенсификации вспомогательных производственных технологических процессов промышленного предприятия,

что обеспечит повышение производительности труда и в последствии снижения с/б производимой продукции, может быть осуществлено путем:

- разработки и внедрения усовершенствованных способов использования контрольно-измерительных и других средств определения качеств п правильности работы оборудования;

- разработки и внедрения усовершенствованных методов диагностики и устранения неисправностей, регулировки, наладки, настройки машин, механизмов, приборов, других технических устройств и объектов;

- непрерывными исследованиями и их анализом количественных и качественных зависимостей между величинами, параметрами, характеристиками технических объектов [13].

3) сокращения длительности производственного цикла, что обеспечит увеличение производительности труда и в последствии снижения с/б производимой продукции, может быть осуществлено путем:

- организацией ритмичной работы по графику, увязывающему во времени все отставания агрегатов от идеальных параметров

- ликвидацией интервалов в процессах обработки сырья и полуфабрикатов;

- переходом от периодических процессов производстве продукции к непрерывным;

- рационализацией размещения высокопроизводительного оборудования в пространстве;

- рационализацией системы планово-предупредительного ремонта оборудования

- комплексной автоматизации и компьютеризации производства продукции;

- непрерывностью транспортных операций, увеличением скоростей передвижения предметов труда и сокращением расстояний между переделами и т. д.

4) Рационализацией материально-технического обеспечения МТО (удовлетворение выявленной необходимой потребности предприятия в материальных ресурсах мы рекомендуем, выявить и ликвидировать на основе баланса МТО предприятия при учете остатков и внутренних источников обеспечения), т. е. объема требуемых материальных ресурсов, необходимых:

- для внедрения новой техники;

- для изготовления оснастки и инструмента;

- на эксплуатационные и технологические нужды;

- на создание необходимого запаса незавершенного производства;

- на образование переходящих запасов.

**2. Развития предприятия за счет преодоления разницы между существующим и максимально возможным эффектом деятельности персонала предприятия, обслуживающего технологический и управленческо-технологический процессы, что может быть достигнуто за счет:**

1) Ликвидацией разницы в планах при удовлетворении потребности в людских ресурсах.

2) Оптимальной величины набора персонала в зависимости от определенной разницы;

3) При выявленной необходимости и возможности предприятия применение мотивационных мероприятий в виде корректировки заработной платы и компенсаций:

- изменение в разработках структуры заработной платы;

- изменение в разработках компенсаций и льгот в целях мотивации персонала.

4) При выявленной необходимости и возможности предприятия профориентация и адаптация управленческого и управленческо-технического персонала, обслуживающих производственные процессы предприятия, путем:

- разработки и внедрения программ обучения персонала, адаптированных к необходимой корректировке;

- разработка и внедрение скорректированных методов перемещения работников на другие должности с изменением степени персонифицированной ответственности;

- разработка и внедрение программ, направленных на необходимое развитие способностей и управленческого персонала и т.д.

**3. Развитием предприятия за счет преодоления разницы между потенциально эффективным количеством инфраструктурных связей предприятия и их фактическим количеством, в том числе логистических, что может быть достигнуто за счет:**

1) изменение подходов к управлению предприятием, в частности, оценки текущего уровня и перспектив развития предприятия с точки конфигурации инфраструктурных связей, т. е. в виде изменения развития процессов интеграции предприятия с различными агентами экономической среды, в виде:

2) оптимизацией логистической составляющей инфраструктурных связей предприятия в размере выявленных необходимых изменений, путем:

- оптимизации транспортных издержек (направленных на корректировку выявленной разницы путем минимизации транспортных издержек в виде рационализации транспортных и связанных потоков;

- оптимизации логистики снабжения;

- оптимизации складских издержек

- оптимизации транзакционных издержек.

Рассмотрим каждый вид влияния подробнее, сформировав схематическое представление процессуальной системы макро, -мезо, -

микроуровней и уровней продукта (технологии) факторов влияния на СТК предприятия, на рисунке 2.

**Макроуровень влияния** демонстрирует предпосылки эффективного формирования СТК предприятия за счет использования факторов макросреды в первую очередь, государственной политики в долгосрочном периоде. Например, в соответствии с распоряжением правительства РФ «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» от 2 июня 2016 г. № 1083. приоритетными направлениями развития экономики России являются массовый сектор – предприятия, специализирующиеся на переработке и реализации с/х продукции и высокотехнологичный сектор – экспортно ориентированные предприятия в сферах обрабатывающего производства и предоставления услуг, которые должны обеспечить внедрение инноваций и решать задачи по диверсификации экономики и повышению ее конкурентоспособности.

Влияние этого уровня, как правило, демонстрирует степень воздействия, роль государства и степень регулирования им всех экономических процессов.

**Мезо уровень влияния на формирование СТК предприятия** основания для формирования способностей эффективно использовать отраслевые и региональные факторы, к которым могут быть отнесены региональная промышленная политика.

**К основаниям формирования СТК стратегической микроспособности**, т. е. микроуровню влияния, можно отнести:

1) влияние бизнес-процесса способность бизнес-процесса обеспечивать преимущества по издержкам и дифференциации;

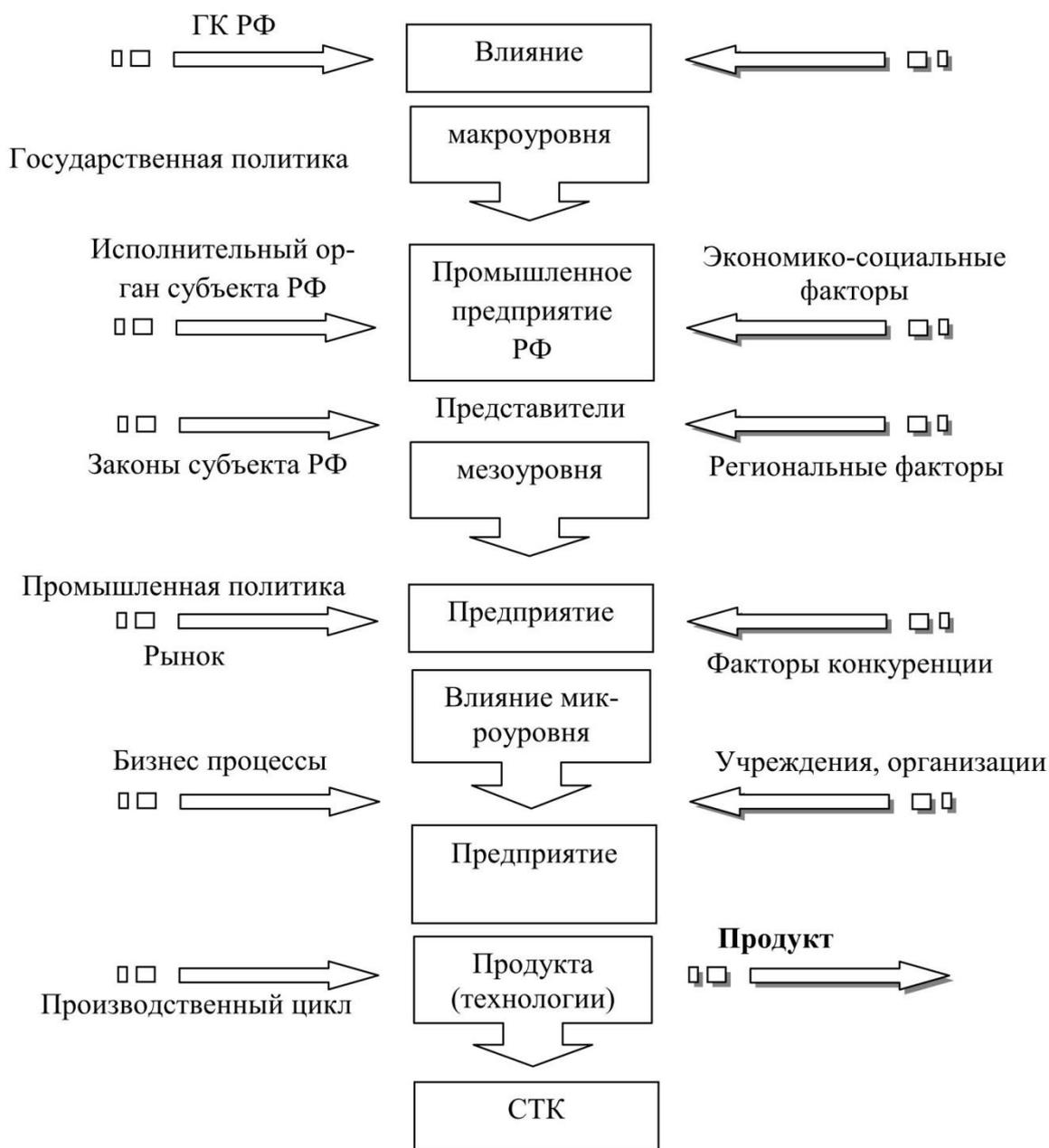
2) влияние совокупности и взаимосвязи всех бизнес-процессов предприятия обеспечивать его конкурентное превосходство.

#### **Уровень влияния продукта (технологии)**

1) Способность продукта производственной системы обеспечивать стратегические конкурентные позиции предприятия на рынке с точки зрения стратегической привлекательности продукта, которую могут составлять платежеспособность, условия взаимодоговоров на уровне заказа;

2) Способность технологии формировать стратегическую конкурентоспособность продукта промышленного предприятия в цепочке ценностей длительность производственного цикла, которую, как правило, составляют уровень трудоемкости, материалоемкости, фондоемкости, энергоемкости всех технологических циклов

Рассмотрим схематическое представление процессуальной системы макро, -мезо, -микроуровней и уровней продукта(технологии) факторов влияния на СТК предприятия, на рисунке 2.



Таким образом, можно говорить о том, что стратегическую технологическую конкурентоспособность, составляют элементы, являющиеся основополагающими принципами формирования КТП предприятия, которые можно разделить на специфические и общие. Данные принципы позволяют эффективно использовать инновационные технологии на предприятии и направляют менеджмент предприятий на создание инновационных технологий, внедрение инновационной и высокопроизводительной техники и технологий.

Таким образом, сформированная стратегическая технологическая конкурентоспособность предприятия создает новые конкурентные пре-

имущества для его долгосрочного развития предприятия в виде, в первую очередь, экономии ресурсов, сохранности информации, высокой интеллектуализации персонала, коммерциализации инноваций, увеличении вновь добавленной стоимости, и повышение конкурентоспособности предприятия в целом.

### Библиографический список

1. Басовский Л. Е. Экономика отрасли : УЧЕБН. ПОСОБИЕ. – М. : ИНФРАМ. Москва. – 2009. – 145 с.
2. Верещагина Л. С. Развитие организационно-экономического механизма промышленного предприятия на основе исследования резервов // Микроэкономика. – 2010. – № 6. – С. 63–68.
3. Горфинкель В. Я., Швандер В. А. Экономика предприятия / под редакцией. Третье издание, перераб. и доп. . – М. : ЮНИТИ. Москва. – 2002. – 725 с.
4. Грацерштейн И. М., Малинова Р. Д. Организация и планирование предприятий цветной металлургии. – М. : Издательство «Металлургия». – 1969. – С. 27–29.
5. Дорожкина О. К. Стратегическое планирование инновационного развития предприятия // Российское предпринимательство. – М. : Креативная экономика, 2011. – № 1(2). – С. 83–88.
6. Клочкова Е. Н., Кузнецов В. И., Платонова Т. Е. Экономика предприятия. – М. : Юрайт, 2014. – 448 с.
7. Козлова М. И. Системная характеристика резервов повышения эффективности деятельности предпринимательских структур в условиях рынка // Современные научные исследования и инновации. – 2012. – № 5. – С. 13.
8. Коршунова Е. Д., Николаев П. В. Повышение технологической конкурентоспособности промышленного предприятия на основе использования технологий инвестирования инновационным оборудованием // Вестник МГТУ «Станкин», 2011. – № 3(15). – С. 178–181.
9. Коршунова Е. Д., Ильичева Е. С. Метод управления инновационным потенциалом промышленного предприятия на основе системной декомпозиции структуры и оценки его элементов // Технология машиностроения, 2012. – № 6. – С. 60–64.
10. Малютин А. С. Управление резервами повышения эффективности производства на предприятиях промышленного комплекса региона: теория, методология, практика: автореф. дис.канд. экон. наук. – Чебоксары, 2010. – С. 9.
11. Рогова Е. М., Ярыгин А. И. Применение новых методов оценки инновационных проектов: модель взвешенной полиномиальной стоимости реального опциона // Инновации. – 2011. – № 7. – С. 107–111.
12. Сафронова К. А. Концепция «бережливое производство»: понимание на российских предприятиях // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 11. – С. 124–130.
13. Фатхудинов Р. А. Производственный менеджмент. – М. : Книга по Требованию, 2011. – 496 с.

# ПРОГРЕССИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ

Т. И. Николаева  
Т. И. Урясьева

*Доктор экономических наук, профессор,  
кандидат экономических наук, доцент,  
Российский экономический университет  
им. Г. В. Плеханова,  
г. Москва, Россия*

---

**Summary.** The article deals with the modern innovative warehouse management processes in trade and industrial enterprises. Improving the effectiveness of the warehouses in the expansion of their spheres of activity and increasing competition is the main task of modern warehouses. One of the ways of decision of tasks is the use of WMS (Warehouse Management System). The authors show the problem of introduction of WMS system in warehouse management processes and provides examples of the feasibility of implementing individual technologies in warehouse logistics.

**Keywords:** WMS-system implementation; warehouse logistics; innovative technologies.

---

Глобализация рынка, расширения его границ, тесная связь рынка с потребителями и соблюдение принципов Just in Time, требуют от складов комплексного решения задач управления складскими процессами. В числе которых: получение быстрой и своевременной информации для учета поставок товаров; подготовка к приемке и отправке грузов; отслеживание продвижения груза; предложение клиентам товаров и услуг высокого качества; расширение диапазона услуг по предпродажной и послепродажной подготовке товаров к продаже; расширение границ поставок и закупок товаров [3]. Комплексный подход к решению задач управления складскими процессами обеспечивается за счет систем управления складом WMS, которые призваны поддерживать операционные нужды современного склада и обеспечивать автоматизированное управление объектом [1]. Большинство WMS-систем решают необходимые задачи по управлению складом на достаточно высоком уровне. По существу WMS является классической системой детального планирования и контроля исполнения отдельных складских операций. По оценкам экспертов в России представлено более 40 разновидностей систем управления складом с различным ценовым и функциональным уровнем.

В период 2009–2014 рынок систем управления складом быстро развивался. Кризис 2015–2016 гг. привел к сокращению спроса на WMS-системы по причине снижения инвестиций в строительство складских сооружений и оснащение их современным оборудованием. В то же время специалисты данного рынка считают, что он имеет привлекательные перспективы развития за счет расширения спроса на данную продукцию розничных компаний, а также профессиональных логистических операторов и складских девелоперов [4].

Рынок систем управления складом развивается за счет внедрения инновационных продуктов. Значимыми технологическими инновациями, по мнению экспертов, являются технологии Pick-by-Voice и Pick to light, RFID, мобильные технологии, двухмерное штрихкодирование, интеграция с другими системами. Инновацией в складских технологиях являются полностью роботизированные склады (не предполагающие человеческого труда). Это дорогие технологии и использоваться они будут, на наш взгляд, там, где требуется нивелировать влияние человеческого фактора, например, при хранении вредной или скоропортящейся продукции.

Технология Pick-by-Voice получила признание, как система голосового отбора, которая весьма доступна по цене и имеет значительный потенциал для оптимизации процессов. Pick to light – система безбумажного отбора, которая базируется на оборудовании европейского производителя Pick to light Systems. Система повышает эффективность логистических процессов на складских комплексах и в дистрибьюторских центрах любых типов, а также на производственных линиях сборки [8].

Массовое применение технологии RFID сдерживают высокие цены. Именно цена препятствует развитию RFID как на российском, так и на мировом рынке. Ведущие консультационные компании, такие как Garther, Forrester считают, что данная технология не получит широкого развития. Для большинства складов различных типов наиболее перспективными считаются мобильные технологии. При автоматизации небольших складов использование более дешевых мобильных устройств является оправданным. Традиционные полнофункциональные ТСД (терминалы сбора данных) стоят около 1,5–2 тысяч евро за единицу. Для крупных компаний это вполне приемлемо и обоснованно, так как здесь большой грузооборот и большая клиентская база. Для складов площадью менее 2–3 тысяч кв. метров есть прямой смысл использовать устройства стоимостью 300–500 евро.

С расширением и обновлением ассортимента товаров, появлением новых производителей и поставщиков товаров, в ближайшем будущем, будет востребована технология двумерного штрих-кодирования, которая позволяет закодировать гораздо большее количество информации, чем широко распространенные линейные коды EAN-13. В логистике перспективными будут те технологии, которые позволят сократить время на приемку и отгрузку товара, обработку паллет и т. д. [3].

В России реализуется проект внедрения отечественной системы управления складом Lead WMS компании Logistix. Применение данной системы на складском комплексе компании «Велес Групп», которая является дистрибьютером продуктов питания и напитков в г. Чехове Московской области привело к увеличению производительности его работы на 22 %. [6].

На складах разной площади и сферы деятельности, где Lead WMS используется на протяжении нескольких лет, повышение эффективности при выполнении отдельных операций составляет от 25 % до 200 %. Например, при приемке товаров средняя производительность увеличилась

на 70 %, при размещении грузов с помощью подъемного транспортного оборудования на 25 %, при штучном наборе товаров на 200 %. Применение радиотерминала и WMS системы увеличивает скорость выполнения операции по приемке грузов более чем на 30 % [6].

При внедрении WMS-системы в практику управления складскими процессами возникает ряд проблем. Так, проблема интеграции WMS с другими системами. Если традиционно WMS-системы интегрируются с бухгалтерскими программами и ERP-решениями, то сейчас также стали актуальны консолидированные решения для торговых предприятий, оказывающих также услуги ответственного хранения, что дает им дополнительные возможности для получения стабильного дохода. Также актуальна интеграция WMS-систем в более крупные комплексы, обеспечивающие деятельность в рамках цепочек поставок [2].

Также серьезной проблемой, которая может возникнуть при внедрении WMS – систем является выбор вида системы руководством компании. В настоящее время существует три вида систем: «коробочные» с набором базовых функций, адаптационные и заказные [6]. Важно подготовить предприятие к внедрению WMS системы, начиная со стадии формирования проектной команды со стороны заказчика и подрядчика до стадии подготовки склада к внедрению и освоению WMS. Прежде чем приступить к выбору вида WMS-системы, которая позволит решить задачи компании по управлению складскими операциями, руководству компании необходимо ясно представлять, какие задачи должен выполнять склад, какие операции необходимы для выполнения обязательств перед клиентами и насколько существующая складская технология позволяет решать стоящие перед компанией задачи. Разработка складской технологии по заданию заказчика позволит сформировать требования к системе управления складом.

При выборе WMS-системы для своего склада необходимо принимать во внимание, что практически любая из подобных программ обеспечивает выполнение основных операций: приемка товаров, размещение на местах хранения, подбор заказа, отгрузка товара, кросс-докинг и т. д. В то же время не во всех программах имеется возможность вести учёт товаров, которые из зоны хранения направляются на наклейку стикеров и для проведения других операций перед формированием заказов для клиентов. Такие операции являются необходимыми для компаний, поставляющих товары в розничные магазины. Не все программы позволяют вести учёт работы сотрудников склада. Для определенных заказчиков крайне важна возможность оперативно выяснить причины неисполнения или некачественного исполнения задания и определения выполненного объема работ за требуемый период.

По мнению экспертов, в частности, представителей компании Lux Logistic Service и Quantum International при внедрении WMS-системы могут возникать такие факторы рисков как ошибки в постановке цели внедрения, невозможность изменения существующих бизнес-процессов, не-

компетентность рабочей группы. Также могут возникать ошибки, когда бизнес-процессы не описаны и не регламентированы, отсутствует статистическая информация (введены некорректные справочники), не налажен качественный обмен данными с существующей учетной системой компании (проблемы интеграции). В целом, учитывая все вышеизложенные сильные и слабые стороны процесса внедрения, автоматизированная система WMS необходима предприятию для снижения затрат на организацию бизнес-процессов, включая логистические. Качество работы и длительность технологического цикла влияет на складские расходы. С финансовой точки зрения возможно при использовании современной системы учета складских операций. На каждом складе должна быть система учета, детализированная, по всем операциям [5, с. 138].

Таким образом, проведенный анализ существующей системы управления логистическими системами на складах позволят констатировать, что при всех проблемах, которые существуют при внедрении рассмотренных инновационных продуктов, предприятия имеют возможности их преодоления путем использования алгоритма действий, позволяющего избежать многих ошибок. Важно организовать обучение персонала, его организационную подготовку, систему мотивации. Разработка технологии работы складского хозяйства, стратегии развития компании являются трудоемкими, но необходимыми этапами внедрения инновационных систем и технологий.

Эффективные решения по управлению складскими процессами окажут прямое влияние на величину и рентабельность активов предприятия. Управленческие решения на стыке логистических и маркетинговых приведут к ускорению оборачиваемости оборотных активов, товарных запасов, дебиторской задолженности. А это значит, что предприятие сможет эффективнее распоряжаться своими мобильными средствами, обеспечит рост прибыли за счет эффективного управления активами [7, с. 21–22].

### Библиографический список

1. Дыбская В. В. Логистика складирования. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 559 с
2. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики : учебник / под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : Проспект, 2014г. – 405 с.
3. Логистика. Искусство управления цепочками поставок / Дэймон Шехтер, Гордон Сандер; пер. с англ. – М. : Претекст, 2011. – 230 с.
4. Манжосов Г. П. Современный склад. Организация и технология. – М. : КИАЦентр, 2013. – 340 с.
5. Николаева Т. И. Рынок складской недвижимости и современные технологии складских операций : Известия УрГЭУ. – № 4 (60). – 2015.
6. Современные технологии автоматизации складских комплексов. URL:[http: customsexpert.ru](http://customsexpert.ru) (дата просмотра 14.10.2016 г.)
7. Урясьева Т. И. Финансовые технологии в маркетинге: учеб. пособие. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА – М., 2013. – 200 с.
8. Фрезели Э. Мировые стандарты складской логистики / пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 336 с.

9. Boumgarten H. Altein schafft es kaum noch einer //b in: Deutsche Ver-kehrs- Zeitung (DVZ); Sonderbeilage Logistik zum 18. Deutschen Logistik-Kongress; 55, Jahrgang:Nr.124:16.10/2001. – S. 14–15.

## ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Т. А. Першина**  
**Н. Ф. Захарова**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
магистрант,  
Институт Архитектуры  
и строительства,  
Волгоградский государственный  
технический университет,  
г. Волгоград, Россия*

---

**Summary.** Metallurgy is one of the most energy-intensive industries. The share of the cost of fuel and energy resources in the total factory cost of production is more than 30 %. The high energy consumption of metallurgical production puts on one of the first places the problem of saving energy and resources, and calls for the creation of purposeful energy-saving policy. The article discusses ways of increasing energy efficiency by the example of the metallurgical plant "Red October".

**Keywords:** energy conservation; metallurgy; energy efficiency; energy management.

---

Металлургический комбинат «Красный Октябрь» является единственным производителем сталей специального назначения в Южном Федеральном округе. Комбинат производит более 900 уникальных марок стали специального назначения и более 500 видов профилей проката, занимая при этом лидирующее положение на рынке металлургии в России и странах ближнего зарубежья.

---

*Таблица 1*

### Производство

Производство стали	<ul style="list-style-type: none"><li>• сталь высоколегированная коррозионностойкая, жаростойкая, жаропрочная;</li><li>• сталь теплоустойчивая;</li><li>• сталь для проката повышенной прочности;</li><li>• сталь инструментальная легированная и углеродистая;</li><li>• сталь подшипниковая;</li><li>• сталь рессорно-пружинная;</li><li>• сталь легированная конструкционная;</li><li>• сталь углеродистая качественная конструкционная;</li><li>• сталь углеродистая обыкновенного качества;</li><li>• сталь для армирования железобетонных конструкций.</li></ul>
--------------------	--

---

На Российском рынке производство нержавеющей марки стали комбинатом «Красный Октябрь» составляет более 50 %, продукция экспортируется в 30 стран мира.

С 2015 года пройдя квалификационные испытания холоднокатаного тонколистового проката из коррозионностойкой стали, предприятие получило право сдавать и отгружать холоднокатаный лист для авиационной и космической промышленности.

В данный момент на комбинате «Красный Октябрь» осваивается производство холоднокатаного тонколистового проката из жаропрочных сплавов, а также нержавеющей марки стали ответственного назначения, осваивается новый вид сортового проката, который используется в морском и речном судостроении.

Металлургическая промышленность не стоит на месте. На комбинате освоено производство сортового проката конструкционных марок сталей в улучшенном состоянии с нормированными механическими свойствами, получены удовлетворительные результаты при производстве закалки с отпуском высокохромистых нержавеющей марки сталей, отработана технология аустенитизации коррозионностойких марок сталей.

Осваивается технология производства высоколегированной коррозионностойкой стали, которая используется в химической, нефтегазовой промышленности, а также для изготовления высокоточного режущего инструмента.

Комбинат «Красный Октябрь» сотрудничает с научно-исследовательскими институтами в производстве новейшей броневой стали, которая используется для выпуска современной бронетанковой техники «Амата».

Металлургическое предприятие «Красный Октябрь» является крупным потребителем электрической энергии [2].

Таблица 2

**Удельные расходы тепловой энергии на отдельные виды продукции**

Наименование	2015		2016	
	Производство, т	Удельный расход, кВт*ч/т	Производство, т	Удельный расход, кВт*ч/т
Производство стали	386181,39	694	284454,99	683
Прокатное производство	263336,50	189	199434,22	210
Отделочное производство	418024,59	4	338864,95	5

### *Концепция энергосбережения на металлургическом предприятии*

Осуществление политики энергосбережения на металлургическом предприятии «Красный Октябрь» требует выполнения многофункциональных задач: организационных, правовых, технических, экологических, финансово-экономических.

К организационным относится: периодическая организация энергетических обследований с созданием и внесением изменений в энергетический паспорт; проведение тепловизионных обследований; проведение агитационной работы среди персонала в области энергосбережения.

Для обеспечения правовых задач создается и развивается внутренняя нормативная база предприятия, стандарты в области энергосбережения.

Финансово-экономическая работа в области энергосбережения заключается формированием тарифной политики, объединение учета энергозатрат в корпоративную систему бухгалтерского учета и отчетности, в оценке эффективности энергосберегающих проектов.

Решение технических задач лежит в области:

- сокращения потребления энергетических ресурсов;
- создания системы учета и управления энергоресурсами;
- совершенствования режимов работы и оптимизация параметров технологического и энергетического оборудования;
- внедрения современных технических средств и технологий, направленных на интенсивное энергосбережение;
- разработки и внедрения энергосберегающих проектов и мероприятий, обеспечивающих защиту окружающей среды [7].

Для осуществления экологических задач реализуется экологическая программа, действующая в соответствии с международными стандартами ИСО 14001:2004. На комбинате «Красный Октябрь» проводится ряд природоохранных мероприятий. Одним из которых является реконструкция сталеплавильного (ЭСЦ-2). В ЭСЦ-2 проводят модернизацию дуговой сталеплавильной печи (ДСП-5), устанавливая современные системы газо и пылеулавливания. Такие меры позволят полностью исключить выбросы вредных веществ в окружающую среду. Так же устанавливают термозакалочное оборудование в производственных цехах для сокращения тепловых выбросов в атмосферу.

Основными положениями повышения энергоэффективности и рационального использования материальных ресурсов в металлургической промышленности можно считать: реализация комплексно-организационно-технических мероприятий, улучшение системы учета и контроля расхода ТЭР на всех уровнях производства (более полный мониторинг энергопотребления), согласование действий различных служб и производств, увеличение выполнений профилактических ремонтов оборудования, повышение уровня подготовки специалистов и т. п. [5].

Осуществление этих мер обычно малозатратно и окупается достаточно быстро, поэтому их реализация является первоочередной задачей. В

первую очередь следует выполнить работы по изоляции паропроводов, модернизации и реконструкции основного энергоемкого оборудования, достижению номинальной производительности и т. п. [1].

Новые высокоэффективные энергосберегающие технологии и оборудование, требующие больших инвестиций, которые могут быть реализованы на ВМК «Красный Октябрь»:

1) Модернизация системы теплоснабжения и пароснабжения предприятия. Основная цель это снижение эксплуатационных затрат на водогрейную и паровую котельные, а также центральную водоподготовительную установку и снижение затрат на покупной газ.

Для осуществления этого проекта уже реализовано: смонтированы и введены в эксплуатацию сухие механические насосы для установки вакуумирования стали УВС-130. Далее запланированы строительство современных мини котельных для обеспечения отоплением и горячим водоснабжением (ГВС) структурных подразделений комбината с учетом изменения территории предприятия.

Так же запланировано строительство двух паровых котельных малой мощности. Одна для обеспечения паром кислородной станции (пар для обеспечения безопасности и газификация кислорода). Вторая для обеспечения химически очищенной воды методической печи крупнозаготовочного стана (КЗС) и резервирование по пару системы испарительного охлаждения методической печи КЗС.

Выполнение этих мероприятий позволит вывести из эксплуатации:

- паровую котельную мощностью 120 тонн/час;
- водогрейную котельную мощностью 200 Гкал/час
- ЦВПУ (центральную водоподготовительную установку)

Что позволит снизить затраты на электроэнергию, газ и эксплуатацию.

2) Строительство печей для термообработки в цехе отделки металлопроката (ЦОМП). Запланирован демонтаж старых неэкономичных печей и строительство новых в количестве 21 шт. современных печей фирмы BOSIO. Уже строятся и вводятся в эксплуатацию.

Данное мероприятие позволит снизить затраты на газ и улучшить качество выпускаемого круглого проката.

3) Строительство закалочной печи и печи с защитной атмосферой в отделении отделки листового проката листопрокатного цеха вместо старых неэкономичных печей.

Для осуществления организационно-технических мероприятий на комбинате «Красный Октябрь» имеется электробюро по надзору за работой электрооборудования, которое занимается целевым энергетическим мониторингом, направленным на сокращение нерациональных потерь топливно-энергетических ресурсов и повышение энергоэффективности производства [6].

### *Концепция стратегического энергоменеджмента и его применение на металлургическом предприятии*

Решение задач энергосбережения на промышленном предприятии, которое является крупным потребителем электрической и тепловой энергии, основано на разработки стратегии и основных направлений энергосбережения [3]. Это позволяет создать ориентированную на конкретные цели программу. Внедрение энергоэффективных мероприятий и ресурсосберегающих технологий определяет дальнейшее развитие предприятия и обеспечивает конкурентоспособность выпускаемой продукции. Принципиально важным моментом в реализации программы энергосбережения является комплексный подход, охватывающий все виды энергоресурсов, в рамках энергетического менеджмента [4].

Для металлургического предприятия «Красный Октябрь» характерен системный подход, реализация которого осуществляется на основе международного стандарта серии ISO 50001 в области энергетического менеджмента. Стандарт серии ISO 50001 базируется на элементах, входящих в состав международных стандартах управления, ISO 14001 –экологический менеджмент, ISO 9001 – управление качеством и другие.

Одной из особенностей механизмов построения системы энергетического менеджмента, лежащих в основе стандарта, является их экологическая направленность при условии экономии ресурсов предприятий. Стандарт используется в целях сертификации, контроля текущей и стратегической деятельности и проведения аудита систем

Внедрение стратегического энергоменеджмента является одним из важнейших факторов конкурентоспособности металлургического предприятия, обеспечивающим экономию ТЭР, повышение экологических показателей производства, системность в планировании работы производственных систем предприятия, формирование положительного имиджа компании в качестве лидера в области энергосбережения.

Успешное внедрение энергетического менеджмента зависит от инициативности руководства предприятия. Необходимо поэтапно налаживать систему энергопотребления предприятия путем технического оснащения, создания структуры энергоменеджмента, обучения персонала.

#### **Библиографический список**

1. Максимчук О. В., Першина Т. А., Голикова Г. А., Борисова Н. И., Ивашова С. И. Концепция управления энергосбережением в жилищно-коммунальном хозяйстве: системный подход : монография. – Волгоград, 2015.
2. Официальный сайт АО ВМК «Красный Октябрь» <http://www.vnzko.ru/spravka.html>
3. Першина Т. А., Жипецкий А. Б. Инструменты повышения эффективности деятельности предприятий в условиях нестабильной экономики // Актуальные проблемы развития предпринимательских структур в условиях модернизации национальной экономики : сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2016. – С. 98–101.

4. Пономарева Е. Ю., Першина Т. А. Энергосберегающие технологии в России и за рубежом // Стратегия развития инвестиционно-строительного и жилищно-коммунального комплексов в условиях саморегулирования : сборник трудов III международной научно-практической конференции, посвященной 125-летию строительного образования в Республике Татарстан и 85-летию Казанского государственного архитектурно-строительного университета в 2 томах. 2015. – С. 218–222.
5. Приказ от 18 марта 2009 г. № 150 «Об утверждении стратегии развития металлургической промышленности России на период до 2020 года»
6. Фаустова И. Л. Формирование системы управления энергосбережением на промышленных предприятиях на основе создания нормативной базы: дис.... канд. экон. наук. – Орел, 2010.
7. Энергосбережение на металлургических предприятиях / Никифоров Б. И., Заславец Г. В. : монография. – Магнитогорск : МГТУ 2000.

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ

**Т. А. Першина**  
**Т. А. Тихонова**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
магистрант,  
Институт Архитектуры  
и строительства,  
Волгоградского технического  
университета, г. Волгоград, Россия*

---

**Summary.** At present, special attention of foreign and domestic scientists focused on the search for innovative approaches to improve the energy efficiency of municipal utilities, which traditionally is one of the "pain points" of the economy. Implementation of energy saving projects using energy service contracts will help in solving this problem. The article presents the results of the development schemes of the interaction energy service companies and budgetary institutions using the Fund's support of energy work.

**Keywords:** housing and communal services; energy; public sector; energy service contracts; innovation.

---

В последнее время проблема повышения энергоэффективности экономики страны часто обсуждается на государственном уровне. Рассматриваются вопросы об ограниченности природных ресурсов, изменениях в климате и т. д. Непрерывный рост цен и тарифов на энергоресурсы непосредственно отражается на производственном процессе любого предприятия, и переносятся на себестоимость, тем самым уменьшая рентабельность предприятия. Разрешение данной проблемы состоит в необходимости экономить энергию и проводить мероприятия, способствующие этому [1].

Главными источниками финансирования энергосберегающих мероприятий считаются собственные ресурсы организаций и привлеченные средства. Для бюджетных организаций источником средств выступают бюджеты разных уровней.

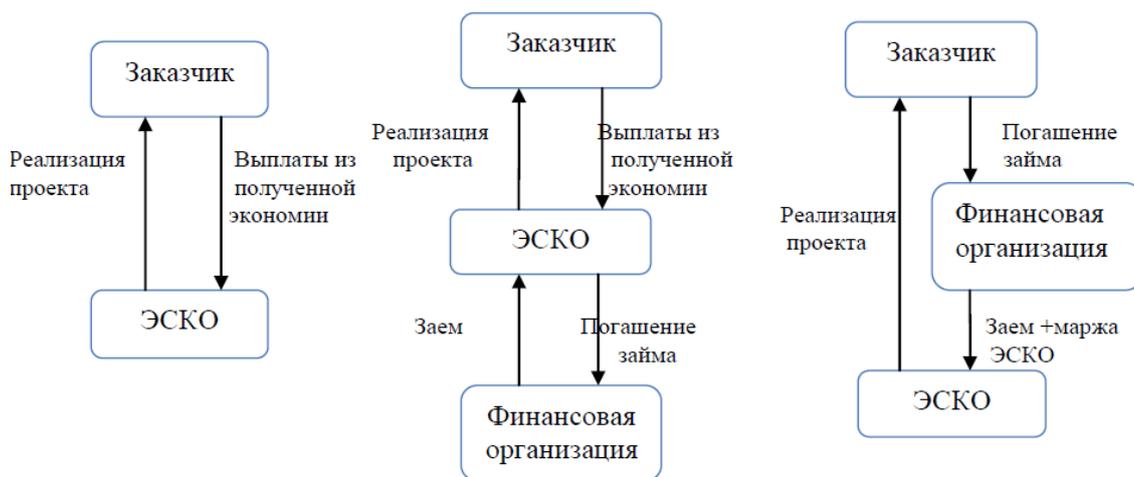
Помимо этого другими источниками финансирования энергосберегающих проектов могут быть: энергосервисные контракты, специализированные программы банков, специальные фонды содействия энергоэффективности.

Формальные и неформальные требования получения бюджетной поддержки и государственных заказов давно известны, наиболее сложным и новым считается применение энергосервисных контрактов.

Энергосервисный контракт (энергетический перформанс-контракт) — соглашение на внедрение энергосберегающих технологий. Это соглашение подразумевает осуществление специальной энергосервисной компанией (ЭСКО) комплекса работ по внедрению энергосберегающих технологий на предприятии заказчика с помощью привлеченных ЭСКО заемных средств. За привлеченные финансовые ресурсы и выполненные ЭСКО работы, оплата выполняется заказчиком после внедрения проекта с помощью средств, сэкономленных при внедрении энергосберегающих технологий.

Совокупность услуг по энергосервисному контракту содержит в себе прединвестиционный энергоаудит (определение базовых параметров энергопотребления), создание элементов финансирования и внедрения энергосберегающих мероприятий, а кроме того прогноз и доказательства итогов. Основным составляющим договора является финансирование, не требующее личных средств предприятий, и осуществление запланированных к внедрению мероприятий силами энергосервисной фирмы [2].

На практике существует три основных типа финансирования энергосберегающих мероприятий с использованием энергосервисных контрактов (рис. 1).



**Рис. 1. Основные типы финансирования энергосберегающих мероприятий с использованием энергосервисных контрактов**

1. Заключается энергосервисный договор только между заказчиком и ЭСКО, кредитная организация не принимает участие в данной сделке.

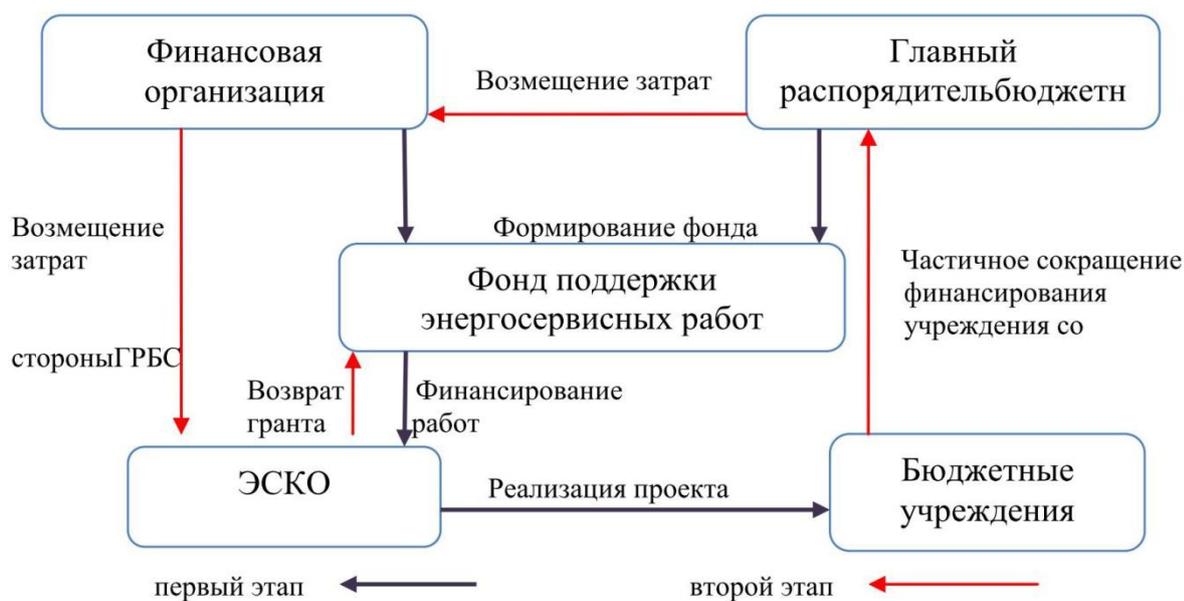
2. Трехсторонний кредитный контракт заключается, с заемщиком которым является ЭСКО, указывается целевое назначение кредита – осуществление энергетически эффективного проекта на объекте заказчика.

3. Согласно требованиям энергосервисного договора и кредитного контракта заказчик должен открыть расчетный счет в кредитной организации, которая финансирует осуществление энергоэффективного проекта, и все расчеты за используемые энергоресурсы заказчик вправе осуществлять только с этого расчетного счета [5].

Использование первой схемы на современном этапе в России практически невозможно, так как у относительно новых ЭСКО нет необходимого количества средств для выполнения всего комплекса энергосберегающих мероприятий. В основном, если заказчик — частная компания, используется вторая схема.

Согласно законодательству РФ государственные и муниципальные унитарные предприятия не могут самостоятельно принимать решения связанные с распоряжения имуществом, совершения сделок и привлечения заемных средств.

Однако, невзирая на данные преграды, применение энергосервисных договоров в бюджетной сфере допустимо, так как гражданское законодательство допускает участие муниципальных образований и унитарных предприятий в гражданско-правовых отношениях. По этой причине их взаимоотношения с ЭСКО должны выстраиваться по следующему принципу, который представлен на рисунке 2.



**Рис. 2. Схема финансирования энергосберегающих мероприятий в бюджетной сфере с использованием энергосервисных контрактов**

Согласно этой схеме, после заключения договора между ЭСКО и бюджетным учреждением, средства для оплаты проведения работ поступают из возобновляемого фонда поддержки энергосервисных работ, который финансируется и администрируется властями региона и финансовыми компаниями. После завершения работ и определения результата экономии, банк, работающий по программе энергосервисного договора, возмещает расходы ЭСКО и выплачивает определенную предварительно прибыль. Главный распорядитель бюджетных средств (ГРБС) сокращает расходы на содержание учреждения на величину экономии, сохраняя часть сэкономленных средств в распоряжении учреждения, часть экономии оставляет у себя, часть резервирует для возмещения расходов банку. ЭСКО из полученных средств возвращает грант фонда с установленным процентом за риск [4].

Договоры аналогичного рода пока не получили повсеместного распространения, главным образом вследствие не проработанности нормативной базы в части схем возврата средств, затраченных на приобретение и установку энергосберегающего оснащения. Неспособны работать по нестандартным схемам и главы предприятий ЖКХ и курирующие их государственные органы [3].

Из-за отсутствия общепризнанной методики определения результата энергосберегающих мероприятий влекут за собой дополнительные трудности в работе энергосберегающих компаний. Немало проблем возникает по тарифам в связи с осуществлением обязательств по энергосервисным договорам.

Устранение недостатков в законодательстве, создание инвестиционных стимулов и донесение информации о достоинствах энергосбережения до потенциальных заказчиков сможет помочь в ближайшей перспективе выработать полноценный рынок энергосервисных контрактов, гарантирующий энергосбережение во всех отраслях экономики России.

#### Библиографический список

1. Беляев М. К., Максимчук О. В., Першина Т. А. Управление энергозатратами на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства. – Волгоград : ВолгГАСУ, 2009. – 144 с.
2. Першина Т. А., Гец В. А. Совершенствование механизмов взаимодействия участников энергосервисного рынка РФ для реализации потенциала энергосбережения // Экономика строительства. – 2015. – № 1 (31). – С. 52–63.
3. Першина Т. А. Развитие системы управления энергозатратами на предприятиях жилищно-коммунальной сферы: дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2006. – 174 с.
4. Першина Т. А., Тихонова Т. А. Инновационные энергоэффективные технологии в отрасли ЖКХ // Современные проблемы развития техники, экономики и общества : материалы I Международной научно-практической заочной конференции / научный редактор А. В. Гумеров. 2016. – С. 201–204.
5. URL: <http://rus.ruseff.com/> (дата обращения 25.11.2016)



## VII. ACTUAL ISSUES OF LABOR ECONOMICS AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT



### СОПОСТАВЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ: АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОЛОЖЕНИЙ

**И. В. Игольникова**  
**И. А. Матюшкина**  
**О. М. Михалева**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
кандидат экономических наук, доцент,  
кандидат экономических наук, доцент,  
Брянский государственный университет  
имени академика И. Г. Петровского,  
г. Брянск, Россия*

---

**Summary.** In the article the author analyses approaches to the definition of the intellectual capital, intellectual potential and intellectual resources. The article also compares the concept of the human capital and the intellectual capital.

**Keywords:** intellectual capital; intellectual potential; intellectual resources; human capital; business reputation.

---

Вернадский В. И. в своих работах неоднократно указывал, что «будущий человеческий прогресс будет происходить в сфере знаний и разума, названной им ноосферой» и полагал, что началась эпоха, когда научная мысль уже рассматривается как некая сила, которая и определяет стихийность процесса.

Идеи Вернадского В. И. подтверждают те факты, что многие экономисты в настоящее время считают приоритетным направлением инвестирования сам интеллектуальный капитал, который участвует в создании общественных благ и в процессе участия приобретает форму капитала [5].

Объектом внимания большинства крупных предприятий становится уровень сосредоточенного у них интеллектуального капитала, а на практике в менеджменте уже выделилось отдельное направление – управление интеллектуальными ресурсами.

Вопросами управления интеллектуальным капиталом занимались многие российские и зарубежные ученые. Кратко обозначим их подходы. Грант Р. и его последователи, решающие проблему эффективного управления интеллектуальными ресурсами на предприятиях, рассматривали два важнейших фактора современной экономики: нематериальные ресурсы и работников, их использующих [1].

При этом ими отмечается тот факт, что ценность работников состоит в том, что пожизненно они являются владельцами своих профессиональ-

ных, недоступных многим, знаний, навыков и продолжают оставаться носителями многих способностей, иногда даже не осознавая этого. Следовательно, важность проблемы управления человеческими ресурсами с позиции управления их знаниями в различной форме очевидна.

Рынки ставят промышленные предприятия в такие условия, что от них требуется не столько факт самого производства товаров, сколько по большому счету, какие-то новшества в виде новых знаний. Несмотря на то, что природно-материальные ресурсы продолжают играть важную роль в производстве экономических благ ряда стран (в этом списке и РФ), тем не менее в набирающей силы «новой экономике» ресурсы знаний имеют основополагающее значение. Отстающим в уровне развития интеллектуального капитала странам в будущем придется столкнуться с проблемой поиска факторов роста. Устойчивое конкурентное преимущество обеспечивает интеллектуальный капитал [2].

Первоначально, активный интерес к изучению интеллектуальных ресурсов и их роли в экономике возник в середине XX века в связи с ускорением НТП и возрастанием роли науки в производстве. Дж. Гэлбрейт впервые ввел в научный оборот понятие интеллектуального капитала, употребив его в переписке с экономистом М. Калексом в 1969 г. При этом уже в то время он отмечал, что существует различие между интеллектуальным капиталом и «чистым интеллектом» человека. Чистый интеллект переходит в форму капитала, когда включает еще и определенную интеллектуальную деятельность.

Вопросами обоснования понятия интеллектуального капитала занимался и Т. Стюарт. В своей работе в 1991 г. «Сила интеллекта: как интеллектуальный капитал становится наиболее ценным активом Америки», он дал такую трактовку: интеллектуальный капитал есть совокупность всего того, что знают работники компании и что дает конкурентное преимущество компании на рынке [5].

Таким образом, как Т. Стюарт первый рассмотрел связь интеллектуального капитала с позициями предприятий на рынке.

В общем понимании интеллектуальный капитал рассматривается для обозначения нематериальных (неосязаемых) активов, то есть тех активов, которые определяют ключевые факторы успеха и конкурентоспособность организации.

В экономической литературе можно встретить различные определения интеллектуального капитала. Приведем некоторые из них:

- это качество рабочей силы,
- это определенный, не похожий на другие, вид ресурсов организации;
- это интеллектуальные активы, их стоимость, как запас интеллектуальных ценностей, как процесс, как подсистема капитала человеческих ресурсов.

С точки зрения Козырева А. Н., с позиции управленческого учета в управлении персоналом и нематериальными активами интеллектуальный капитал скорее используется менеджерами [5]:

- с целью формирования благоприятного имиджа организации с целью привлечения инвестиций;

- для оценки основанного на знаниях бизнеса, с целью его купли или продажи.

Несмотря на то, что пониманию интеллектуального капитала и деловой репутации нет прямой зависимости, тем не менее интеллектуальный капитал можно рассматривать как одну из важнейших составляющих деловой репутации.

Согласно теории Кулаевой Д. О., если проводить оценку по балансовому методу, то стоимость имиджа находится как разница между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и идентифицируемых нематериальных. Следовательно, деловая репутация находится в сильной зависимости от размера материальных активов, а сам интеллектуальный капитал от них не зависит.

Следует различать такие понятия как интеллектуальный капитал, интеллектуальный потенциал и интеллектуальные ресурсы [3].

Под интеллектуальным капиталом принято понимать все теоретические знания, практический опыт и особенности самих работников, которые задействованы в создании новшеств на предприятиях.

Под интеллектуальными ресурсами справедливо понимать те средства, которые предприятия создали и могут использовать в своей деятельности, например, базы данных, патенты, торговые марки, авторские права, торговые секреты, программное обеспечение, разработанные бизнес процессы, контракты с покупателями и поставщиками [3].

Под интеллектуальным потенциалом следует понимать совокупность всего того, чем обладает предприятие: рабочая сила, знания работников, их умения, опыт, навыки, информация; ресурсы, которые сформировались внутри организации за счет специфики форм и способов деятельности, особенностей процесса управления; результат и объекты интеллектуальной деятельности и все то, что приносит организации доход [4].

Э. Брукинг разбил интеллектуальный капитал организации на составные части:

- непосредственно сами рыночные нематериальные активы (все то, что определяет рыночную активность предприятия: каналы распределения, приверженность покупателей, портфель заказов, контракты и соглашения, лицензирование, франшиза и т. д.);

- интеллектуальная собственность (ноу-хау, торговые секреты, патенты, авторские права);

- человеческие активы (коллективные знания и умения, производственный опыт и т. д.);

— инфраструктура интеллектуального капитала (корпоративная культура, методы управления).

Центральным звеном в структуре интеллектуального капитала является человеческий капитал. Понятие «человеческий капитал» было введено представителями классической политэкономии Адамом Смитом и Джоном Стюартом Миллем. Они использовали собирательное понятие количества и качества человеческой способности к труду.

Согласно А. Смита, «человеческий капитал – это накопленные знания и умения членов общества, которые дают право на получение дохода».

В XX веке человеческий капитал стали уже рассматривать с коммерческой точки зрения, т. е. способность капитала приносить дополнительный доход.

Так, Г. Беккер первоначально определял человеческий капитал суммарные затраты в виде инвестиций в свое обучение и жизнеобеспечение. Рассматривал человеческий капитал как социальный фактор развития. Значительно позже под человеческим капиталом он уже рассматривал интенсивный производительный фактор экономического развития.

Такие ученые как С. Фишер, Дж. Кендрик под человеческим капиталом уже понимали воплощенную в человеке способность приносить доход.

Г. Беккер также пришел к точке зрения, что инвестиции в человеческий капитал должны обеспечить национальной экономике наибольший доход и таким образом стимулировать ее к росту. Они также определяют степень потребности в новых знаниях, инновациях в области технологий, создают мотивацию развития. Поэтому вложения в образование рассматриваются им как одна из наиболее выгодных форм вложений капитала, то есть как частичная реализация общественного интеллектуального потенциала через потенциал индивидов.

Для формирования инновационной экономики России сегодня, как никогда, возрастает роль образования, которое должно обеспечить подготовку специалистов новой формации, способных обеспечить внедрение в экономику современных наукоемких технологий, обладающих высоким уровнем ответственности перед обществом, готовых осваивать новые подходы к профессиональной деятельности.

#### **Библиографический список**

1. Андреев Ю. Н. Человеческий капитал в инновационной экономике URL: <http://regions.extech.ru/publication/andreev.doc>.
2. Голубкин В. Н., Клеева Л. П., Патока Л. В. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики - [http://www.oulink.ru/pub/business\\_obraz\\_1\\_18.htm](http://www.oulink.ru/pub/business_obraz_1_18.htm).
3. Игольникова И. В. Направления развития человеческого капитала как фактора повышения конкурентоспособности Брянской области // Проблемы инновационного развития экономики России и высшей школы : межвузовский сборник научных работ. – Брянск : Издательство БГУ, 2013.

4. Игольникова И. В., Матюшкина И. А., Михалева О. М. Анализ и оценка интеллектуального капитала предприятия: теоретический аспект // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 8 URL: <http://human.snauka.ru/2016/08/16226>
5. Интеллектуальный капитал и инновационное развитие региона : монография / И. Б. Тесленко [и др.]. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2014. – 192 с.

## КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ СОТРУДНИКОВ

А. А. Перелыгина  
Т. А. Буркова

*Студенты,  
Курганский государственный  
университет,  
г. Курган, Россия*

---

**Summary.** The article explains the importance of the human factor in the process of quality management, comprehensive assessment company employees 4 criteria, both individually and in groups, and the enterprise as a whole.

**Keywords:** human resource management; competitiveness; creativity; competence; communication; staff evaluation system.

---

Человеческий фактор оказывает определенное влияние на эффективность деятельности предприятия. С точки зрения стандарта ISO 9001: [1] человеческий фактор и управление персоналом на предприятии являются одними из ключевых элементов его системы качества. При рассмотрении квалификационных требований к сотрудникам предприятия было выявлено, что они должны быть компетентными, коммуникабельными, креативными и конкурентоспособными. Эти критерии были положены в систему оценки «4К», основанную на методе оценки «360°», [2] согласно которой работника оценивают вышестоящее, по должности лицо, нижестоящее и его коллега. Данная система оценки относится к социально-психологическому аспекту. Она была опробована на 60 сотрудниках ФБУ «Курганский ЦСМ», из которых 20 являются оцениваемым контингентом. Основываясь на принципе Парето 20/80, [3] были выявлены 10 % границы значений показателей: сотрудников-аутсайдеров и с высочайшим уровнем соответствия. Численные значения были определены по формулам:

Нижняя граница самых лучших:  $10\% \Rightarrow X_{\min} + 0,9 * (X_{\max} - X_{\min}) > Y_{\text{сл}}$ ;

Верхняя граница аутсайдеров:  $10\% \Rightarrow X_{\min} + 0,1 * (X_{\max} - X_{\min}) < Y_{\text{а}}$ ;

Средний обобщённый показатель профессиональных качеств для всей выборки оцениваемых сотрудников варьируется от 78 до 153, то есть все сотрудники Центра имеют уровень профессиональной пригодности – не ниже среднего. При этом 10 % из них имеют «высочайший» уровень профессионального соответствия, 50 % из них имеют «высокий» уровень профессионального соответствия, 35 % имеют «приемлемый» уровень профессионального соответствия, 5 % – «аутсайдеры». Аналогичный ана-

лиз был проведён по каждому отдельному блоку. Результаты оценки указывают на то, что Сотрудники Центра имеют более высокий уровень конкурентоспособности, по сравнению с уровнем креативности. Была проведена оценка профессиональной пригодности сотрудников, с учётом их «социально-должностного» статуса. Для этого, были выделены 4 группы: топ-менеджеры, менеджеры среднего уровня управления, специалисты, рабочие [5]. По 2 и 3 группам были проведены аналогичные оценки степени соответствия профессиональным качествам. С учётом принципа «постоянного улучшения», были выбраны наиболее характерные качества для каждой группы, и на основании их разработаны и предложены руководству Центра следующие мероприятия:

1) По повышению компетентности:

- установить цели и стремиться к их достижению;
- практиковаться в экстремальных видах спорта

2) По повышению коммуникабельности:

- использовать специальные (коллективные и индивидуальные) тренинги и упражнения на развитие уровня общительности.

3) По повышению конкурентоспособности:

- создать стенд с фотографиями сотрудников – в виде конкурентоспособной пирамиды, отражающий позицию каждого члена коллектива;
- организовать выездные командировки на отечественные и зарубежные предприятия – с целью повышения квалификации;

4) По повышению креативности:

- уделять внимание: освещению в помещении (оно должно быть приглушенным) и уровню шума (он должен быть умеренным).

- Фрирайтинг и принцип Эрнста Пёппеля «Час креативности». [4]

#### Библиографический список

1. Система менеджмента качества и персонал: взаимосвязь, развитие. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18741>
2. Оценка по методу «360 градусов». URL: [http://www.эффективно.ru/articles/article\\_9.html](http://www.эффективно.ru/articles/article_9.html)
3. Принцип Парето. URL: <http://fingeniy.com/princip-pareto-zakon-pareto-pravilo-2080/>
4. Перегрузка сознания: как повысить креативность. URL: <http://www.freecity.lv/obrazovanie-amp-karera/274/>
5. Формирование лидерских качеств. Качества лидера. URL: <http://pikacho.ru/kak-stat-liderom/>

## ВЫЯВЛЕНИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА К ТРУДУ

Т. А. Буркова  
А. А. Перельгина

*Студенты,  
Курганский государственный  
университет,  
г. Курган, Россия*

---

**Summary.** This article is devoted to motivation of personnel. For identification of motives of personnel to work survey of 3 groups was conducted: "Students", "Teachers", "Staff of industrial enterprises". The questionnaire consisted of 4 categories of questions: "Earnings", "Career development", "Satisfaction with a management" and "Self-realization and development".  
**Keywords:** motivation; human resource management; material motivation.

---

Хороший руководитель знает, для того, чтобы компания имела успех, необходимо уделять много внимания своим работникам, постоянно поощряя их.

Большое внимание в науке управления персоналом уделяется именно методам мотивации персонала. [1]

Для выявления мотивов персонала к труду проводился опрос 3 групп: «Студенты» 32 человека, «Преподаватели» 28 человек, «Сотрудники промышленных предприятий» 23 человека. Анкетирование проводилось с 16 октября 2016 года по 28 октября 2016 года по адресам ул. Пролетарская 62 и ул. Томина 63. Анкета состояла из 4 категорий вопросов: «Заработок», «Карьерный рост», «Удовлетворенность руководством» и «Самореализация и развитие».

Среди опрашиваемых было 53 женщины и 30 мужчин от 18–52 лет.

Проведя опрос, получили следующие результаты:

«Студенты» для этой группы на первом месте карьерный рост, на втором заработок, на третьем самореализация и развитие и на четвертом удовлетворенность руководством.

«Преподаватели» для этой группы на первом месте заработок на втором месте карьерный рост, на третьем удовлетворенность руководством и на четвертом самореализация и развитие

«Сотрудники промышленных предприятий» на первом месте удовлетворенность руководством на втором заработок на третьем месте карьерный рост и на четвертом самореализация и развитие.

Исходя из полученных данных можно сделать следующие выводы, что в трех группах есть как сходство, так и различия по степени важности четырех категорий вопросов.

Есть наиболее известные теории мотивации, которые и легли в основу образования разных видов мотивации сотрудников.

Теория Ф. Герцберга: самыми лучшими методами мотивации на предприятии являются внешние условия труда (например, деньги) и содержание труда (например, удовлетворение работой).

Теория Ф. Тейлора: работниками движут лишь инстинкты, стремление к удовлетворению потребностей физиологического уровня.

Теория Д. Макклелланда: существуют три формы человеческих мотивов: стремление к принадлежности, стремление к власти, стремление к достижению успеха.

Теория А. Маслоу: работники на предприятии удовлетворяют свои иерархические потребности, то есть, от низших к высшим [2].

Основные методы мотивации персонала в организации более качественного труда делятся на: материальные, нематериальные.

Материальная мотивация в свою очередь делится на две группы:

- 1) Система штрафов.
- 2) Система поощрений.

Методы нематериальной мотивации более разнообразны:

- 1) Похвала руководителя
- 2) Карьерный рост
- 3) Обучение за счет фирмы
- 4) Хорошая атмосфера в коллективе
- 5) Имидж компании

Каждый руководитель сам выбирает подходящие для себя материальные и нематериальные современные методы мотивации персонала организации, которые будут соответствовать его бизнесу, помогут добиться максимальной отдачи у сотрудников [3].

Как показал проведенный анализ мотивов к каждой группе нужно подходить индивидуально причем не везде будет приоритет материальной мотивации если проанализировать представленные теории мотивации, то можно выбрать разновидности материальной и нематериальной мотивации для каждой группы.

#### **Библиографический список**

1. Современные методы мотивации персонала.
2. URL: <http://motive4you.ru/work/metodi-motivacii-personala/>
3. Теория мотивации.
4. URL: <http://infomarketing.su/lichnostnyj-rost/teoriya-motivacii-gercberga/>
5. Совершенствование методов мотивации.
6. URL: [http://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a3ad78b5c53a89421216c36\\_0.html](http://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a3ad78b5c53a89421216c36_0.html)

# ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНАЯ ПРАКТИКА» ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ЗАНЯТОСТИ

Т. П. Притворова  
Г. С. Дюсембекова

*Доктор экономических наук, профессор,  
докторант Ph.D,  
НИИ регионального развития,  
г. Караганда, Казахстан*

---

**Summary.** The article presents the evaluation methodology of one of the State program «Employment Road Map – 2020» directions - youth practical training. Evaluation of social program effectiveness relies on characteristics of the participant's workplace in the process of attending the program and workplace after completion of the program (or unemployed status). The technique allows identifying a number of factors influencing the quality of the social results of the project.

**Keywords:** program; employment; workplace; evaluation.

---

Государственная программа «Дорожная карта занятости – 2020» действует в Казахстане под разными названиями с 2011 года и неоднократно меняла свое содержание, находя наиболее эффективные инструменты для воздействия на занятость населения [1].

Проект молодежная практика предназначен дать практический опыт работы выпускникам вузов и колледжей, которые не имеют такого опыта после окончания учебного заведения, т. к. почти повсеместно в стенах учебного заведения практика проходит формально и не сопровождается приобретением практических навыков деятельности на рабочем месте.

Согласно цели проекта схема движения участника проекта должна состоять из следующих этапов (рисунок 1):



Рисунок 1 – Последовательность этапов пребывания в проекте  
«Молодежная практика»

\*Составлено авторами

---

Методология оценки через призму характеристик рабочего места представлена нами следующим образом:

1) Объектом оценки является рабочее место участника программы. Разделяются два рабочих места: рабочее место в рамках проекта и постоянное рабочее место участника программы, вышедшего из проекта. Если трудоустройство после молодежной практики не состоялось или работника уволили через короткое время по субъективным причинам (объективными причинами являются: банкротство, сокращение штатов фирмы, состояние здоровья и т. п.), то фиксируется статус безработного. В противном случае статус индивида будет определен как трудоустроенный.

2) Рабочее место в рамках молодежной практики характеризуется по признаку «соответствие диплому», который принимает один из трех вариантов значений:

- соответствует специальности по диплому.
- соответствует специальности по диплому, но практиканту был предложен другой функционал, не соответствующий рабочему месту
- не соответствует специальности по диплому.

3) Место работы после окончания молодежной практики характеризуется на основе двух признаков: «соответствие рабочего места специальности по диплому» и «соответствие рабочего места навыкам и компетенциям, приобретенным на рабочем месте молодежной практики».

Результатом оценки по этой методологии будут 27 возможных траекторий пребывания в программе и в течение года после её окончания. Исходы были объединены нами в несколько блоков (Таблица 1).

Таблица 1

**Качественная характеристика конечных результатов проекта  
«Молодежная практика» (отдельные типичные кейсы по блокам)**

	Позиции в блоке	Качественная характеристика результата
Блок 1 – Место молодежной практики совпало со специальностью диплома и участие в программе (прямо или косвенно) помогло трудоустроиться (8 возможных исходов)		
1	1.1	Лучший результат проекта, в котором рабочее место прохождения молодежной практики совпало со специальностью по диплому, и по этому каналу трудоустройства участник программы впоследствии заключил контракт на работу. Это может быть то же самое рабочее место, а может быть другое, но участник программы указал на эту связь. <u>Типичный пример:</u> Инженер по контролю качества устраивается на завод по специальности, после практики заключает контракт на эту должность.
2	1.2	Результат аналогичен варианту 1.1, но действующее рабочее место участника не связано с каналом трудоустройства «молодежная практика»

Блок 2 – Место практики формально соответствовало специальности по диплому, но выполняемые функции не соответствовали (8 возможных исходов)		
	2.1	Хороший результат проекта, когда место практики по функционалу не совпадало со специальностью диплома, но действующее рабочее место было получено по каналу трудоустройства, связанным с молодежной практикой и совпадает со специальностью диплома. Навыки, которые были получены на молодежной практике, пригодились. <u>Типичный пример:</u> Эколог в процессе молодежной практики работает сначала лаборантом-аналитиком, но впоследствии устраивается по специальности в той же организации.
10	2.2	Результат аналогичен 2.1, но канал трудоустройства автономный
Блок 3 – Место практики не соответствовало специальности диплому		
17	3.1	Удовлетворительный результат: место практики не совпало со специальностью по диплому, настоящее рабочее место соответствует, получено по каналу трудоустройства, связанному с МП, и некоторые навыки, приобретенные в процессе молодежной практики, пригодились. <u>Типичный пример:</u> системотехник-программист проходила практику как менеджер по продажам, но теперь перешла на должность по специальности и трудоустроена по каналу молодежная практика и некоторые навыки работу, полученные в процессе МП пригодились
18	3.2	Результат аналогичен 3.1, но канал трудоустройства автономный
Блок 4 - Безработные		
25	1.9	Неудовлетворительный результат: проходили практику по специальности диплома, но в настоящее время безработные
26	2.9	Неудовлетворительный результат: при прохождении молодежной практики рабочее место формально совпало со специальностью по диплому, т.е. в реальности приходилось выполнять другие функции
27	3.9	Неудовлетворительный результат: место практики не совпало с дипломом и в настоящее время респондент находится в статусе «безработный»
*Разработано авторами		

Распределение участников программы, ответивших на вопросы интервью по методологии, представленной в таблице 1, и качество их результатов при прохождении через программу оказалось следующим:

- Оптимальный – 24,8 %;
- Хороший – 9,7 %;
- Удовлетворительный – 15,7 %;
- Неудовлетворительный – 49,5 %.

Результаты применения методики дали следующую качественную характеристику результатам программы:

Согласно методу оценки через характеристики рабочего места в 49,5 % случаев программа не дала удовлетворительного результата. Доля

удовлетворенных участием в программе оказалась чуть выше – 60 %, т. к. участники подчеркивали накопление знаний и навыков работы даже без результата трудоустройства на конкретное рабочее место, т.е. оценивали место практики с позиции возможности получения опыта.

Место работы по специальности на следующий год после окончания практики имеют 40,3 % участников программы. Доля трудоустроенных выше и составляет 62 %, т. е. 11,7 % устраиваются не по специальности диплома.

Одним из факторов, снижающих качество конечных результатов программы, является несовпадение места практики и специальности по диплому, которое наблюдается у 58,8 % участников программы, 22,5 % отмечают другой функционал на рабочем месте, 18,7 % участников говорят о несовпадении места практики и специальности по диплому. Можно сделать вывод, что доля неудовлетворительных исходов, изначально определенных несоответствующим местом практики составляет 10,9 % из 50,4 %.

Доля участников программы, отметивших её в качестве канала трудоустройства, составила 34,2 %, т.е. только треть участников отметила связь с практикой в любой форме (то же рабочее место, рабочее место в аффилированной организации и личные связи, появившиеся во время прохождения практики)

Доля безработных участников проекта на следующий год после его завершения составила 28,5 %.

Основные претензии участников проекта позволяют выявить его недостатки, основными из которых являются: жесткий график окончания практики календарным годом независимо от отработанного времени; малый выбор организаций и мест практики; отсутствие вакантных мест для постоянного трудоустройства в организациях – местах практики и использование практикантов как бесплатную рабочую силу; несоответствие места практики диплому и необходимость заниматься всем подряд; неудовлетворительное отношение к практиканту.

Полученные результаты позволяют разработать рекомендации для улучшения социальных результатов программы, в частности:

- Предоставление участнику рабочего места в течение положенных 6 месяцев с перерывом, если период охватывает конец календарного года.
- Возможность менять место практики, по крайней мере, один раз в течение срока;
- Отказ от участия в программе работодателей, если мониторинг показал их недобросовестное отношение к организации профессионального содержания практики участника Программы.

#### **Библиографический список**

1. Государственная отраслевая программа «Дорожная карта занятости 2020» // [www.dkz.mzsr.gov.kz/ru/node/8](http://www.dkz.mzsr.gov.kz/ru/node/8).

2. Patton, M. Q. (2001). Qualitative research and evaluation methods (3 rd. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

## ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Ю. Н. Тимофеева

*Студентка,  
Сибирский государственный  
университет путей сообщения (СГУПС),  
г. Новосибирск, Россия*

---

**Summary.** In a successful company always focuses on organized work of all its departments. The work will be considered the existing facility. To optimize warehouse space in the enterprise will be provided with recommendations. The most important rule of effective work of the warehouse is properly organized all warehouse spaces. To make it easier to analyze the process improvement plan - a graph which indicates the sum of the costs of carrying out improvements works according to the schedule, and responsible entities. For analysis and control improvements necessary to hold meetings with responsible persons and to ensure the work done in practice, to see for himself the progress or work done.

**Keywords:** warehouse; storage space; jetty; logistics.

---

Компания, которая стремится к эффективной работе своего предприятия, должна поддерживать техническое состояние производства, постоянно совершенствовать средства производства с целью оптимизации работы.

В работе будет рассмотрено существующее предприятие, находящееся по адресу г. Новосибирск, с. Ленинское (совхоз Морской) ул. 50 лет Октября, 34. Организация занимается производством хлебобулочных изделий, переработкой молочных продуктов и торговлей мясными, колбасными, хлебобулочными молочными изделиями. Также будет проведён анализ складского пространства и будут даны рекомендации по выявлению проблем, **оптимизации склада** и наведению порядка.

На любом предприятии часть площади обязательно отводится под склад, на котором происходит прием, выгрузка, хранение, переработка, погрузка и отправка грузов.

Самое главное правило эффективной работы склада – это правильно организованное всё складское пространств.



Схема № 1. Иерархия управления предприятием



Схема № 2. План производственного и складского помещения

Оптимизация складского пространства проводится в три этапа.

**Этап № 1:** Анализ склада и ресурсов на складе. Для этого нужно определить, каково состояние материальных ресурсов в настоящее время.

Для начала следует проанализировать:

- вид товара;
- количество товара;
- стоимость запаса товара в денежной единице;
- размер и количество поддонов;
- вес, высота и другие характеристики паллет и т.д.

**Этап № 2:** Определить места для хранения разного вида продукции. Необходимо произвести разделение склада по секциям хранения продук-

тов. В данном случае будет 3 небольших склада под разную продукцию и 3 складских помещения под хранения скоропортящихся продуктов.

### **Этап № 3:** Повышение производительности труда

Необходимо, чтобы работники могли быстро ориентироваться на складе. Для этого, в каждой секции хранения товара нужно разместить стеллажи так, чтобы самые быстро оборачиваемые товары, которые чаще используется на производстве, были в непосредственной близости к входу (выходу). Или же поставить стеллажи с товаром «первой необходимости» для работы там, где удобнее всего кладовщикам.

**Этап № 4:** Оценить, как взаимодействуют работники склада с другими сотрудниками организации.

Слаженная работа сотрудников разных подразделений помогает поступлению бесперебойной нужной информации и непрерывного рабочего процесса.

Необходимо сделать следующие шаги по реорганизации производственного процесса:

1. Провести опрос руководителей, работников склада с целью выяснения проблем и трудностей, возникающих при взаимодействии с другими отделами (бухгалтерия, производство, отдел продаж и т. д.).

2. Установить зоны ответственности сотрудников за складские помещения по всем видам товарных запасов.

3. Оценить, как влияет каждый отдел на потери производительности труда склада.

### **Этап № 5:** Процесс работы на складе.

Важно оценить работы непрерывности производственного процесса. Это позволит понять как оперативно и организованно работает склад.

Необходимо взять во внимание следующее:

1. Параметры внешней и внутренней инфраструктуры. В анализируемой компании, на складе одинаковый с улицей уровень пола. В этой ситуации мобильная погрузка (отгрузка) товара невозможна. Необходимая высота дебаркадера от 1000 до 1200 см. Также на складе разбитый и слабый пол, небольшая высота помещения (до 5 м). Плохо спланированные системы освещения также приводят к потерям производительности.

2. Все закоулки склада. Они, как правило, заняты неликвидами, упаковкой, старьем, остатками выставочных образцов продукции и прочими ненужными вещами. Много неликвидов появляется, если плохо налажены система учета и работа с возвратами и претензиями, а также, если на складе нет ротации продукции (годная продукция стареет и становится неликвидом). На данном предприятии это проблема особенно актуальна, поскольку для хранения разного вида продукции мало места. В частности, отключаются холодильники, где хранится колбаса из-за нестабильной подачи электроэнергии.

3. На складе должны быть определенные зоны для хранения каждого вида продукции. Одна из применяемых на практике систем такова:

- зеленый цвет – проверенный и годный товар;
- желтый – неопределенный статус;
- красный – брак.

Чтобы удобнее было анализировать процессы улучшений, составляется план-график, в котором указывается сумма затрат на проведение улучшений работ по графику, и ответственных лиц.

Предложения по улучшениям	Важность выполнения	Категория решения	Результат работы с предложением
Составить расписание работы склада (время приёмки, отгрузки, комплектации)	 (средняя)	организационное	 (принято)
Запретить приёмку некондиционного товара у поставщиков	 (невысокая)	организационное	 (отклонено)
Выровнять пол на складе, засыпать щебнем подъездные пути	(высокая) 	техническое	 (принято)
Ввести обозначения границ зон приёмки, комплектации некондиционного товара. Сделать разметку краской на полу склада	(низкая) 	техническое	 (отклонено)
Разобраться с неликвидным товаром. Сгруппировать товар и принять решения по его уценке, реализации или утилизации	 (средняя)	организационное	 (принято)
Произвести перестановку стеллажей	(высокая) 	техническое	(принятно) 

Схема № 3. План-график

Для анализа и контроля улучшений необходимо проводить совещания с ответственными лицами и, чтобы убедиться в проделанной работе на практике, увидеть сам процесс выполнения или сделанную работу. Улучшения обязательно должны быть увязаны со стратегией логистики, принятой в компании.

### Библиографический список

1. Йерун Питер ван ден Берг. Склад как конкурентное преимущество. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 336 с.
2. Комаров К. Л., Кибалов Е. Б. Транспортное освоение Сибири: стратегии XXI века. – Новосибирск : Изд-во СГУПС, 2001. – 31 с.
3. Пятаев М. В. Перспективы развития транспортно-логистических кластеров Сибири // *Фундаментальные исследования и инновации в технических университетах.* – 2009. – С. 310–311.
4. Распределение товаров в складской сети: синтез специальных процедур оптимизации / Бродецкий Г. Л., Дыбская В. В., Гусев Д. А., Кулешова Е. С. // *Логистика и управление цепями поставок.* – 2016. – № 4. – С. 15–29.
5. Склад, Логистика, Управление, Анализ / Волгин В. В., 2009.
6. Таран С. А. Как организовать склад. Практические рекомендации профессионала. – Москва : Издательство Альфа-Пресс, 2008. – 240 с.

## ПРИМЕНЕНИЕ АУТСТАФФИНГА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. В. Шатырко

*Студент,  
Северо-Кавказский  
федеральный университет,  
г. Ставрополь, Россия*

---

**Summary.** This article describes the use of staffing in the context of modern organizations. Also the definition of outsourcing and examine its specific features. There are positive and negative aspects of using this procedure in the organization.

**Keywords:** outstaffing; contractor; customer; organization; personnel management; labor market.

---

С учетом экономических условий, сложившихся на данный момент в нашей стране, для ряда компаний возникла проблема поиска эффективных механизмов работы с кадрами, которые применяются с наименьшими затратами на них.

Управление кадровыми ресурсами в компаниях на современном этапе развития сводится не только к ведению текущего документооборота, выплатам заработной платы по итогам трудовой деятельности, а также определению потребностей организации в персонале. Оно включает кадровое планирование, составление и представление документации в государственные органы, а также совокупность других операций, связанных с орга-

низацией рабочих мест, медицинским обслуживанием сотрудников, страхованием жизни, выплатой материальных поощрений, проведением маркетинга кадров, оплатой обучения и аттестацией сотрудников. Уменьшение затрат компании на величину этих и прочих подобных издержек возможно путем использования такой кадровой процедуры, как аутстаффинг.

Аутстаффинг – это вывод сотрудника за штат компании-заказчика в штат компании-подрядчика. При этом сотрудник продолжает выполнять свои трудовые функции на прежнем месте работы в рамках своих прежних обязанностей, но обязанности работодателя по отношению к сотруднику выполняет уже компания-подрядчик.

В ходе реализации процедуры аутстаффинга провайдер юридически становится работодателем предоставляемых сотрудников и берет на себя следующие обязанности:

- ведение кадровой документации;
- оформление и оплата больничных листов, отпусков;
- предоставление справок разного рода по инициативе работника;
- расчет и выплата заработной платы, а также вознаграждений;
- расчет и выплата всех налоговых отчислений в фонды РФ установленные законодательством;
- взаимодействие с государственными органами по вопросам, связанным с трудоустройством работника.

В зарубежных странах аутстаффинг возник в 60–70-е годы, но своего наибольшего распространения достиг в 90-е годы 20 века. В соответствии с информацией, предоставленной американской администрацией малого бизнеса, в период с 1980 по 2000 годы количество законодательных актов, регулирующих трудовые отношения в США, выросло на 60 %, и компании столкнулись с необходимостью тратить на оформление кадровой документации более 25 % своего рабочего времени, что являлось очень трудоёмким и затратным процессом. Поэтому аутстаффинг стал применяться для снижения издержек при делопроизводстве [1].

К 2005 году уже порядка 80 % западных предприятий перевели часть своего персонала вне штата компании. В дальнейшем у зарубежных организаций сформировалась устойчивая тенденция выведения персонала в ведомство другой организации посредством аутстаффинга.

В Россию опыт аутстаффинга впервые принесли такие крупные международные компании, как Manpower и Kelly Services. Вскоре подобные услуги стали предоставляться некоторыми российскими кадровыми агентствами, например, «Анкор» или «Метрополис». Но данные компании не позиционировали эту услугу как основную, вывод персонала за штат являлся дополнительным сервисом. Соответственно, инвестиции в ее развитие и темпы распространения массового использования аутстаффинга были достаточно малы. Этими сервисами пользовались преимущественно западные компании, имеющие в России представительства. Однако в по-

следние годы 20 века спрос на аутстаффинг начал расти. Он стал интересен уже не только для западных, но и для российских компаний.

Одной из первых профильных организаций в области аутстаффинга на российский рынок вышла компания Ventra Employment. Имея большой опыт кадровой деятельности, компания представила на рынок продукт соответствующий западным стандартам состава и качества услуги, адаптированный при этом под особенности российского рынка.

Интерес к аутстаффингу обычно возрастает в периоды кризиса и экономического спада, когда компании сталкиваются с проблемой сокращения штата без сокращения объема обязанностей, поэтому в нашей стране наиболее стремительное развитие данной отрасли было в 1998 году.

В данный момент основными потребителями услуг аутстаффинга являются компании, осуществляющие сезонные виды деятельности, организации, реализующие краткосрочные проекты, а также учреждения испытывающие потребность в высококвалифицированных сотрудниках, которых тяжело найти на рынке труда.

Проанализировав опыт современных компаний, пользующихся услугами аутстаффинга, следует отметить тенденцию увеличения популярности данного механизма, обусловленную следующими преимуществами его использования, представленных на Рисунке 1.



Рисунок 1 – Преимущества использования аутстаффинга

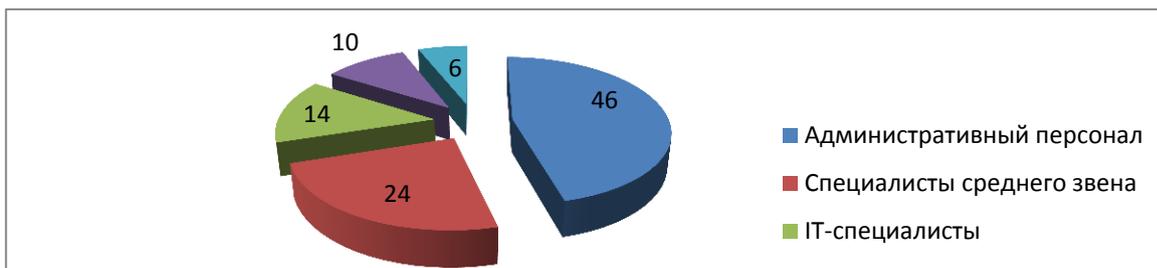
Также необходимо отметить, что помимо положительных сторон применения аутстаффинга, существуют и негативные аспекты, одним из которых является то, что для некоторых категорий персонала такой вид трудоустройства неприемлем. В ряде случаев стремление работать в престижной организации, известной и обладающей брендом, положительно влияет на самого сотрудника и его мотивацию к трудовой деятельности. Помимо этого можно выделить и следующие недостатки аутстаффинга:

- рост напряжения работников, которых переводят к другому работодателю;
- ухудшение корпоративной культуры из-за того, что некоторые работники являются теперь сотрудниками сторонней организации;
- возможное ухудшение качества конечного продукта в результате передачи части функций, выполняемых в рамках конкретных бизнес-процессов в компанию-провайдер;
- вероятность снижения уровня конфиденциальности корпоративной информации из-за доступа к ней сотрудников сторонней организации;
- возможность возрастания расходов на реализацию функций аутстаффинговой компанией, поскольку помимо непосредственной оплаты труда внештатных сотрудников организации-провайдеру нужно оплатить и его услуги, которые составляют как минимум 10% размера оплаты труда выведенного за штат персонала;
- негативное отношение к использованию аутстаффинга со стороны государственных органов.

Несмотря на вышеперечисленные недостатки, о популярности и востребованности кадрового аутстаффинга свидетельствует увеличение спроса и предложения данного рынка.

Если в начале распространения этого вида кадровой деятельности основными аутстафферами в нашей стране были преимущественно международные корпорации, в нынешнее время количество провайдеров увеличилось, среди них появилось много российских компаний. Наиболее известными кадровыми агентствами, предоставляющим услуги аутстаффинга в России являются компании: «Ваш персонал», qWell.staffing, Leader Team, «Кристанваль» и другие.

Дифференциация частоты использования процедуры аутстаффинга в современных российских организациях по отношению к разным категориям работников представлено на рисунке 2 [1].



**Рисунок 2 – Процентное соотношение основных категорий работников, участвующих в процедуре аутстаффинга**

Тот факт, что процедуру аутстаффинга используют преимущественно по отношению к административному персоналу может обуславливаться возможностью снижения издержек на оплату их труда за счет данной процедуры, что дает возможность увеличения разного рода выплат для данной категории сотрудников.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что необходимость применения аутстаффинга в России впервые возникла в кризисный период. Изначально рынок предоставления и использования данной услуги был представлен преимущественно зарубежными компаниями. На данный момент подобные услуги широко представлены и российскими организациями. Суть аутстаффинга заключается в выводе сотрудников компании за свой штат и перевод в штат подрядчика по аутстаффингу. При этом персонал продолжает выполнять свои обязанности и физически находится на территории компании-заказчика. Не смотря на противоречие преимуществ и недостатков применения аутстаффинга на современных предприятиях, следует отметить, что данная услуга – это эффективный инструмент для оптимизации бизнес процессов путем сокращения регулярного штата, снижения прямых и косвенных затрат на персонал, а также повышения мотивации сотрудников.

#### **Библиографический список**

1. Аникин Б., Рудая И. Аутсорсинг и аутстаффинг. Высокие технологии менеджмента : учебное пособие. – М. : Инфа-М, 2009. – 320 с.



## VIII. BRANCH FEATURES OF REGIONS INDUSTRY



### INNOVATIVE POTENTIAL AS DYNAMIC DEVELOPMENT CONDITION OF THE REGION ECONOMY

Yu. O. Zhigalova

*Student,  
Plekhanov Russian University of Economics,  
Ivanovo branch, Ivanovo, Russia*

---

**Summary.** This paper is focused on the prerequisites for the formation of cluster-innovation in the regional economy. The study identified the reasons for the slow development of the industry tech-stylish in the Ivanovo region, as well as the factors that contribute the measures to improve the innovative potential of the region. The main long-term tasks of development in the innovative textile-industrial cluster are identified .

**Keywords:** innovation; textile-industrial cluster; industrial parks.

---

Innovative development is the main priority of modern economy. It is an incentive for such forms of business activity which support system of the latest factors of production in society, the intellectual capital is based on them. Such system is not only a basis of competitiveness of economy, it creates institutional basis of society in which conditions for comprehensive development of the personality through creative self-realization and investments into the human capital are realized. The international experience of economy incontestably development proves that effective and sustainable development of economic activity subjects in various spheres of business is reached due to large-scale which is use on the innovations providing strategic competitive advantages in the market.

The purpose of work is the analysis of innovative capacity of the Ivanovo region on the basis of creation of an innovative profile and opportunities assessment of innovative processes realization for dynamic development of the region economy.

For a goal achievement the existing approaches to definition of the concept "innovations" are considered and the author's formulation of this category as the most answering to the problems solved in the real work is offered:

"Innovations is the process of introduction of new technologies based on the discoveries qualitatively other than the previous analogs and directed to formation of the innovative focused structure of the region economy, increase in competitiveness of the enterprises and improvement of development indicators of its social and economic system".

The model of an innovative profile of the region is on the basis of calculation of the generalizing indicator grouped in five appreciation blocks including assessment of a scientific condition and technological sector, personnel, financial and scientific components is constructed.

The carried-out calculations showed that the generalizing indicator of a financial component – the share of costs of science and research and development is in a zone of a favorable state that is the positive moment and is classified as strength of innovative capacity of the region. The greatest negative impact on a condition of innovative capacity of the Ivanovo region was exerted by such indicators as a low share of innovative production in the total amount of industrial output (2,8–3,5 %) and the low volume of investment into the industry (1,4–1,6 % of GRP).

The majority of indicators is in a zone of crisis state that characterizes innovative potential as insufficient for formation of the innovative focused region economy. However in the innovative sphere positive changes which generally concern a resource component are observed. Among resource characteristics is the most satisfied situation in the personnel and scientific sphere looks, there is a gradual improvement of indicators. So, such indicators as a share of workers with the higher education in the total number of industrial and production personnel, the specific weight of costs of technological innovations in GRP, number of candidates and doctors of science for 10 thousand people of the population of the territory considerably improved the positions. For the studied period considerably increased (by 7 %) release of graduate students in higher education institutions of the Ivanovo region, also the number of the personnel occupied with research and development grew. It allows saying that in the region there is a fundamental scientific base capable to generate innovative production. The base of acceleration of innovative development of the Ivanovo region are the developed system of professional education; essential innovative capacity of the leading higher education institutions which keeps a considerable part of the scientific frames which are engaged in applied and basic researches.

On the basis of the provided analysis the main problems in development of the innovative sphere of the region are revealed, the reasons of their emergence are proved and ways of innovative development of the region are offered.

One of key achievement mechanisms of high economic growth is the cluster innovative development of regional economy directed to formation of the hi-tech, competitive industry providing transition of economy to innovative type of development.

In the territory of the Ivanovo region development of an innovative textile and industrial cluster is the main stage of transition to innovative economy which formation is provided by the Strategy of social and economic development of the Ivanovo region till 2020 [1].

The innovative textile and industrial cluster unites the branches of light industry having priority value for the region - textile and clothing industry, production of dressing means and soft stock for healthcare institutions, and also perspective production technology and processing of polyethylene terephthalate of textile appointment.

One of the key characteristics of a cluster is the essential prevalence of small and medium-sized companies in structure of a cluster over the large enterprises.

As of January 1, 2015 in the region there were over 39 thousand subjects of small and average business acting in the basic in textile and sewing branches among which small and medium-sized enterprises there are 2230 units micro enterprises – 18427 units, and increase in their general quantity in comparison with 2013 made 4,6 % [2].

Production potential of a textile and industrial cluster of the Ivanovo region is presented by the industrial parks located in the territory of the Ivanovo region and capable to accept modern hi-tech production on the platforms. The prepared production sites of area include 1 state-private industrial park ("Rodniki") and 2 private industrial parks («Kineshma» and «Ivanovo-Voznesensk»). Now creation of two more industrial parks on production of polyethyleneterephthalate is planned: state in the Vichuga municipal region as well as in Ivanovo (Fig. 1).

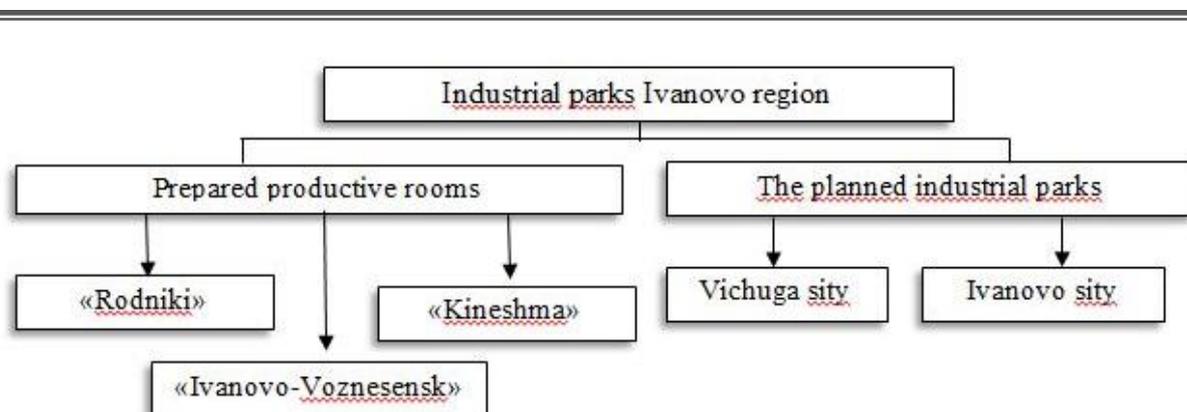


Fig. 1. Production potential of a textile and industrial cluster of the region

In development of production potential of a cluster by one of priority investment projects «Building of productive complex to produce polyethylene terephthalate for textile purposes in Ivanovo region (CAS “Ivanovo poly ether complex”).

Raw materials for receiving polyester fibers and threads, bottle preparations, films, nonwoven fabrics. Special characteristics allow to turn out various products on the basis of Polyethylene terephthalate granulate and synthetic fiber.

Except industrial parks in the territory of the Ivanovo region educational scientific centers and laboratories, and also the business incubators at Institutions of the region which are engaged in development and creation of the latest types of production carry out the activity.

All this forms a certain base for development of the Ivanovo region absolutely in the new direction which provides formation of the hi-tech, competitive industry, and also causes transition of economy of the region to innovative type of development.

## Bibliography

1. The strategy of social and economic development of the Ivanovo region for the period till 2020.
2. Ivanovo region. Statistical year-book. 2015: The statistical collection / Ivanovostat. – Ivanovo, 2015. – 486 p.

## СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Д. А. Бондаренко

*Студент,  
Новочеркасский инженерно-  
мелиоративный институт  
им. А. К. Кортунова, Донской ГАУ,  
г. Новочеркасск, Ростовская область,  
Россия*

---

**Summary.** The article deals with the essence of sustainable development of rural areas. The analysis of approaches for sustainable development of these territories. A list of tasks which will ensure the development of resistance in general.

**Keywords:** rural areas; sustainable development; rural economy; rational use of land.

---

Необходимость устойчивого развития сельских территорий в современных условиях обусловлена постоянно меняющимися условиями роста и развития аграрного сектора экономики страны [9].

Устойчивое развитие сельских территорий представляет собой стабильное социальное, экономическое и экологическое развитие сельских территорий, увеличение объема производства сельскохозяйственной продукции, повышение эффективности сельского хозяйства, достижение полной занятости сельского населения и повышение уровня его жизни, а также рациональное использование земель [5]. Многие авторы считают возможным устойчивое развитие сельских территорий на основе определенных подходов, отражающих особенности развития сельской местности (таблица 1).

## Подходы устойчивого развития сельских территорий

Подход	Авторы	Сущность
Процесный	Е. Г. Коваленко [2], А. В. Петриков [7], Л. В. Калягина [1]	Устойчивое развитие сельских территорий рассматривается как процесс изменения различных сфер жизнедеятельности сельского сообщества, определяются ориентиры такого развития. Недостатком при данном подходе является то, что авторами не учитываются особенности (специфика) сельских территорий и не отражаются механизмы воздействия на процесс их развития.
Системный	И. Н. Меренкова[3], И. В. Мищенко [6], В. Н. Перцев [4]	Устойчивое развитие сельских территорий рассматривается как процесс изменения различных сфер жизнедеятельности сельского сообщества, но дополнительно указываются механизмы воздействия на процесс развития сельских территорий (финансовая и инвестиционная стратегия, обязательное участие местных инициатив, эффективные действия органов местного самоуправления). Данный подход описывает совокупность взаимодействующих и взаимосвязанных компонентов, является наиболее целесообразным для раскрытия сущности изучаемого понятия, но рассмотренные авторские определения не лишены недостатков и требуют уточнений.

Устойчивое развитие сельских территорий позволит обеспечить устойчивый рост сельской экономики, повысить занятость, уровень и качество жизни, а также снизить темп миграции сельского населения, сохранить окружающую среду. Исходя из сущности и необходимости устойчивого развития сельских территорий, определим перечень задач, решение которых создаст условия для развития устойчивости в целом, а также приведет к стабильному развитию сельских территорий (таблица 2).

Таблица 2

**Содержание и задачи взаимосвязанных составляющих устойчивого развития сельских территорий**

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ			
взаимосвязанные составляющие			
экономическая	социальная	экологическая	институциональная
содержание			
расширение источников формирования доходов сельского населения, обеспечение их занятости	улучшение жилищных условий сельского населения, восстановление и развитие социальной инфраструктуры	рациональное использование природных ресурсов	развитие правовых, финансовых, организационных и иных институтов
задачи			
диверсификация сельской экономики	повышение занятости населения, стимулирование демографического роста, улучшение жилищных условий населения	обеспечение естественного развития экосистем, сохранение и восстановление уникальных природных комплексов	развитие рыночной инфраструктуры, укрепление правовой базы сельского развития

Следовательно, решение таких глобальных задач, как: диверсификация сельской экономики и технологическое обновление ее отраслей в агропромышленном комплексе, повышение занятости населения, привлечение инвестиций служит основой для повышения устойчивости развития сельских территорий, способствует оптимальному использованию природных ресурсов, стабильному развитию сельской экономики, доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей, улучшению качества и уровня жизни сельского населения и др. [8].

## Библиографический список

1. Калягина Л. В. Анализ направлений устойчивого развития сельских территорий // Ползуновский альманах. – 2009. – № 1. – С. 235–241.
2. Коваленко Е. Г. Механизм устойчивого развития сельских территорий региона // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2. – С. 299.
3. Меренкова И. Н. Устойчивое развитие сельских территорий: теория, методология, практика: Автореф. докт. экон. наук. – Воронеж, 2011. – 50 с.
4. Меренкова И. Н., Перцев В. Н., Новикова И. И., Кусмагамбетова Е. С. Формирование механизма устойчивого развития сельских территорий : монография // Издательство: Научно-исследовательский институт экономики и организации агропромышленного комплекса Центрально-Черноземного района РФ. – Воронеж, 2015. – 189 с.
5. Мещанинова Е. Г. Рациональное использование земельных ресурсов – основа устойчивого развития аграрной сферы региона // Рациональное использование природных ресурсов: специфика и экономические условия формирования : материалы научно-практической конференции, 2015. – С. 121–124.
6. Мищенко И. В. Теоретические вопросы формирования устойчивого развития сельских поселений // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 346. – С. 123–125.
7. Петриков А. В. Обеспечить устойчивое развитие сельских территорий // АПК: Экономика, управление. – 2005. – № 6. – С. 13–19.
8. Ткачева О. А., Мещанинова Е. Г. Эколого-экономические аспекты устойчивости сельскохозяйственного землепользования // Научный журнал Российского НИИ проблем мелиорации. – 2013. – № 1 (09). – С. 169–181.
9. Яроцкая Е. В., Хлевная А. В. Теоретические подходы к устойчивому развитию сельских территорий // Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире : сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 117–119.

# АКТУАЛЬНОСТЬ ПОСТРОЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ

С. В. Данилова  
Е. Д. Черемыкина

*Кандидат экономических наук, доцент,  
студент,  
Ивановский государственный  
университет,  
г. Иваново, Россия*

---

**Summary.** The object of research are companies operating in the road sector. Purpose - to consider the relevance of the implementation of the logistics information system in the enterprise. Explore some of the problems in the road sector enterprises. Consider some of the results of the implementation of the system.

**Keywords:** enterprise logistics information system; the road sector.

---

Автомобильные дороги – жизненно важные пути, без развития которых невозможен подъем экономики городов, а следовательно, успешное осуществление экономических реформ.

В комплексе народного хозяйства автомобильные дороги относятся к системам жизнеобеспечения городов и имеют большое значение для ее социального и экономического развития.

Понимая важность развития сети автомобильных дорог, в городах со стороны выделяют особое внимание на строительство, реконструкцию, ремонт и содержание их.

Предприятия, работающие в дорожной отрасли, недостаточно развиты в сфере информационных технологий, многие их процессы до сих пор остаются не автоматизированными. Так, например, не автоматизирован процесс поставки материалов, который связывает работу дорожных рабочих и само управление предприятием в целом.

Ежегодно вносятся изменения в требованиях по работе с материалом (например, укладка различных видов асфальта при определенной температуре), условиям работы рабочих на улице, появляются новые технологии при работе на объектах дорожного строительства (например, новые виды укладки асфальта), повышение требований к конструкции дорожной одежды.

На каждом предприятии дорожной отрасли производственные факторы взаимодействуют друг с другом, и при их взаимодействии получается продукт или услуга. Предприятия активно взаимодействуют с внешней средой и имеют свои финансовые потоки. На предприятиях, работающих в дорожной отрасли, очень активно используются материалы, организуется закупка материалов. Отсутствие материалов (песка, гравия, асфальта и др.) во время из-за несвоевременного заказа работниками управления или нехватки из-за неправильных расчетов приводит к простоям рабочих, задержке выполнения заказов. Также не всегда своевременно вывозят грунт с ме-

ста, где проводятся дорожные работы, из-за не правильной планировки использования транспорта, а иногда он наоборот простаивает.

На данный момент государство активно выделяет деньги на строительство дорог. Выиграв тендер, предприятие начинает работать по государственному заказу. Невыполнение в срок такого заказа влечет за собой ответственность в виде штрафа, что приводит к финансовым убыткам предприятия и понижению его репутации.

Таким образом, логистическая информационная система на предприятии дорожной отрасли приводит к:

1. Уменьшению простоев (у дорожных рабочих всегда будет с чем работать, т. е. никогда не будет потребности в материалах -песок, гравий асфальт и т. д.), они всегда будут в наличии),
2. Быстрому завершению заявки (так как не придется долго ждать материалы – песок, гравий, асфальт, для строительства дорог),
3. Получению максимальной прибыли (не будет штрафов за задержку выполнения заказа),
4. Повышению конкурентоспособности (всё будет выполняться быстро, качественно и точно в срок) [1, с. 269].

Дорожное хозяйство России является одним из основных элементов транспортной инфраструктуры. Эффективность работы автотранспорта зависит от уровня содержания и развития дорог. Из-за несоответствия дорожной сети спросу на использование дорог и некачественного состояния дорог, население России значительно отстает в подвижности от зарубежных стран.

Отставание в развитии автомобильных дорог и плохое состояние отдельных участков дорожной сети, перегрузка дорог выступают факторами, сдерживающими развитие ряда городов, регионов и национальной экономики в целом.

#### **Библиографический список**

1. Абдикеев Н. М., Китова О. В. Корпоративные информационные системы управления, 2014.
2. Электронный ресурс, <http://www.tadviser.ru/>

## ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Б. А. Демильханова

*Кандидат экономических наук, доцент,  
Чеченский государственный  
университет, г. Грозный,  
Республика Чечня, Россия*

---

**Summary.** The article considers the comparative analysis of the financial component of the innovative potential of the Chechen Republic. It reveals the trend of the budgetary financing of science and the changes in the structure of internal current research and development costs by kinds of work, financing sources and branches of science. The results of the analysis outline the strategic trends of the financing resource mobilization for activization and development of the innovative potential of the Chechen Republic.

**Key words:** budgetary financing of science; internal current research and development costs; means of the entrepreneurial sector; internal funds.

---

Одним из главных условий общенационального развития страны по инновационному пути является разработка новых принципов и механизмов развития региональных экономик. Для этого необходимо определение стартовых условий развития инновационных процессов, и в этом процессе особое значение приобретает комплексная оценка инновационного потенциала региона.

В основе большинства методик оценки инновационного потенциала региона лежит его рассмотрение, как с точки зрения ресурсной компоненты, характеризующей возможности отдельных ресурсов для осуществления инновационной деятельности в регионе, так и результативной компоненты, отражающей результаты использования ресурсных возможностей [1; 2; 9, с. 95].

В структуре ресурсной компоненты российскими исследователями финансовая составляющая рассматривается как доминирующая и определяющая все его компоненты. Анализ абсолютных показателей финансирования науки показывает ориентированность расходов Федерального и региональных бюджетов на прикладную науку. В Чеченской республике в 2014 году наблюдается снижение доли расходов на науку в общих расходах республиканского бюджета: с 0,17 % до 0,15 % и в ВРП: с 0,30 % до 0,19 % [6].

При таких значениях бюджетного финансирования сложно ожидать реализации планов регионов по инновационному развитию. По результатам исследования финансовой поддержки инновационного развития региональных экономик, Гуртов В. А. приходит к следующему выводу: «...для того чтобы обеспечить долю инновационной продукции на уровне 20 % в общем объеме выпущенной продукции и порядка 5 % расходов на НИОКР

в ее составе, требуется не менее 0,3 % расходов консолидированных бюджетов субъектов Федерации на прикладную науку...» [10, с. 54].

Внутренние текущие затраты на исследования и разработки в Чеченской республике непрерывно растут: с 11,0 млн. руб. до 57,5 млн. руб., (более чем в 5 раз) при этом основным направлением расходования средств явились фундаментальные исследования [7]. Более высокий темп прироста затрат, характеризующийся повышением интенсивности научных исследований в республике, отмечен в 2012 году – 75,6 % (в России – 25,2 %) (рис.1) (рассчитано по [8, с. 554], [3, с. 3], [4, с. 4], [5, с. 4]).

На протяжении четырех лет затраты на прикладную науку непрерывно росли, но в 2014 году они сократились: с 11,2 млн. руб. до 6,3 млн. руб., но эта сумма в 2 раза превышает уровень затрат на начало периода. Затраты на разработки в конце периода в республике не осуществлялись, а в целом, по разработкам имеются незначительные текущие затраты. На долю фундаментальных исследований в республике приходится от 72,7 % до 89,0 % всех внутренних текущих затрат.

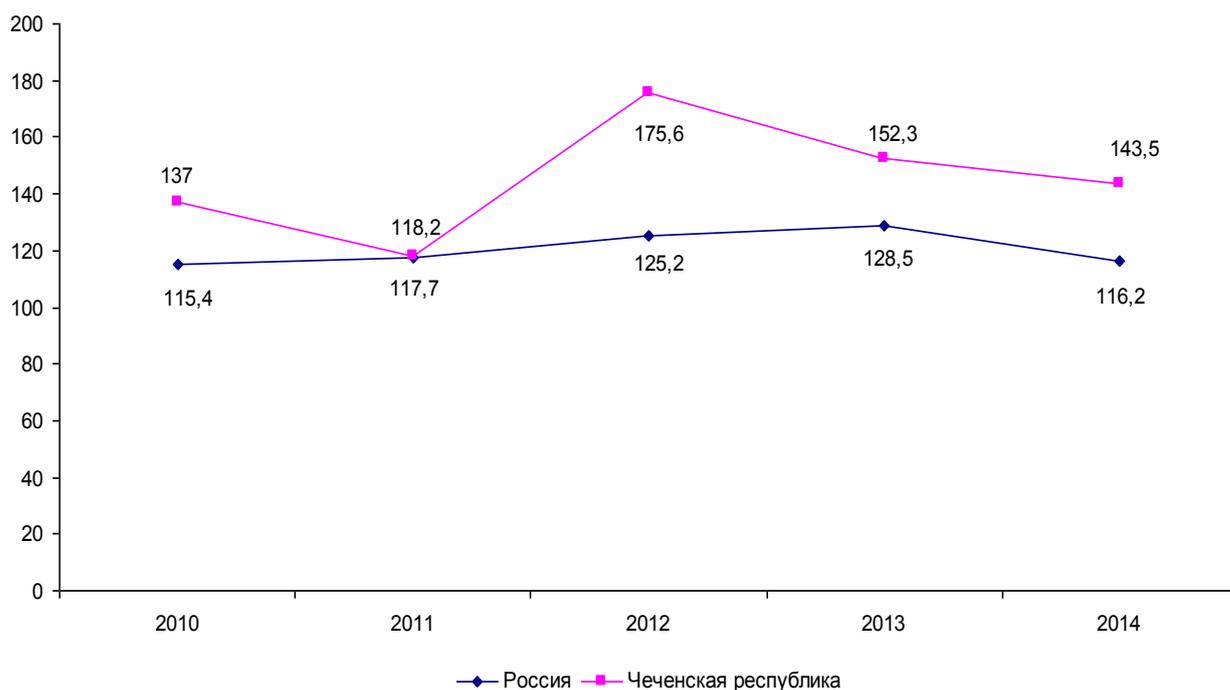


Рисунок 1 – Темпы роста внутренних затрат на исследования и разработки

Сектор исследований и разработок Чеченской республики практически полностью финансируется бюджетными средствами, на их долю в 2012 году приходилось 99,9 % средств (26635,7 млн. руб.), а в 2014г. – 98,4 % всех источников затрат (57342,0 млн. руб.) [3, с. 3]. Этот основной

источник финансирования затрат, постоянно увеличивается и по России в целом: с 60,1 % до 63,1 %. Финансирование из предпринимательского сектора, иностранных источников в республике не осуществлялось за период, и кроме того, отмечен низкий уровень собственных средств организаций в общих затратах на науку: 1,5 % в 2014 г. (по России – 9 %).

Чеченская республика имеет более мобильную структуру текущих затрат по областям науки. В 2012 году высокие доли затрат отмечены по естественным (23,36 %), техническим (20,2 %) и гуманитарным наукам (19,1), в 2014 г. – по гуманитарным (25,7 %), общественным (19,1) и техническим наукам (17,7 %). Затраты по медицинским и сельскохозяйственным наукам составили в конце периода: 10,6 % и 12,5 %, соответственно (в России – 2,0 %).

Таким образом, для повышения эффективности бюджетных расходов в сфере науки, а также в целях формирования сбалансированного и устойчиво развивающегося комплекса научных организаций государственного сектора и улучшения качества и механизмов стратегического и оперативного управления сферой науки в Чеченской республике, необходимо:

1. в финансировании научных исследований и разработок ликвидировать непропорциональность распределения внутренних затрат и развивать формы и методы коммерциализации результатов научной деятельности;
2. финансирование научной деятельности основывать на результатах участия организаций в научных проектах;
3. бюджетное финансирование рассматривать с позиций эффективности и соответствия долгосрочным интересам качественно нового социально-экономического развития региона.

Для привлечения капитала предпринимательского сектора, государственных и частных финансовых посредников необходима разработка механизма эффективного сочетания прямых и косвенных государственных рычагов, венчурного финансирования, льготного кредитования и фондового рынка. Мобилизация потенциальных источников финансирования сектора исследований и разработок рассматривается как один из значимых факторов активизации инновационного потенциала Чеченской республики.

#### **Библиографический список**

1. Акбердина В. В. Инновационно-технологический потенциал региона: вопросы оценки и динамики // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 23. – С. 41–50.
2. Москвина О. С Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития региона. ВНКЦ РАН. <http://www.Vsce.ac/ru/newsite/jou/art30-02>.
3. Научные исследования и разработки в 2012 году. Статистический бюллетень. – Грозный, Чеченстат, 2012.
4. Научные исследования и разработки в 2013 году. Статистический бюллетень. – Грозный, Чеченстат, 2013.

5. Научные исследования и разработки в 2014 году. Статистический бюллетень. – Грозный, Чеченстат, 2014.
6. Рассчитано по материалам, предоставленным Министерством финансов Чеченской республики.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010–2015 : стат. сб. // Росстат. URL: <http://www.gks.ru/wps/portal> (дата обращения: 15.04.2016).
8. Российский статистический ежегодник. : стат. сб. – М., 2015. – 728 с.
9. Сергеев В. А., Скобеева В. В., Баширов К. Э. Оценка и анализ инновационного потенциала Ульяновской области // Инновации. – 2008. – № 1. – С. 93–99.
10. Сигова С. В., Гуртов В. А. Финансовая поддержка инновационного развития региональных экономик // Инновации. – 2008. – № 5. – С. 51–54.

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК РЕЧНЫМ ТРАНСПОРТОМ

Е. С. Иваницкая

*Старший преподаватель,  
Якутский институт  
водного транспорта (филиал),  
Сибирский государственный  
университет водного транспорта,  
г. Якутск, Республика Саха (Якутия),  
Россия*

---

**Summary.** Passenger transportation is the movement of (passengers) of the population associated with the production and is one of the types of transport services. Passengers small high-speed fleet today are used as a means of crossing, at certain distances, excursions on the river. **Keywords:** passenger transportation; inland water transport; high-speed fleet; capital productivity; capital intensity; the cost of transport.

---

Экономически эффективным можно считать то производство, при котором при реализации своей продукции или услуг и при выплате всех обязательных платежей и налогов у предприятия остается чистая прибыль на развитие производства. Транспорт всегда играл особую роль в социально-экономическом развитии республики. Водный транспорт Республики Саха (Якутия) занимает первое место по объему перевозок. Это объясняется большой провозной способностью относительно малой стоимостью перевозки и наличием широко разветвленной сети водных путей, протяженность которых составляет более 12 тыс. км и охватывает практически все промышленные районы Республики.

Удельный вес пассажирских перевозок внутренним транспортом невелик по сравнению с общим объемом перевозок страны, но в свою очередь всегда играл важную роль в Сибири и Дальнем Востоке.

Пассажирские перевозки – это перемещение (пассажиров) населения, связанное с производством и является одним из видов услуг транспорта.

На речном транспорте перевозки пассажиров имеют свои специфические особенности, которые определяются закономерностью формирования пассажиропотоков, требования, которые предъявляются к пассажирскому флоту, организации его работы, к береговому хозяйству, обслуживающему персоналу. Пассажирские перевозки характеризуются большей трудоемкостью и затратами материальных средств. В результате этого себестоимость пассажирских перевозок значительно выше, чем на грузовых перевозках.

Поездку на скоростном флоте совершают в данное время около 25 % всех пассажиров перевозимых речным транспортом. На ряде направлений эти суда обеспечивает сокращение во времени поездки, по сравнению с другими видами транспорта.

Благодаря неразвитости дорожной инфраструктуры Якутии летом другой альтернативы для населения большинства малых населённых пунктов нет, но пассажиропоток ныне обеспечен слабо в связи с малочисленностью населения и дороговизной билетов, количество рейсов сократилось в ряде случаев в десятки раз по сравнению с 70 – ми и 80 – ми годами. В советское время теплоходы «Ракеты» ходили также и от Якутска по Лене и Алдану до Хандыги – рейс отменён в 1998 г., а когда на Вилюе была судоходная обстановка (как правило, в начале навигации) – от Якутска по Лене и Вилюю до Вилюйска. Был также весьма пассажиронапряжённый рейс «Ракет» Якутск – Соттинцы. Некоторые из вышеперечисленных рейсов превышают 600–700 км (самый дальний рейс – Якутск – Жиганск составляет 771 км). «Ракета», как правило, отправляется из Якутска утром в 6 часов и прибывает к месту назначения вечером, то есть для рейса в одну сторону используется почти весь световой день. Все линии обслуживаются теплоходами ещё советского производства, замены которым нет. Проходит одно десятилетие за другим, но скоростное движение на Лене не умирает.

Перевозки пассажиров маломерным скоростным флотом на сегодняшний день используются, как средства переправы, на определенные расстояния, экскурсии по реке Лена, а также прокатные услуги.

При перевозке пассажиров по маршруту причал №6 Речной порт Якутск – пассажирский причал поселка Нижний Бестях и обратно используются два катера: GRIZZLY 660 PRO CABIN и NorthSilverPro 745.

Таблица 1

**Эксплуатационные расходы по содержанию судна  
за навигационный период, 2015 г.**

Показатели	GRIZZLY 660 PRO CABIN	NorthSilverPro 745	Отклонения
Затраты на заработную плату экипажа (Э <sub>зп</sub> , руб.):	525 186,89	525186,89	-
Величина отчислений на социальное страхование за навигацию (Э <sub>с.с.</sub> , руб)	157 556,07	157 556,07	-
Величина затрат на бесплатное питание за навигацию (Э <sub>б.п.</sub> , руб.)	132 000,00	132 000,00	-
Величина затрат на топливо и смазку (Э <sub>тсм</sub> , руб.)	2 635 074,00	3 179 963,16	544 889,16
Величина затрат на малоценный и быст- роизнашиваемый инвентарь (Э <sub>мцби</sub> , руб.)	48 800,00	69 800,00	21 000
Величина затрат на текущий ремонт судна (Э <sub>рем</sub> , руб.)	24 400,00	34 900,00	10 500

Величина затрат на заработную плату в межнавигационный период ( $\mathcal{E}_{\text{зп}}^{\text{мно}}$ , руб.)	210 074,76	210 074,76	-
Величина отчислений на социальное страхование в межнавигационный период ( $\mathcal{E}_{\text{с.с}}^{\text{мно}}$ , руб.)	63 022,43	63 022,43	-
Суммарные расходы, руб.	3 796 114,15	4 372 473,31	576 359,16
Величина прочих затрат по содержанию судна ( $\mathcal{E}_{\text{проч.}}$ , руб.)	75 922,28	87 449,47	11 527,19
Суммарные эксплуатационные затраты, ( $\mathcal{E}_{\text{э}}$ , руб.)	<b>3 872 036,43</b>	<b>4 459 922,78</b>	<b>587 886,35</b>

Таблица 2

**Структура себестоимости перевозок за 2015 г.**

Наименование статей и элементов затрат	Структура %
Затраты на фонд оплаты труда	12,6
Затраты на социальные нужды	3,8
Затраты на питание	3,2
Затраты на топливо	69,8
Затраты на малоценные	1,4
Затраты по текущему ремонту	0,7
Затраты по ФОТ в межнавигационный период	5,0
Затраты на соц. нужды в межнавигационный период	1,5
Прочие затраты	2,0
Итого:	100

Проведя анализ затрат по используемым судам за навигационный период, 2015 г. (таблица №1) видно, что суммарные эксплуатационные затраты у проекта GRIZZLY 660 PRO CABIN меньше по сравнению с проектом NorthSilverPro 745 на 587 тысяч 886 рублей. В структуре себестоимости (таблица № 2) наибольший удельный вес в общей части расходов ложится на топливо, которое составляет 69,8 % , а наименьшим показателем являются затраты на текущий ремонт – 0,7 %.

Таблица 3

## Эксплуатационно – экономические показатели работы линии, 2015 г.

Показатели	Единица изм-ия	GRIZZLY 660 PRO CABIN	NorthSilverPro 745	Отклонения
Пассажирооборот, Z	тыс. пкм	475 200	726 000	250 800
Балансовая стоимость судна, Б <sub>бал</sub>	руб.	2 440 000	3 490 000	1 050 000
Эксплуатационные расходы, ΣЭ <sub>э</sub>	руб.	3 872 036,43	4 459 922,78	587 886,35
Доходы, Д	руб.	4 378 637,5	4 816 356,25	437 718,75
Прибыль, П	руб.	506 601,07	356 433,47	150 167,60
Себестоимость перевозок, S	Руб./пкм.	8,15	6,14	-2,01
Удельные капитальные вложения во флот, К <sub>уд</sub>	Руб./пкм	5,13	4,81	-0,32
Производительность труда Р <sub>тр</sub>	тыс. пкм/чел.	237 500	363 000	125 500

На основании эксплуатационно – экономических показателей работы линии в 2015 году (таблица № 3) доход по проекту GRIZZLY 660 PRO CABIN составил 4 млн. 378 тыс. 637 руб., что на 437 тыс. 719 руб. меньше полученного дохода проектом NorthSilverPro 745. Но при этом прибыль у проекта GRIZZLY 660 PRO CABIN выше на 150 тыс. 168 руб. так как эксплуатационные расходы меньше.

Таблица 4

## Показатели эффективности использования основных фондов, 2013–2015 гг.

Показатель	Период			Динамика, +/-	
	2013г.	2014г.	2015г.	2014/2013 гг.	2015/2013 гг.
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	5930	5930	5930	0	0
Выручка, тыс. руб.	5258	5949	8839	691	3580
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1193	1063	863	-130	-330
Численность работников, чел.	6	6	6	0	0
Фондоотдача, руб.	0,89	1,0	1,49	0,11	0,6
Фондоёмкость, руб.	1,13	1,0	0,67	-0,13	-0,46
Фондовооруженность, тыс. руб.	988	988	988	0	0
Фондорентабельность, %	20,1	17,9	14,6	-2,2	-5,5

Рассматривая перевозку пассажиров водным транспортом нельзя не обратить внимание на эффективность использования производственных фондов. Сделать выводы об эффективности использования производственных фондов можно, сравнивая показатель фондоотдачи в динамике за ряд лет, либо с таким же показателем для других, аналогичных предприятий транспортной отрасли.

Фондоотдача показывает, сколько выручки приходится на единицу стоимости основных средств. Так в 2013 г. (таблица № 4) на 1 рубль основных фондов приходилось 89 коп. оказанных услуг, в 2014 г. 1,0 руб., а в 2015 г. 1,49 руб., следовательно, динамика фондоотдачи положительная и рост коэффициента говорит о повышении интенсивности или эффективности использования основных средств.

Фондоемкость, обратный показатель фондоотдачи и дает определенную характеристику стоимости производственных основных средств, которая приходится на один рубль предоставленной услуги. Из имеющихся показателей эффективности использования основных фондов видно, что фондоемкость снизилась с 1,13 руб. в 2013 г. до 67 коп. в 2015 г. Фондовооруженность, численность и стоимость основных фондов предприятия остается неизменной на протяжении анализируемого периода. А вот фондорентабельность снизилась с 20,1 % в 2013 г. до 14,6 % в 2015 г. уменьшение данного показателя в динамике говорит об увеличении затрат предприятия при одновременном увеличении фондоотдачи.

Таблица 5

Динамика экономической эффективности за 2013–2015 гг.

Показатель	2013г.		2014г.		2015г.		Изменения, 2015г./2013г.				
	GRIZ ZLY 660 PRO CAB IN	Nort hSilv erPr o 745	GRI ZZL Y 660 PRO CAB IN	North Silver Pro 745	GRI ZZL Y 660 PRO CAB IN	Nort hSilv erPr o 745	GR IZZ LY 660 PR O CA BI N	Отн., %	Абс., +, -	Отн., %	Абс., +, -
Пассажирооборот, Z (тыс.)	475	726	475	726	475	726	-	-	-	-	-
Эксплуатационные расходы, $\Sigma \Xi_3$ (тыс. руб.)	2 991	3461	3249	3 763	3872	4460	881	999	130	129	
Доходы, Д (тыс. руб.)	2 287	2971	2598	3 352	4379	4816	2092	1845	192	162	

Прибыль, П (тыс. руб.)	704	489	651	412	507	356	-198	-133	72	73
Себестоимость перевозок, S Руб./пкм.	6,29	4,78	4,94	4,62	8,15	6,14	1,86	1,36	130	129
Производительность труда Р <sub>тр</sub> тыс. пкм/чел.	238	363	238	363	238	363	-	-	-	-

Проанализировав динамику экономической эффективности предприятия по перевозке пассажиров с 2013 по 2015 года (таблица № 5) можно сделать следующий вывод: что доходы по перевозкам значительно увеличиваются, судном проекта Grizzly 660 на 192 % и судном проекта Silver на 162 %. При этом эксплуатационные расходы тоже увеличиваются на 130 % по проекту Grizzly 660 и 129 % по проекту Silver, что сказывается на себестоимости перевозок и поэтому прибыль снижается. Тенденция увеличения себестоимости перевозок является отрицательной для предприятия, поэтому необходимо принимать меры по снижению издержек.

Из проведенного анализа затрат, основные затраты по организации перевозок пассажиров приходятся на топливо и смазочные материалы, которые составляют 70 % всех расходов.

Для того, чтобы снизить издержки предприятия, необходимо разработать мероприятия по снижению расходов на горючесмазочные материалы, т. к. это в большей степени способствует снижению затрат в целом по предприятию.

Модификатор топлива ЭКОС – устройство для снижения расхода любого вида жидкого углеводородного топлива (дизель, бензин, мазут). Устройство предназначено для установки на легковые и грузовые автомобили, автобусы, сельскохозяйственную технику, локомотивы, речные и морские суда, а также на дизель – генераторы и котельные станции. Преимущество установка позволит снизить удельный расход топлива от 5 до 10 %, экологические выбросы на 20–30 %, а так же не будет зависимости качества топлива, окупаемость установки менее 2–х лет и срок службы от 5 лет и более. Результатом работы ЭКОС является снижение эксплуатационных затрат, уменьшение потребления топлива на единицу выполненной работы и выбросов вредных веществ в атмосферу.

Снижение расходов на топливо увеличится на 7 %, эксплуатационные расходы снизятся на 184 455,18 руб. по судну GRIZZLY 660 PRO CABIN и на 222 597,42 руб. по судну NorthSilverPro 745, данные приведены в таблице № 6.

Таблица 6

## Эксплуатационно-экономические показатели, 2015 г.

Показатели	Единица изм-ия	до установки ЭКОС		после установки ЭКОС		Отклонение	
		GRIZZL Y 660 PRO CABIN Факт	NorthSil verPro 745 Факт	GRIZZL Y 660 PRO CABIN Проект	NorthSil verPro 745 Проект	GRIZZL Y 660 PRO CABIN	NorthSilv erPro 745
Пасса- жиро- оборот, Z	тыс. пкм	475 200	726 000	475 200	726 000	-	-
Балансо- вая стои- мость судна, Б <sub>бал</sub>	тыс. руб.	2 440	3 490	2 440	3 490	-	-
Эксплуа- тацион- ные рас- ходы, ΣЭ <sub>э</sub>	тыс. руб.	3 872	4 460	3 688	4 237	84	-223
Доходы, Д	тыс. руб.	4 379	4 816	4 379	4 816	-	-
Прибыль, П	тыс. руб.	507	356	691	579	184	223
Себесто- имость перевозок, S	Руб./пк м.	8,15	6,14	7,76	5,83	-0,39	-0,31

При неизменяемом уровне доходов и других показателей деятельности предприятия, прибыль составит 691 056,25 руб. и 579 030,89 руб. по проектам судов или в целом по предприятию 1 270 087,14 руб. Что на 407 052,6 руб. больше чем до установки модификатора топлива. То есть снижение расходов на топливо всего на 7 % способствует увеличению прибыли предприятия более чем на 47 %.

Таким образом, вышеуказанные разработанные мероприятия могут быть внедрены в практическую деятельность предприятия.

## Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 (ред. от 06.07.2015) "О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы" "Российская газета", N 3, 09.01.2002.
2. Отраслевая инструкция по составу затрат и калькуляции себестоимости работ и услуг предприятий основной деятельности речного транспорта (утв. Минтрансом РФ 08.03.1993 N ВА-6/152)
3. Спирин В. С. Анализ экономического потенциала предприятия. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 295 с.

## ГИС В ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВЕ (на примере города Шахты, Ростовской области)

Т. А. Рудич

*Студент,  
Новочеркасский инженерно-  
мелиоративный институт  
им. А. К. Кортунова, Донской ГАУ,  
г. Новочеркасск, Ростовская область,  
Россия*

---

**Summary.** The article reveals the concept and content of spatial information. The article analyzes the methods for spatial information. As well as exploring the main trends of its use in the field of land management and cadastre.

**Keywords:** municipal GIS; spatial information, GIS; spatial data; information systems; urban development; mines, environment.

---

Эффективное управление любым объектом или явлением в настоящее время обуславливается применением современных компьютерных систем и технологий, включая геоинформационные системы. Особую актуальность эти технологии приобретают в сферах человеческой деятельности напрямую связанные с земельными ресурсами, кадастрами и землеустройством.

Использование геоинформационных систем в градостроительной деятельности обеспечивает органы государственной власти, органы местного самоуправления, физических и юридических лиц достоверными сведениями, которые необходимы для осуществления градостроительной, инвестиционной и иной хозяйственной деятельности на конкретной территории. На современном этапе развития государства значение и роль информационных систем объясняется, прежде всего, двумя обстоятельствами:

1) изменение отношения к информационному обеспечению градостроительной деятельности: задачи государственного регулирования градостроительной деятельности требуют, чтобы информация и ее производные перестали восприниматься как второстепенные, вспомогательные элементы проектного процесса;

2) градостроительная деятельность системна, поэтому невозможно вести речь об информационных системах как исключительно вспомогательного средства проектной деятельности.

Геоинформационная система представляет собой программно-аппаратный комплекс, решающий совокупность задач по хранению, отображению, обновлению и анализу пространственной и атрибутивной информации по объектам территории [2; 3]. Её основу составляют автоматизированные картографические системы, где главными источниками информации служат различные геоизображения. ГИС-технология обеспечивает средства, которые отображают то, что находится в одном конкретном или многих местоположениях, предоставляет инструмент моделирования ресурсов, выявления взаимосвязей, процессов, зависимостей, примеров, угроз и рисков. Эти возможности позволяют получить информацию о том, что и где реально происходит, измерить размер и масштабы события или воздействия, провести анализ разнообразных данных, разработать планы и, решить, какие шаги и действия следует предпринять [2; 3]. Что обеспечивает решение сложных задач управления территориями либо объектами недвижимости, включая территориальное планирование.

В целях управления среди всей классификации ГИС на региональном уровне особое значение приобретают муниципальные ГИС. Муниципальная ГИС – централизованная база данных пространственных объектов и инструмент, который предоставляет возможности хранения, анализа и обработки любой информации, связанной с тем или иным объектом ГИС, что сильно упрощает процесс использования информации об объектах городской территории заинтересованными службами и лицами [2; 4].

Применение современных геоинформационных технологий при управлении городскими территориями учитывает весь сложный комплекс природных и антропогенных факторов. Так, города с шахтами, являются интересными для рассмотрения, исследования и управления ими с помощью ГИ-технологий. На примере г. Шахты, Ростовской области рассмотрим пример ГИС в управлении городов с особым рельефом и построением территории.

Формирование города происходило путём срастания преимущественно шахтёрских посёлков. Многие микрорайоны населенного пункта носят имена давших им жизнь предприятий. Техногенные формы рельефа представлены шахтными терриконами – характерная деталь городского пейзажа. Которые являются постоянными, долговременными, экологически опасными объектами комплексного (системного) загрязнения окружающей среды. Горящие породные отвалы кроме твердых частиц, выделяемых также не горящими отвалами при сдувании с поверхности, выбрасывают и другие не менее токсичные загрязнители. Всего на территории города Шахты по данным инвентаризации учтено 46 породных отвалов, из

них 3 породных отвала имеют очаги горения, включенные в Комплексный план по направлению «Ликвидация последствий ведения горных работ».

По данным о промышленных предприятиях Ростовской области проводится анализ территориального распределения их экологического воздействия на окружающую среду по административным районам. Оценивается и выделяется вклад отдельных отраслей промышленности в экологическое загрязнение региона [6].

На этом этапе стратегическое значение имеет использование геоинформационных технологий. В основе всех разрабатываемых с применением ГИС-технологии систем лежит единая интегрированная реляционная база данных (БД). Структура этой базы данных отвечает информационным потребностям реализуемых в системе задач. Для горно-геологических приложений информация, хранимая в БД, включает в себя не только текстовые и числовые данные, но и первичные, наиболее ответственные пространственные данные – координаты точек маркшейдерской съемки.

Экологические проблемы часто требуют незамедлительных и адекватных действий, эффективность которых напрямую связана с оперативностью обработки и представления информации. При характерном для экологии, комплексном подходе обычно приходится опираться на обобщающие характеристики окружающей среды, вследствие чего, объемы даже минимально достаточной исходной информации должны быть большими. Определенные характеристики ГИС позволяют считать эту технологию основной для целей обработки и управления информацией. Средства ГИС превосходят возможности обычных картографических систем, включающие все основные функции получения высококачественных карт и планов. Идея ГИС содержит всесторонние возможности сбора, интеграции, анализа любых распределенных в пространстве или привязанных к конкретному месту данных. Если необходимо визуализировать имеющуюся информацию в виде карты, графика или диаграммы, создать, дополнить или видоизменить базу данных, объединить ее с другими базами – единственно верным путем будет обращение к ГИС.

В настоящее время особую тревогу вызывает антропогенное загрязнение атмосферы города в результате постоянно увеличивающихся объемов выбросов автотранспорта и деятельности промышленных предприятий. Для эффективного управления качеством воздушной среды города необходима разработка муниципального ГИС-приложения, предназначенного обеспечить полную информационную поддержку принятия решений в области управления качеством атмосферы города и отдельных промышленных зон. БД ГИС содержит в себе обширные рубрики накопленных данных, которые детально описывают распределение по территории техногенной нагрузки и антропогенных воздействий (схема 1):



Схема 1 – Рубрики данных в БД ГИС

---

---

Способность ГИС проводить поиск в базах данных и осуществлять пространственные запросы позволяет экономить огромные денежные средства, помогает сократить время получения ответов на запросы клиентов; выявлять территории, подходящие для требуемых мероприятий и взаимосвязи между различными параметрами и т. п.

Таким образом, ГИС используют как инструмент для картирования и анализа объектов реального мира, а также событий в целях эффективного управления территориями. Возможности геоинформационных систем обеспечивают уникальные возможности для ее применения в широком спектре землеустроительных и кадастровых задач [1], с планированием стратегических управленческих решений и текущих последствий предпринимаемых действий в сфере земельных отношений.

#### Библиографический список

1. Tkacheva O. A. Information technology in the use and protection of land resources // The Third International Congress on Social Sciences and Humanities Proceedings of the Congress. 2014. – С. 198–203.
2. Варламов А. А. Земельный кадастр. Т.6. Географические и земельные информационные системы. – М. : Колос, 2005. – 400 с.
3. Волков С. Н. Землеустройство. Т. 6: Системы автоматизированного проектирования в землеустройстве : учебник для вузов. – М. : Колос, 2002. – 328 с.
4. Ткачева О. А., Мещанинова Е. Г. Геоинформационные системы в земельном кадастре : учебное пособие. – Новочеркасск : Оникс+, 2007. – 154 с.

5. Экологическая обстановка в городе Шахты. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<http://eco-rostov.ru/index.php?dn=ecology&to=art&id=6&p=1> (Дата обращения 02. 11. 2016).

## ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ УНИВЕРСИТЕТА НАРХОЗ

<b>А. М. Сейтказиева</b>	<i>Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой,</i>
<b>Ж. Ш. Кенжалина</b>	<i>кандидат экономических наук, доцент,</i>
<b>Б. С. Омаров</b>	<i>старший преподаватель, Университет Нархоз, г. Алматы, Казахстан</i>

---

**Summary.** The article discusses the problems of constructing the university ecosystem for entrepreneurship. The paper provides an analysis of training on the preparation of business programs at the University. 5 types of competencies allocated. Proposed measures to improve the ecosystem of the University.

**Keywords:** enterprise; competences; higher education; ecosystem; business- incubator.

---

На вузы сегодня возлагается решение таких серьезных задач, как формирование предпринимательских качеств, профессиональная ориентация и подготовка к деловой активности в условиях жесткой конкуренции. Для казахстанского образования, в этой связи, представляют интерес изучение и использование некоторых направлений обучения и подходов к обучению предпринимательству, развитых в ведущих зарубежных вузах.

В рамках научного исследования «Разработка проекта «Создание университетской экосистемы подготовки и поддержки молодых предпринимателей» в Университете Нархоз нами были изучены как теоретические подходы к формированию предпринимательских компетенций, так и проведен анализ приобретения предпринимательских компетенций в контексте практики обучения предпринимательству в университете. Данное исследование нацелено на получение результатов, способствующих изменению содержания образовательных программ экономических специальностей, на разработку кейсов по предпринимательству, на усиление взаимодействия университета с представителями бизнес среды.

Основной акцент при проведении исследования был сделан на изменение содержания образовательных программ университета в пользу приобретения обучающимися предпринимательских компетенций.

В общем, под предпринимательскими компетенциями понимаются личные или деловые качества, навыки, модели поведения, владение которыми помогают успешно решать определенную бизнес-задачу и добивать-

ся высоких результатов. Б. Йоханнссон, который является известным теоретиком в области предпринимательского образования и лауреатом Всемирной премии за вклад в исследования предпринимательства, выделяет 5 пучков компетенций, которые для предпринимателя важны [1]. Понимать, зачем человек этим хочет заняться, уметь, как этим заниматься, знать, с кем важно взаимодействовать, чтобы бизнес был успешным, чувствовать, когда нужно запустить свой бизнес, ну и конечно, знать, что человек должен иметь какие-то общие знания и умения.

В настоящее время не существует единого перечня предпринимательских компетенций. Первая попытка их изучения была предпринята в ходе широкомасштабного кросс-культурного исследования, проведенного Агентством международного развития США (USAID) [2]. В результате был составлен набор компетенций высокоуспешных предпринимателей:

- компетенции достижения (инициатива, видит и использует возможности, забота о высоком качестве работы, обязательства в рамках контракта, ориентация на эффективность);

- компетенции мышления и решение проблем (систематическое планирование, решение проблем);

- директивность и контроль (настойчивость, контроль);

- ориентация на других (признание важности деловых взаимоотношений).

В своем исследовании мы взяли за методiku анализа точку зрения, предлагаемую В. Копновым, (а именно, им выделяются следующие 5 групп компетенций [3]:

1. Генерация бизнеса и социальных инициатив (способность видеть бизнес-возможности и формулировать бизнес-идею; умение разрабатывать бизнес-проекты и актуализировать концепцию бизнеса; умение находить и привлекать ресурсы к реализации бизнес-проектов; умение оценивать социальные, экономические и технологические условия осуществления предпринимательской деятельности и прогнозировать сценарии развития бизнеса; владение базовыми знаниями основ конкурентной разведки и способность применять их в своей деятельности; умение демонстрировать лидерские качества в процессах создания и управления бизнесом; умение создавать и управлять брендом; владение базовыми знаниями нормативно-правовых документов, в т. ч. в области предпринимательства, и способность применять их в своей деятельности) (рисунок 1). На рисунке видно распределение обучения навыкам по данной категории на разных факультетах Университета Нархоз.



Рисунок 1. Распределение результатов исследования по первой группе компетенций

Более детальный анализ показал, что на образовательных программах по специальностям Экономика, Финансы, Менеджмент, Организация и нормирование труда, Туризм, Ресторанное дело и гостиничный бизнес, Социально-культурный сервис уделяется определенное внимание группе предпринимательских компетенций «генерация бизнеса и социальных инициатив» в сравнении с другими специальностями.

2. Организационно-управленческая деятельность (умение оценивать человеческий капитал партнеров по бизнесу и работников; владение основами и принципами управления бизнесом; владение навыками и этикой бизнес-коммуникаций; владение навыками работы в группе и управления подчиненными; умение управлять конфликтами; умение организовать поиск, подбор и работу персонала; умение управлять повышением квалификации и развитием персонала; владение методами мотивации и стимулирования персонала; владение методами оценки качества труда персонала; владение инструментами маркетинга; владение методами и инструментами операционного менеджмента; владение методами и инструментами менеджмента качества; умение управлять каналами дистрибуции; способность находить и принимать организационно-управленческие решения в условиях неопределенности, избыточной информации и расширяющихся рынков, а также учитывать их последствия; умение оценивать, прогнозировать риски и минимизировать их последствия; владение методами стратегического и инновационного менеджмента; владение методами разработки и реализации инвестиционной стратегии; владение базовыми знаниями внешнеэкономической деятельности предприятия; владение базовыми знаниями по защите интеллектуальной собственности; умение взаимодействовать с финансовыми институтами, умение управлять денежными пото-

ками) (рисунок 2). Рассмотрим данные по второй категории компетенций в Университете Нархоз.

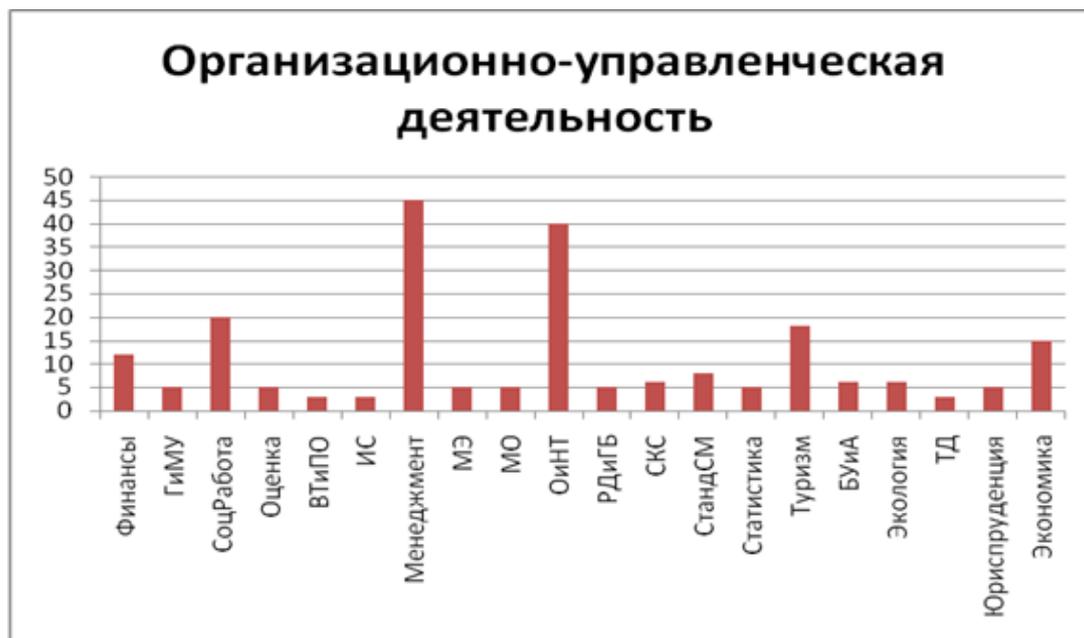
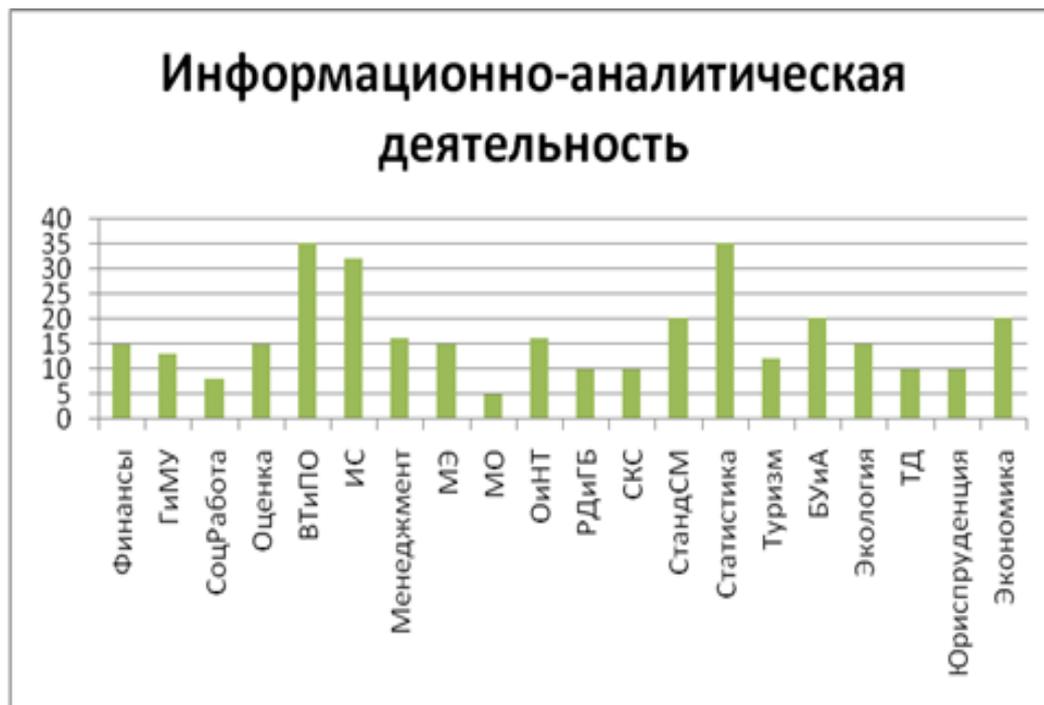


Рисунок 2. Распределение результатов исследования по второй группе компетенций

По группе предпринимательских компетенций «организационно-управленческая деятельность» лидируют образовательные программы Менеджмент, Организация и нормирование труда.

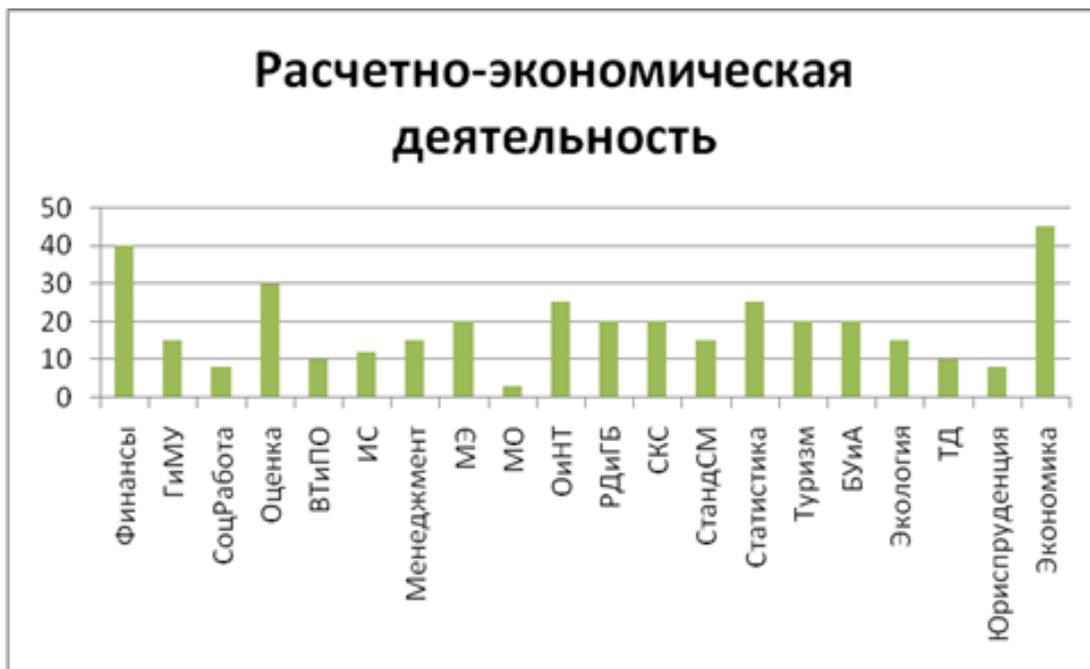
3. Информационно-аналитическая деятельность (владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение компьютерными навыками и умение использовать прикладные программы в процессе создания и управления бизнесом; умение выявлять и оценивать экономические тренды, рыночные тенденции и дефициты рынков; умение оценивать экономическую систему во внутренней и внешней средах предприятия; умение управлять знаниями в рамках реализуемой предпринимательской сферы деятельности) (рисунок 3). Рассмотрим данные по второй категории компетенций в Университете Нархоз.



*Рисунок 3. Распределение результатов исследования по третьей группе компетенций*

Хорошо представлена группа компетенций «информационно-аналитическая деятельность» на образовательных программах по специальностям Вычислительная техника и программное обеспечение, Информационные системы и Статистика.

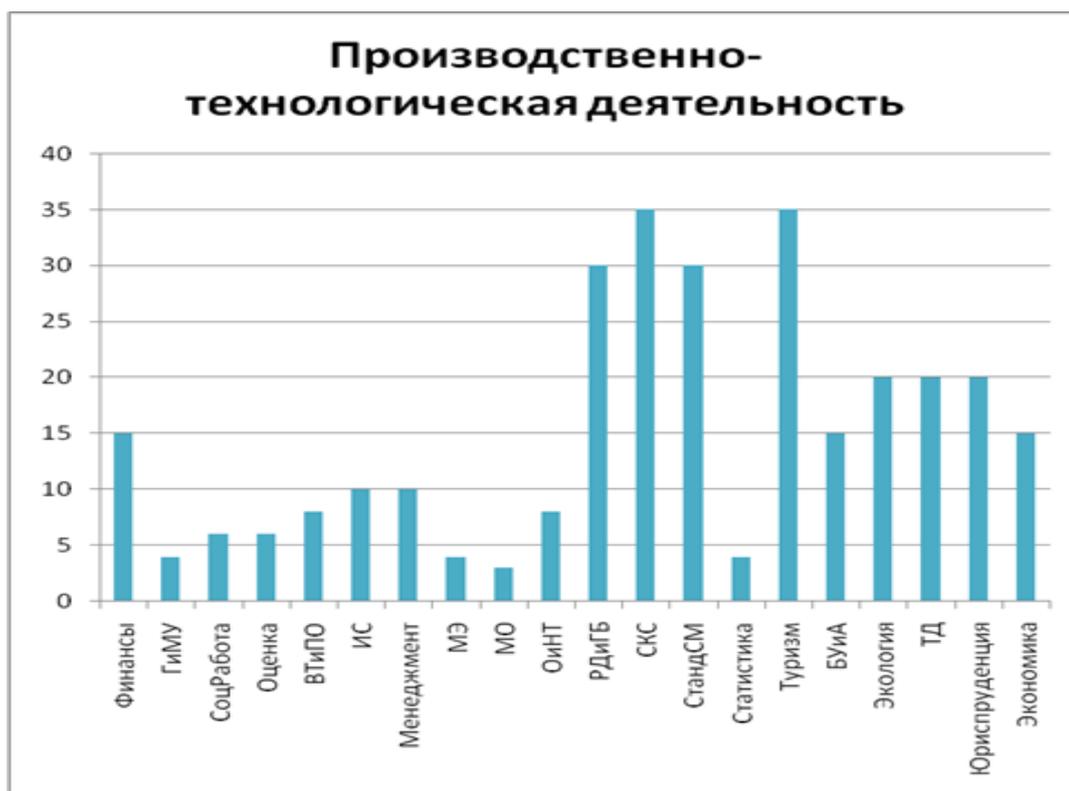
4. Расчетно-экономическая деятельность (владение базовыми экономическими знаниями; владение основами денежного обращения; владение методами бухгалтерского учета; владение методами и инструментами финансового менеджмента; владение методами оценки и управления стоимостью бизнеса) (рис 4). Рассмотрим данные по второй категории компетенций в Университете Нархоз.



*Рисунок 4. Распределение результатов исследования по четвертой группе компетенций*

Компетенции по группе «расчетно-экономическая деятельность» больше всего приобретают студенты специальностей Финансы, Экономика, Оценка и Статистика.

5. Производственно-технологическая деятельность (умение вести документооборот с использованием современных информационных технологий; умение управлять жизненным циклом продукции; умение проектировать и организовывать производство продукции; умение планировать и управлять производством продукции; умение распределять и управлять производственно-технологическими ресурсами; умение планировать и проводить испытания продукции; умение проводить сертификацию продукции и производства; владение методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; способность понимать (предвидеть) экологические последствия реализации проектов, разрабатывать меры по снижению возможных экологических рисков) (рисунок 5) Рассмотрим данные по пятой категории компетенций в Университете Нархоз.



*Рисунок 5. Распределение результатов исследования по четвертой группе компетенций*

Что касается группы компетенций «производственно-технологическая деятельность», то их больше всего приобретают студенты специальностей Ресторанное дело и гостиничный бизнес; Социально-культурный сервис; Стандартизация, сертификация и метрология; Туризм.

Результаты анализа показали, что на образовательных программах бакалавриата таких специальностей как Финансы, Менеджмент, Организация и нормирование труда, Экономика, Туризм дисциплины, нацеленные на приобретение предпринимательских компетенций, преобладают по сравнению с другими дисциплинами. При этом на таких специальностях как Международные отношения, Государственное и местное управление, Таможенное дело, Юриспруденция дисциплины «предпринимательского характера» занимают около 30 % общего объема учебных дисциплин.

Если рассматривать структуру приобретаемых предпринимательских компетенций в целом по всем специальностям Университета, то по группе «генерация бизнеса и социальных инициатив» доля дисциплин составляет 4,5 %, по группе «организационно-управленческая деятельность» – 17,1 %, по группе «информационно-аналитическая деятельность» – 25,9 %, по группе «расчетно-экономическая деятельность» – 29,3 %, по группе «про-

изводственно-технологическая деятельность» – 23,2 %. Следовательно, наибольшее внимание в Университете уделяется приобретению компетенций, связанных с расчетно-экономической деятельностью, меньше всего студенты приобретают компетенции, связанные с «генерацией бизнеса и социальных инициатив». Это в определенной мере связано с исторически сложившимся «академическим» подходом к формированию образовательных программ

Если обобщить в целом результаты исследования, то можно сделать вывод, что на сегодняшний день содержание образовательных программ Университета не в полной мере нацелены на приобретение предпринимательских компетенций.

С целью решения этой проблемы в Университете включили в учебные планы на 2016–2017 учебный год практически всех специальностей дисциплину «Основы предпринимательства», основной целью которого является выработка у студентов навыков предпринимательской активности, предпринимательского мышления. Концепция данного курса заключается в том, что он нацелен на приобретение практических навыков организации бизнеса, основан на активном привлечении гостевых спикеров, и специфический характер учебного процесса – это сотрудничество, обеспечивающее демократизацию позиции преподавателя с включением студентов в активную, творческую, совместную и продуктивную деятельность. Дисциплина включает в себя три модуля: Введение в курс предпринимательства, Генерация и обоснование бизнес идеи и Юридические «тонкости» предпринимательства. В ходе обучения студенты получают представление о предпринимательской модели бизнеса, услышат от приглашенных спикеров об уроках «неудачного» бизнеса, специалисты-маркетологи поделятся опытом выбора сегмента рынка и т. д. В течение всего курса студенты будут работать над подготовкой бизнес проекта, и финальным завершением данного курса будет презентация бизнес идеи перед комиссией с участием сотрудников бизнес инкубатора МОСТ и представителей бизнеса.

Как показывает наше исследование опыта ведущих зарубежных вузов обучение предпринимательству в университетах должно носить комплексный характер, должна быть создана соответствующая экосистема подготовки и поддержки молодых предпринимателей, которая включает в себя не только формирование предпринимательских знаний и навыков в процессе обучения, но и создание развитой инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности; организацию и проведение научных исследований в области предпринимательства.

#### **Библиографический список**

1. Бенгт Йоханнисон. К практической теории «предпринимания» // Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010) / пер. с англ. под

- науч. ред. А. Ю. Чепуренко. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 526 с. – С. 377–378.
2. Mansfield R. S., McClelland D.C., Spencer L. M. and Santiago J. (1987). The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries, Final Report: Project No. 936–5314, Entrepreneurship and Small Enterprise Development, Contract No. DAN-5314-C-00-3065 - 00. Washington, DC: United States Agency for International Development
  3. Копнов В. Предлагаемые к обсуждению профессиональные компетенции предпринимателя. //http://kopnov.livejournal.com /2680.html)

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ ПРИ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ

Л. И. Уфимцева

*Кандидат физико-математических наук,  
доцент,*

Д. Р. Гильманова

*студентка,  
Самарский государственный  
экономический университет,  
г. Самара, Россия*

---

**Summary.** The article reveals the essence and role of entrepreneurial risks in order to maximize the profits of the enterprise. We study statistical rates of organizations and ways to increase profits.

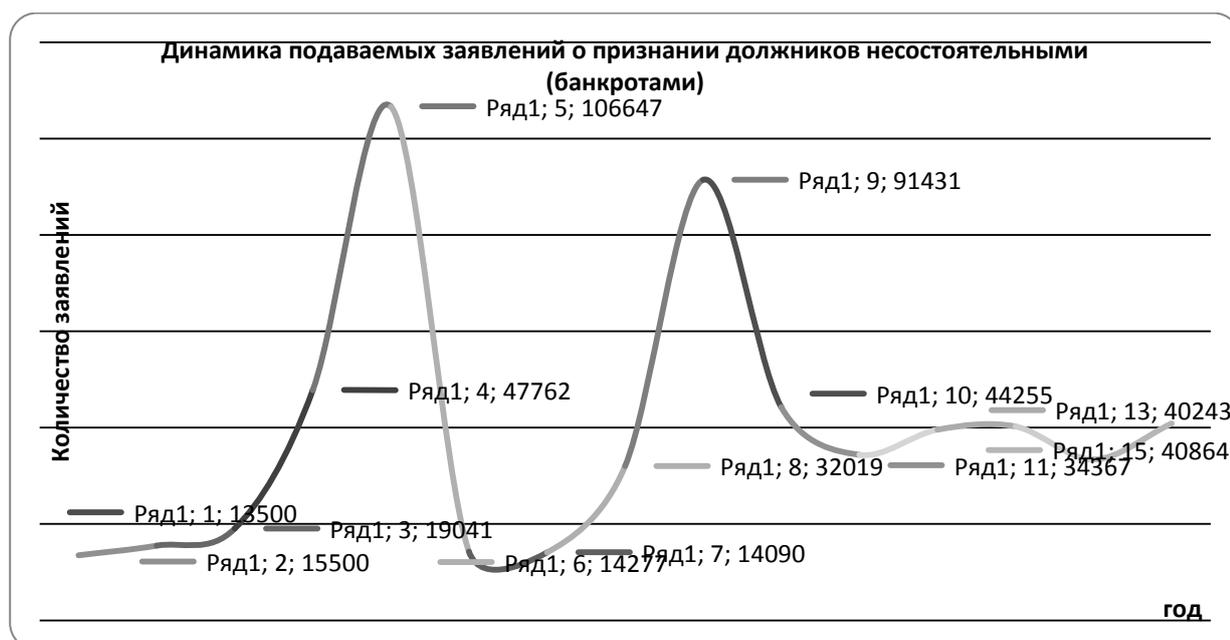
**Key words:** entrepreneurial risk; maximum profit; financial loss; bankruptcy.

---

В настоящее время государство как никогда предъявляет высокие требования к экономическим наукам в теории и практике. Для выполнения этой задачи современные экономисты должны владеть глубокими теоретическими и практическими знаниями. Изучение экономических явлений и процессов состоит и в установлении экономических и количественных связей между ними. Решение этой задачи осуществляется с помощью экономико-математических методов, которые устанавливают эти связи, а также составляют математические модели различных экономических систем и находят оптимальные решения поставленных экономических задач. Для их решения используются различные разделы теории вероятностей и математической статистики, общей и экономической статистики, теории игр и игры с природой. Экономические явления рассматриваются как в условиях определенности, а чаще всего в условиях риска. Большинство экономических задач состоит в нахождении оптимального выбора, то есть нахождении наибольшего и наименьшего значения некоторой функции. Любой предприниматель, создающий предприятие или фирму заинтересован в получении наибольших доходов. Оптимальный результат зависит от многих показателей: объема выручки, постоянные и переменные затраты, себестоимости выпущенной продукции и др. Нередко, в погоне за прибылью и со-

кращением издержек, многие фирмы сталкиваются с определенными рисками, что в дальнейшем приводит к нежелательным последствиям. Использование неквалифицированной рабочей силы, ошибки планирования, отсутствие внедрения научно-технических новшеств, нехватка инвестирования и многие другие факторы, все это вызывает потери предпринимательской прибыли, проявляющиеся в дополнительных затратах или прямых потерях имущества, продукции, оборудования. Данная проблема возникла в России не так давно, с развитием рыночных отношений, когда руководители организаций были вынуждены самостоятельно принимать управленческие решения, исход которых мог стать неоднозначным. С одной стороны, риск предполагает возможность негативных отклонений показателей и возникновение материальных потерь. Но, с другой стороны, современная предпринимательская деятельность невозможна без риска, ведь, как правило, наибольшую прибыль приносят операции с повышенным риском. Вероятность получения прибыли или потерь можно определить по формуле:  $P_i = \frac{N_i}{N_r}$ , где  $N_i$  - число  $i$ -х случаев получения прибыли или убытков,  $N_r$  - общее число случаев в генеральной выборке. Поэтому, важно придерживаться меры и оптимизировать риски, рассчитывая их до максимально допустимого предела.

Согласно данным статистики, многие предприятия оказываются нерентабельными в связи с материальными потерями и, как следствие, возрастающим долгом. На рисунке представлен график динамики банкротства организаций.



К примеру, в Самарской области в 2016 году число прибыльных организаций упало на 1,4 %, а число убыточных организаций в регионе выросло на 3,5 %. Для того, чтобы выйти на достойный уровень по финансовым показателям, предприятия должны, в первую очередь, следить за качеством предоставляемых услуг. Поэтому, соотношение прибыльности и качества должно быть оптимальным.

**Доля прибыльных и убыточных крупных и средних организаций за январь-август 2016 года представлена в таблице:**

	Прибыльные организации		Убыточные организации	
	сумма прибыли, млн. руб.	Их доля в % к общему числу	сумма убытка, млн. руб.	Их доля в % к общему числу
Всего:	51543	72,6	14766	27,4
Из них:				
Сельское, лесное хозяйство, охота	2255	70,0	1048	30,0
Рыболовство	1107	95,2	2,5	4,8
Добыча полезных ископаемых	603	57,1	1630	42,9
Обрабатывающие производства	4088	72,7	8456	27,3
Производство электроэнергии, газа и воды	1025	60,6	567	39,4
Строительство	440	57,1	198	42,9
Торговля в розницу и оптом	4044	82,4	1569	17,6
гостиницы и рестораны	383	88,9	8,5	11,1
транспорт и связь	2542	74,2	856	25,8
аренда и предоставление услуг	143	59,2	293	40,8
здравоохранение и социальные услуги	149	80,0	48	20,0
Прочие коммунальные и персональные услуги	1775	66,7	74	33,3
образование	134	79,1	16	20,9

В настоящее время одним из важнейших факторов роста рентабельности является работа предприятий, связанная с ресурсосбережением, что непременно приводит к снижению себестоимости продукции и, как следствие, росту прибыли. Таким образом, для того, чтобы избежать банкротства и максимизировать прибыль, современные предприятия должны осуществлять следующие меры:

1. Инвестировать капитал в проведение эффективной политики по подготовке персонала;
2. Увеличивать конкурентоспособность предприятия за счет улучшения качества выполняемых работ;
3. Сокращать издержки производства, повышая уровень производительности труда;
4. Выявить и устранить перерасхода денежных средств на управленческие и коммерческие расходы;
5. Сокращать непроизводительные расходы и производственный брак;
6. Исследовать современные автоматизированные средства для выполнения работ.

#### **Библиографический список**

1. Гранатуров И. А. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения : учебное пособие. – М. : Изд-во «Дело и сервис», 1999. – 112 с.
2. Дубров А. М., Лагоша Б. А., Хрусталева Е. Ю. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе : учеб. пособие. – Москва : Финансы и статистика, 1999
3. Михайлова Н. И. Прибыль предприятия и ее планирование. Факторы максимизации прибыли // Планово-экономический отдел. – 2007. – № 2. – С. 35–40.
4. Официальная статистика: Росстат.
5. Уфимцева Л. И., Вологжанинов Д. Д. Оценка текущей стоимости фирмы в рискованных ситуациях // Электронный научный журнал. По материалам научно-практической конференции 30 ноября 2015 г. «Наука и образование в 21 веке». – 2015. – № 2 (2). – С. 671–675.



**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ  
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,  
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»  
В 2017 ГОДУ**

Дата	Название
15–16 января 2017 г.	Информатизация общества: социально-экономические, социокультурные и международные аспекты
17–18 января 2017 г.	Развитие творческого потенциала личности и общества
20–21 января 2017 г.	Литература и искусство нового века: процесс трансформации и преемственность традиций
25–26 января 2017 г.	Региональные социогуманитарные исследования: история и современность
5–6 февраля 2017 г.	Актуальные социально-экономические проблемы развития трудовых отношений
10–11 февраля 2017 г.	Педагогические, психологические и социологические вопросы профессионализации личности
15–16 февраля 2017 г.	Психология XXI века: теория, практика, перспективы
16–17 февраля 2017 г.	Общество, культура, личность в современном мире
20–21 февраля 2017 г.	Инновации и современные педагогические технологии в системе образования
25–26 февраля 2017 г.	Экологическое образование и экологическая культура населения
1–2 марта 2017 г.	Национальные культуры в социальном пространстве и времени
3–4 марта 2017	Современные философские парадигмы: взаимодействие традиций и инновационные подходы
5–6 марта 2017 г.	Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях
13–14 марта 2017 г.	Актуальные проблемы современных общественно-политических феноменов: теоретико-методологические и прикладные аспекты
15–16 марта 2017 г.	Социально-экономическое развитие и качество жизни: история и современность
20–21 марта 2017 г.	Гуманизация обучения и воспитания в системе образования: теория и практика
25–26 марта 2017 г.	Актуальные вопросы теории и практики филологических исследований
29–30 марта 2017 г.	Развитие личности: психологические основы и социальные условия
5–6 апреля 2017 г.	Народы Евразии: история, культура и проблемы взаимодействия
7–8 апреля 2017 г.	Миграционная политика и социально-демографическое развитие стран мира
10–11 апреля 2017 г.	Проблемы и перспективы развития профессионального образования в XXI веке
15–16 апреля 2017 г.	Информационно-коммуникационное пространство и человек
20–21 апреля 2017 г.	Здоровье человека как проблема медицинских и социально-гуманитарных наук
22–23 апреля 2017 г.	Социально-культурные институты в современном мире
25–26 апреля 2017 г.	Детство, отрочество и юность в контексте научного знания
28–29 апреля 2017 г.	Культура, цивилизация, общество: парадигмы исследования и тенденции взаимодействия
2–3 мая 2017 г.	Современные технологии в системе дополнительного и профессионального образования
5–6 мая 2017 г.	Теория и практика гендерных исследований в мировой науке
7–8 мая 2017 г.	Социосфера в современном мире: актуальные проблемы и аспекты гуманитарного осмысления
10–11 мая 2017 г.	Риски и безопасность в интенсивно меняющемся мире
13–14 мая 2017 г.	Культура толерантности в контексте процессов глобализации: методология исследования, реалии и перспективы
15–16 мая 2017 г.	Психолого-педагогические проблемы личности и социального взаимодействия
20–21 мая 2017 г.	Текст. Произведение. Читатель

25–26 мая 2017 г.	Инновационные процессы в экономической, социальной и духовной сферах жизни общества
1–2 июня 2017 г.	Социально-экономические проблемы современного общества
5–6 июня 2017 г.	Могучая Россия: от славной истории к великому будущему
10–11 сентября 2017 г.	Проблемы современного образования
15–16 сентября 2017 г.	Новые подходы в экономике и управлении
20–21 сентября 2017 г.	Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы
25–26 сентября 2017 г.	Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения
28–29 сентября 2017 г.	Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации
1–2 октября 2017 г.	Иностранный язык в системе среднего и высшего образования
5–6 октября 2017 г.	Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований
12–13 октября 2017 г.	Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития
13–14 октября 2017 г.	Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях
15–16 октября 2017 г.	Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия
17–18 октября 2017 г.	Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации
20–21 октября 2017 г.	Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования
25–26 октября 2017 г.	Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов
28–29 октября 2017 г.	Наука, техника и технология в условиях глобализации: парадигмальные свойства и проблемы интеграции
1–2 ноября 2017 г.	Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия
3–4 ноября 2017 г.	Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования.
5–6 ноября 2017 г.	Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы
7–8 ноября 2017 г.	Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления
10–11 ноября 2017 г.	Формирование культуры самостоятельного мышления в образовательном процессе
15–16 ноября 2017 г.	Проблемы развития личности: многообразие подходов
20–21 ноября 2017 г.	Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования
25–26 ноября 2017 г.	История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему
1–2 декабря 2017 г.	Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях
3–4 декабря 2017 г.	Проблемы и перспективы развития экономики и управления
5–6 декабря 2017 г.	Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук

## ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

Название	Профиль	Периодичность	Наукометрические базы	Импакт-фактор за 2015 г.
Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера»	Социально-гуманитарный	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Directory of open access journals (Швеция),</li> <li>• Open Academic Journal Index (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Global Impact factor (Австралия),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• Universal Impact Factor,</li> <li>• Infobase Index (Индия)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor – 1,041,</li> <li>• Scientific Indexing Services – 1,09,</li> <li>• General Impact Factor – 2,1825,</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor – 4,22,</li> <li>• Research Bible – 0,781,</li> <li>• Infobase Index – 2,06,</li> <li>• РИНЦ – 0,119</li> </ul>
Чешский научный журнал «Paradigmata poznání»	Мультидисциплинарный	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• General Impact Factor за 2015 г. – 1,5947,</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor за 2015 г. – 4,061.</li> </ul>
Чешский научный журнал «Ekonomické trendy»	Экономический	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия)</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный журнал «Aktuální pedagogika»	Педагогический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия)</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный журнал «Akademická psychologie»	Психологический	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия)</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный и практический журнал «Sociologie člověka»	Социологический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия)</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	
Чешский научный и аналитический журнал «Filologické vědomosti»	Филологический	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия)</li> <li>• Research Bible (Китай)</li> </ul>	

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»*)  
или в России  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»*)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- Редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок).
- Изготовление оригинал-макета.
- Дизайн обложки.
- Печать тиража в типографии.

Данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг «**Премиум**» включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

**Другие варианты** будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

**PUBLISHING SERVICES**  
**OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –**  
**VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- ✓ training manuals;
- ✓ autoabstracts;
- ✓ dissertations;
- ✓ monographs;
- ✓ books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic  
(in the output of the publication will be registered

*Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»*)

or in Russia

(in the output of the publication will be registered

*Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»*)

We carry out the following activities:

- Editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors).
- Making an artwork.
- Cover design.
- Print circulation in typography is by arrangement.

These types of work can be carried out individually or in a complex.

«Premium» package includes:

- editing and proofreading of the text;
- production of an artwork;
- cover design;
- printing coloured flexicover;
- printing copies in printing office;
- ISBN assignment;
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic;
- sending books to the author by the post.

Other options will be considered on an individual basis. For questions and requests you can contact us by e-mail [sociosphere@yandex.ru](mailto:sociosphere@yandex.ru).

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
Institute of Economics, Finance and Business, Bashkir State University  
Faculty of Business Administration, University of Economics in Prague

## **PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY AND MANAGEMENT**

Materials of the IV international scientific conference  
on December 3–4, 2016

Articles are published in author's edition.  
The original layout – I. G. Balashova

Do sazby 12.12.2016  
Formát 60x84/16  
Papír bílý standardní  
Počet tiskových archů 12,14.  
Tiráž 100 ks

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:  
Identifikační číslo 29133947 (29.11.2012)  
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika.  
Tel. +420608343967,  
web site: <http://sociosfera.com>,  
e-mail: [sociosfera@seznam.cz](mailto:sociosfera@seznam.cz)