

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

# НАУКА XXI ВЕКА: АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

*Сборник научных статей  
V Международной заочной  
научно-практической конференции*

*17 апреля 2017 года*

*Выпуск 1*

*Часть 2*

Самара  
Издательство  
Самарского государственного экономического университета  
2017

Материалы конференции размещены в системе РИНЦ

**Редакционная коллегия:** д.э.н., профессор Г.Р. Хасаев; д.э.н., профессор С.И. Ашмарина (отв. редакторы); д.э.н., профессор А.П. Жабин; д.э.н., профессор Д.В. Чернова; д.э.н., профессор Л.А. Сосунова; д.п.н., профессор Э.П. Печерская; д.э.н., профессор Т.А. Корнеева; к.с.н., доцент Е.В. Ширнина; доцент М.В. Китаева; к.э.н., доцент Н.В. Никитина; к.э.н., доцент С.Н. Пичкуров; к.э.н., доцент Н.В. Полянская; д.и.н., профессор Н.Ф. Тагирова; к.э.н., доцент А.А. Чудаева; д.э.н., доцент Е.В. Погорелова; И.А. Плаксина (отдел сопровождения конкурсов и грантов); к.э.н. В.В. Климук; старший преподаватель Е.В. Климук; к.филол.н., доцент А.В. Никишова; к.э.н., доцент Г.Я. Житкевич; к.э.н., доцент М.К. Толымгожинова; к.э.н., доцент А.С. Койчубаев; к.э.н. А.М. Измайлов (отв. секретарь-референт)

НЗ4      **Наука XXI века: актуальные направления развития** : сб. науч. ст. V Междунар. заоч. науч.-практ. конф., 17 апр. 2017 г. / [редкол.: Г.Р. Хасаев, С.И. Ашмарина (отв. ред.) и др.]. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2017. - Вып. 1, ч. 2. - 462 с.  
ISBN 978-5-94622-739-1      -      ISBN 978-5-94622-741-4 (ч. 2)

Сборник научных статей V Международной заочной научно-практической конференции "Наука XXI века: актуальные направления развития" посвящен рассмотрению комплекса научно-теоретических и методических вопросов развития общества в современных экономических условиях в следующих областях науки: региональная экономика; экологические науки; педагогические науки и психология; социологические науки и политология; филологические науки и языкознание; исторические науки; экономические науки и менеджмент; математико-статистические науки; информационные технологии в образовании, экономике и менеджменте; философские науки; юридические науки.

В представленных статьях дается анализ теоретических и методических подходов экономического и организационного развития в современных условиях, предлагаются новые научно-методические направления инновационного развития экономики и общества.

Сборник представляет интерес для научных работников, аспирантов, студентов, а также руководителей и специалистов предприятий.

УДК 001  
ББК 4215

ISBN 978-5-94622-739-1  
ISBN 978-5-94622-741-4 (ч. 2)

© Авторы научных статей, 2017  
© ФГБОУ ВО "Самарский государственный  
экономический университет", 2017

*УДК 658.51*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ "ЗЕЛеной" ЛОГИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

© 2017 Голоднюк Злата Витальевна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sseu-conf@mail.ru

**Ключевые слова:** тенденции, тренды, "зеленая" логистика, глобализация.

В представленной статье автором рассматриваются основные тренды и тенденции развития "зеленой" логистики в условиях глобализации.

Так как наша повседневная жизнь с каждым днем набирает все более и более ускоренный темп развития, то все больше каждый человек задается вопросом о состоянии окружающей нас среды. Как сохранить природу еще на долгие годы вперед? Какие правила и действия должна ввести компания, чтобы не загрязнять воздух, воду, землю? При этом любая деятельность мировых хозяйствующих субъектов тесно связана с логистическими процессами на глобальном уровне. Из-за этого в логистической области возникают новые природоохранные проблемы, цели и задачи, при решении которых логистика становится "зеленой".

"Зеленая логистика" на сегодняшний день - это не только современное западное направление, но и научная концепция, теория ведения современного бизнеса.

"Зеленая логистика", как и в принципе вся логистика в целом, является совсем еще не развитой концепцией в России, исходя из данного факта, можно предположить, что взаимосвязь методов "зеленой логистики" и принципов бенчмаркинга в данной отрасли должна стать значительным преимуществом компании на международном уровне рынка.

---

\* Научный руководитель - **Карпова Наталья Петровна**, доктор экономических наук, доцент, профессор.

Рассмотрим два примера лучших зарубежных компаний по внедрению принципов "зеленой логистики".

Компания DHL, уделяя огромное внимание инновациям, способствуя их развитию, стремится к бесконечному процессу улучшения результативности своей деятельности, базируясь на использовании принципов логистики. Так, DHL запустила сервис GOGREEN, основа которого заключается в том, что компания ведет учет выбросов диоксида углерода при перевозке одного груза с момента его приемки и до момента доставки покупателю. При получении груза клиент уже будет осведомлен об этой мере и поэтому может заплатить на 3% больше, чем следует за доставку его груза, в свою очередь компания пожертвует собранные деньги в программы защиты климата по всему миру.

Так же в Бельгии существует логистический центр "Tayota", где в начале 2013 года были установлены 2 ветряные турбины. Каждая турбина вырабатывает 3 МВт электроэнергии, а совместная ежегодная производительность составила 17,1 МВт/ч. Помимо этого на заводах "Toyota" в Великобритании и Франции появились солнечные батареи для выработки электроэнергии.

Проводя анализ состояния данного вопроса в отечественных компаниях, можно выяснить, что в Российской Федерации существует ряд барьеров, которые не дают возможности для быстрого роста "зеленых" технологий.

К таким сдерживающим факторам относится:

- низкая заинтересованность населения страны в вопросах экономии природных ресурсов, бережливого отношения к ней, а так же злостное природоиспользование.

- не существуют какие-либо государственные нормативно-правовые акты и механизмы, стимулирующие применение принципов экологичности.

- технологии, требующиеся для "зеленой логистики", достаточно дорогие, поэтому не каждый предприниматель захочет инвестировать в них, так как срок окупаемости данных технологий достаточно велик и поначалу компании просто не выгодно вкладываться в такое оборудование.

Но несмотря на вышеперечисленные минусы, некоторые российские и международные компании уже применяют "зеленую" концепцию ведения бизнеса.

Основной базой для принятия таких решений стали:

- увеличение количества "осведомленных" покупателей и желание приобрести экологически чистый продукт.

- в связи с тем, что компаниям, работающим на внешнем рынке нужно соответствовать требованиям партнеров, а за рубежом стремительно развивается направление экологистики.

Говоря о российских достижениях в области "зеленой логистики", можно рассмотреть компанию ОАО "РЖД", в которой уже активно реализуется экологическая стратегия.

Перечислим основные меры, направленные на реализацию экологической стратегии ОАО "РЖД":

1. Инфраструктурные меры:



- Перевооружение инфраструктуры.
- Модернизация подвижного состава.

## 2. Технические меры:

- Устройства для возобновления энергии солнца и ветра.
- Акустические системы отпугивания животных.
- Шумозащитные экраны.

## 3. Технологические меры:

- Применение энергооптимальных графиков движения поездов.
- Безбумажные технологии документаоборота.

4. Культурные меры направлена на формирование корпоративной культуры путем вовлечения персонала холдинга в дело сохранения природы.

Перспективы развития "зеленой" логистики в Российской Федерации состоят в следующем:

- инвестирование в развитие и строительство новых логистических и мультимодальных центров, которые позволят повысить эффективность логистических предприятий и грузовых перевозок в целом по стране;

внедрение специальных технологий на склад для рационального использования складского помещения и, исходя из этого, сокращение территории склада и энергопотребления;

- развитие транспортной системы, транспортных развязок, строительство новых, практичных дорог;

- сокращение доли автомобильных перевозок, тем самым развивая морскую и водную логистику.

- осведомление покупателей об экологической направленности деятельности компании путем маркировки упаковки специальными знаками;

- развитие и стимулирование переработки отходов, снижение тарифов на утилизацию (многие компании из-за высоких цен на утилизацию не довозят отходы до перерабатывающих зон и оставляют их у ворот утилизационных предприятий).

Результаты применения "зеленых" технологий на предприятиях могут быть следующие:

1. Разумное применение абсолютно всех ресурсов компании: использование оборотной тары и ее вторичная обработка, сокращение энергорасходов за счет теплоизоляции складов и использования солнечных плит, переход от бумажного документаоборота к электронному, а так же составление плана оптимальных маршрутов.

2. Увеличение степени природоохранной защиты, сокращение степени наносимого урона окружающей среде за счет всех вышеперечисленных способов и технологий "зеленой логистики".

3. Повышение мотивации предпринимателей с помощью нормативных актов.

4. Повышение квалификации сотрудников в области экологии.

5. Повышение уровня осведомленности и мотивации потребителей.

Учитывая тот факт, что российская логистика является "зарождающейся" концепцией, применение методологии "зеленой логистики" может стать вполне обоснованным конкурентным преимуществом любой компании.

1. Журавская М.А. Бенчмаркинговые технологии в решении транспортных проблем // Инновационный транспорт. 2013. № 3 (9). С. 48-53.
2. Кизим А.А., Кабертай Д.А. Современные тренды зеленой логистики в условиях глобализации // Логистика. 2013. № 1. С. 46-49.
3. Александрова К. "Зеленая" логистика позволила сэкономить 60 млн евро. URL: [http://www.lenoblin-form.ru/apps/news/2011/11/08/zelenayalogistika-pozvolila-sekonomit-okolo-mln-e/?cat\\_ids=3](http://www.lenoblin-form.ru/apps/news/2011/11/08/zelenayalogistika-pozvolila-sekonomit-okolo-mln-e/?cat_ids=3) (дата обращения: 10.04.2016).
4. "Зеленая" логистика "Тойоты". URL: <http://www.stslogistics.net/press/4080.html> (дата обращения: 09.04.2016).
5. Кириллов И. Экология в приказном порядке // Коммерсантъ. Секрет Фирмы. - 2011. - № 3 (307). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1592409>.
6. Спрингер Ю. Зеленый свет "зеленой" логистике. URL: <http://ru.sap.info/зеленый-свет-зеленой-логистике/15650> (дата обращения: 10.04.2016).
7. Журавская М.А. "Зеленая" логистика - стратегия успеха в развитии современного транспорта // Вестник Уральского государственного университета путей сообщения. 2015. № 1 (25). С. 38-48.
8. Zhuravskaya M., Tarasyan V. Forming of the regional core transport network taking into account the allocation of alternative energy sources based on artificial intelligence methods // Transport Problems. 2014. Т. 9. №4. С. 121-130.
9. Карпова Н.П., Бекетова О.Ю. Использование принципов "зеленой" логистики в деятельности поставщиков логистических услуг // Современные тенденции в науке, технике, образовании : сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф., 31 янв. 2016 г. Ч. 3. Смоленск : ООО "Новаленсо", 2016. С. 104-107.
10. Карпова Н.П., Воронова Ю.И. Тенденции внедрения "зеленой" логистики в деятельность современных предприятий // Наука XXI века: актуальные направления развития. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. Ч. 1. С. 95-98.

## CONTEMPORARY TRENDS OF "GREEN" LOGISTICS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

© 2017 Golodnyuk Zlata Vitalyevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: sseu-conf@mail.ru

**Keywords:** tendencies, trends, "green" logistics, globalization.

In the presented article the author considers the basic trends and tendencies of development of "green" logistics in the conditions of globalization.

## **ВЛИЯНИЕ КРУПНОМАСШТАБНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ В ГОРОДЕ САМАРЕ**

© 2017 Гришина Яна Михайловна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: grischina.ian@yandex.ru

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, инвестиционный потенциал, инвестиционный риск.

Изучены факторы инвестиционной привлекательности Самарской области, рассмотрена возможность ее повышения посредством проведения современных крупных спортивных мероприятий международного уровня на примере Чемпионата мира по футболу - 2018 в городе Самаре.

Современные крупномасштабные спортивные мероприятия выступают важной составляющей спортивной и культурной жизни страны в мировом масштабе. Они являются центром внимания тысяч, миллионов и миллиардов людей практически во всех странах мира. Поэтому, для страны, претендующей на роль хозяйки, важно сформировать положительный имидж, международный авторитет и признание, что также необходимо сделать и другим участникам, таким как регионы, спортивные организации, предприятия малого и среднего бизнеса, спонсоры и другие лица, которые имеют отношение к процессу реализации таких масштабных мероприятий.

Для участия в масштабных спортивных состязаниях города страны-хозяйки осуществляют множество отборочных туров, подготовительных работ, что является важным аспектом в формировании инвестиционной привлекательности региона.

В нашей стране намечено проведение Чемпионата мира по футболу в 2018 году. В рамках данного мероприятия примут участие 11 регионов, которые проведут на своей территории несколько матчей. При этом стоит отметить, что для Самарской области это является возможностью создания не только мультипликативных эффектов, укрепления экономической базы и своей позиции как делового и культурного центра Российской Федерации, но и для совершенствования инвестиционного климата региона.

Инвестиционная активность - это интенсивность привлечения инвестиций в региональную экономику. Инвестиционный потенциал региона выступает объемом инвестиций, который возможно привлечь в его экономику за счет всех источников финансирования, исходя из наличия различных экономических, социальных и природных ресурсов, географического положения и других объ-

активных предпосылок, значимых для роста в нем инвестиционной активности. Так как инвестиционная привлекательность оценивается с позиции своеобразного синтеза инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков, то важно определить компоненты инвестиционного потенциала.

По словам Леонова, инвестиционный потенциал региона состоит из следующих видов (табл. 1).

*Таблица 1*

**Виды инвестиционного потенциала\***

| <b>№</b> | <b>Вид</b>                               | <b>Характеристика</b>                                                                                                               |
|----------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | Производственный потенциал               | рассматривается как совокупный результат хозяйственной деятельности населения в регионе                                             |
| 2        | Финансовый потенциал                     | определяется общей суммой налоговых и иных денежных поступлений в бюджетную систему.                                                |
| 3        | Ресурсно-сырьевой потенциал              | рассчитывается на основе средневзвешенной обеспеченности территории региона балансовыми запасами основных видов природных ресурсов. |
| 4        | Инфраструктурный потенциал               | в основе расчета положена оценка экономико-географического положения региона и уровня развития его инфраструктуры                   |
| 5        | Потребительский потенциал                | определяется как совокупная покупательная способность населения региона.                                                            |
| 6        | Трудовой потенциал                       | получается на основе данных о численности экономически активного населения и его образовательном уровне                             |
| 7        | Информационно-коммуникационный потенциал | отражает охват организаций, региона глобальной информационной сетью Интернет.                                                       |
| 8        | Инновационный потенциал                  | оценивается посредством анализа результативности инновационной и научно-технической деятельности в регионе                          |
| 9        | Институциональный потенциал              | оценивается как уровень развития институтов рыночной экономики и институциональной среды в регионе                                  |

\* Леонов В.А. Направления повышения инвестиционной привлекательности региона // Региональный экономический журнал. 2011. № 1.

В конечном счете, инвестиционный потенциал рассматривается как совокупность социально-экономических факторов, обеспечивающих инвестору наиболее высокую полезность и отдачу от вложенных средств. Очевидно, что чем выше инвестиционный потенциал региона, тем выше его инвестиционная привлекательность. Следовательно, высока вероятность привлечения большего объема инвестиций в Самарскую область, что в конечном счете оказывает влияние на инвестиционный климат, на повышение качества жизни населения, на совершенствование институциональной среды, а также на формирование национального и международного имиджа региона.

Рассмотрим влияние на Самарскую область такого крупномасштабного мероприятия, как Чемпионат мира по футболу 2018.

По данным Министерства строительства Самарской области общий объем финансирования Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в Самарской области составляет 46,7 млрд рублей. К работам, проводимым на этапах подготовки к

этому мероприятию, относятся строительство спортивной площадки "Самара Арена", строительство и реконструкция тренировочных площадок, строительство гостиниц, реконструкция и модернизация международного аэропорта Курумоч, ремонт фасадов и кровель многоквартирных домов, расположенных на улицах "гостевого маршрута" не являющихся объектами культурного наследия; проектирование, ремонт и реставрация объектов историко-культурного наследия, расположенных вдоль гостевых туристических маршрутов (110 объектов), ремонт автомобильных дорог, проектирование и строительство водопроводных и канализационных систем и др.

Такой объем работ приводит к росту производственного потенциала региона в результате выполнения работ и услуг по подготовке и проведению ЧМ-2018. Согласно плану, будет произведено работ и услуг на сумму более 50 млрд рублей.

Далее стоит отметить инфраструктурную составляющую. ЧМ-2018 предполагает создание развитой транспортно-логистической системы, модернизацию улично-дорожной сети, транспортной инфраструктуры города, строительство и реконструкцию спортивных площадок, гостиниц, реконструкцию объектов культурного наследия, создание "гостевых маршрутов", что позволит снизить затраты на логистику, снизить транспортные затраты, повысить производительность труда, повысить качество жизни и работы сотрудников бизнеса.

Обратим внимание на нематериальные последствия проведения Чемпионата мира, к которым можно отнести сокращение заболеваемости, увеличение продолжительности и качества жизни, сокращение криминогенности в обществе в результате возрастания спортивной активности населения.

Потребительский потенциал также возрастет. Это произойдет за счет роста покупательской способности населения, что является одним из важных индикаторов высокого инвестиционного потенциала региона для инвесторов, так как определяет отдачу от проектов. То есть увеличение покупательской способности населения, например, в результате создания новых рабочих мест, повлечет рост совокупного спроса, а следовательно, к увеличению прибыльности инвестиционных проектов<sup>1</sup>.

В рамках трудового потенциала стоит отметить его повышение вследствие увеличения численности занятого населения, повышения производительности труда, создания дополнительных рабочих мест. Например, в данный момент на строительстве стадиона "Самара Арена" задействовано более 2000 человек, что обеспечивает временную занятость в связи с совершенствованием инфраструктуры региона.

Информационно-коммуникационный потенциал также повысится вследствие высокой активности СМИ в области своеобразной рекламы региона, его культурно-исторических памятников, "гостевых" маршрутов, крупных предприятий; населения; государства; бизнеса, что ведет не только к привлечению туристов, но и к формированию положительного имиджа региона. Например, во время проведения крупных соревнований значительно увеличивается телевизионная аудитория, что способствует росту притока инвестиций в некоторые области экономики региона и дает стимул к увеличению спроса со стороны населения на товары (как правило, это бытовая техника и спортивная одежда)<sup>2</sup>. Повышение узнаваемости города, освещение области в качестве стабильной, продвинутой, с точки зрения

инноваций, развитой, надежной является важной составляющей инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности региона.

Кроме всего прочего, вышеуказанные благоприятные условия способствуют притоку внешних специалистов, а также созданию новых предприятий. Повышение уровня жизни, активное развитие инфраструктуры способствует привлечению извне профессионалов высокого уровня. А интеллектуальный капитал, как отмечают многие экономисты, играет особую роль в поддержании конкурентоспособности в будущем.

Развитие рекреационной составляющей, адаптация туристических маршрутов для детской аудитории, организация экскурсии по национальному парку "Самарская Лука" и другим городам области, туры по нескольким городам-организаторам мирового футбольного первенства, организация фестиваля болельщиков FIFA и гостиничного бизнеса обеспечивает комфортное пребывание в регионе, что также является немаловажной составляющей его конкурентоспособности.

Формирование бренда региона представляет собой важную часть повышения его инвестиционной привлекательности. Первым шагом в решении этого вопроса в Самарской области стало создание "Стратегии социально-экономического развития до 2030", "Инвестиционной стратегии Самарской области до 2030 года", определяющие приоритетные направления развития региона, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, а также ее культурного и научного потенциала, географического положения.

Вторым аспектом инвестиционной привлекательности, как отмечалось ранее, являются инвестиционные риски.

По мнению Леонова, на уровне региона можно выделить такие виды рисков (табл. 2).

Таблица 2

#### Виды инвестиционных рисков\*

| № | Вид                  | Характеристика                                                                                                                                |
|---|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Политический риск    | зависит от устойчивости региональной власти и политической поляризации населения.                                                             |
| 2 | Экономический риск   | связан с динамикой экономических процессов в регионе.                                                                                         |
| 3 | Социальный риск      | характеризуется уровнем социальной напряженности.                                                                                             |
| 4 | Криминальный риск    | зависит от уровня преступности с учетом тяжести преступлений.                                                                                 |
| 5 | Экологический риск   | рассчитывается как интегральный уровень загрязнения окружающей среды.                                                                         |
| 6 | Финансовый риск      | отражает напряженность региональных бюджетов и совокупные финансовые результаты деятельности предприятий регионов.                            |
| 7 | Законодательный риск | представляет собой совокупность правовых норм, регулирующих экономические отношения на территории: местные налоги, льготы, ограничения и т.п. |

\* Ройзман И., Бондорева Т. Динамика инвестиционной привлекательности и инвестиционной конкурентоспособности российских регионов в среднесрочной перспективе // Инвестиции в России. 2008. № 9. С. 3-14.

Выделяют также коммерческие и некоммерческие риски. Коммерческие характеризуют отдельные инвестиционные проекты. Некоммерческие - предпринимательский сектор в целом.

Региональные некоммерческие риски определяются большим количеством частных факторов. Отметим важнейшие из них:

- уровень безработицы;
- степень благоприятности регионального законодательства для инвестиций в основной капитал;
- уровень политической стабильности;
- отношение населения к рыночным реформам;
- уровень преступности;
- уровень экологической безопасности и природные климатические условия;
- отношение региональных органов власти к формированию рыночной среды;
- степень дифференциации доходов населения<sup>3</sup>.

Подготовка и проведение Чемпионата мира по футболу - 2018 позволит снизить многие из представленных выше рисков. Рассмотрим немного подробнее в таблице (табл. 3).

Таблица 3

#### Способы снижения рисков

| Вид риска          | Способы снижения                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Экономический риск | Снижаются в результате пополнения бюджета и с ростом экономической активности отраслей, задействованных в подготовке и проведении ЧМ-2018                                                                                        |
| Социальный риск    | Создание новых рабочих мест, повышение производительности труда ведет к снижению уровня безработицы в регионе                                                                                                                    |
| Криминогенный риск | Повышение заинтересованности в спорте, спортивной активности населения способствует снижению криминогенных рисков.                                                                                                               |
| Экологический риск | Выход на международный уровень подталкивает правительство региона модернизировать экологическую политику в регионе и осуществлять более строгий контроль за ее исполнением.                                                      |
| Политический риск  | Совершенствуется институциональная среда, в частности, создаются неформальные институты, которые позволяют населению доносить свои предложения и претензии до власти, следовательно усиливается устойчивость региональной власти |

Также геополитические сложности, исчерпание сложившейся экономической модели развития, эскалация санкций и, как следствие, закрытие мировых рынков капитала для российских предприятий стали серьезным вызовом как для всей экономики России, так и в отдельности для экономики Самарской области. Такая ситуация вызывает некоторые трудности и риски для инвесторов и усложняет инвестиционное планирование. Основная доля компаний рассматривает сложившуюся ситуацию как неблагоприятную для инвестиций, но тем не менее не сокращает свое присутствие в Самарском регионе. В таких непростых условиях в области продолжается запуск новых производств и реализация различных инвестиционных проектов (крупномасштабные инвестиции реализует ОАО "АВТОВАЗ". В 2015 году на предприятии было запущено производство двигателя H4; в сфере химического производства ОАО "КуйбышевАзот" осуществляет крупные

инвестиционные проекты по строительству энергетически эффективного производства циклогексанона и универсальной комплектной линии слабой азотной кислоты; в 2015 году был введен в эксплуатацию первый этап инженерно-транспортной инфраструктуры индустриального парка "Преображенка" на территории муниципального района Волжский и др.)<sup>4</sup> а емкий внутренний рынок, диверсифицированная экономика и наличие высококвалифицированных кадров подчеркивают инвестиционную привлекательность Самарской области.

Проведение матчей ЧМ-2018 на территории Самарской области будет способствовать повышению на международном уровне политического престижа как региона, так и страны в целом. В качестве примера можно отметить Олимпийские игры 2008 года, проходившие в Пекине. Так Член Постоянного комитета Политбюро ЦК КПК, Ли Ланьцин отметил, что "победа Пекина в конкуренции за приобретение права организации Олимпиады 2008 это признание международным сообществом общественной стабильности, социального прогресса и экономического процветания Китая". В то же время взаимный бойкот олимпийских игр 1980 года (СССР) и 1984 года (США) показал, что спорт и политические и геополитические интересы стран эти понятия сильно взаимосвязаны.

Так, политический фактор существенно увеличивает косвенный эффект от организации крупномасштабных спортивных мероприятий, так как факт проведения мега-соревнований значительно преумножает международный авторитет страны и региона, а также признает за ней статус не только мощного экономического и инвестиционного центра, но и лидера мирового спортивного движения. В частности, для России это возможность сделать еще один шаг из "блокады" санкций.

Заметим, что на 2016 год уровень инвестиционного климата в Самарской области относительно других субъектов Российской Федерации оценивается достаточно высоко, хоть и претерпевает незначительное ухудшение по сравнению с 2015 годом. Так, по оценке авторитетного российского рейтингового агентства "Эксперт РА", Самарская область обладает одновременно стабильным и качественным инвестиционным климатом и входит в первые пятнадцать субъектов Российской Федерации по уровню инвестиционного потенциала. Что же касается рисков, то тут регион занимает 20 место, увеличенное на 2 позиции по сравнению с 2015 годом.

Таким образом, планируется, что подготовка и проведение матчей Чемпионата мира по футболу 2018 даст мощную базу для повышения инвестиционного потенциала региона и снижения инвестиционных рисков. Так повысится инвестиционная привлекательность и конкурентоспособность Самарской области как на национальном уровне, так и международной арене<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Гарькина Н.Г., Казайкина С.А. Современные составляющие инвестиционной деятельности в экономике Самарской // Вестник Самарского государственного университета. 2014. № 4.

<sup>2</sup> Кузнецова А.С. Международные спортивные состязания как фактор социально-экономического развития // Физическое воспитание и спортивная тренировка. 2015. № 4.

<sup>3</sup> Исследование инвестиционного климата регионов России: проблемы и результаты. URL: <http://www.raexpert.ru/researches/regions/investclimate>.



<sup>4</sup> Инвестиционная деятельность в 2015 году. URL: [http://economy.samregion.ru/activity/investicii/itogi\\_deyatelnosti/investitsionnaya-deyatelnost-v-2015-godu](http://economy.samregion.ru/activity/investicii/itogi_deyatelnosti/investitsionnaya-deyatelnost-v-2015-godu).

<sup>5</sup> См. также: Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М., 2008;

Ройзман И.И. Динамика инвестиционной привлекательности и инвестиционной конкурентоспособности российских регионов в среднесрочной перспективе // Инвестиции в России. 2008. № 9. С. 3-14;

Тумусов Ф.С. Инвестиционный потенциал региона: Теория. Проблемы. Практика. М. : Экономика, 1999.

## **THE INFLUENCE OF LARGE-SCALE SPORT ACTIVITIES ON THE FORMATION OF THE INVESTMENT ATTRACTION OF THE REGION ON THE EXAMPLE OF THE WORLD FOOTBALL CHAMPIONSHIP IN THE SAMARA CITY**

© 2017 Grishina Yana Mikhaylovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: [grischina.ian@yandex.ru](mailto:grischina.ian@yandex.ru)

**Keywords:** investment attractiveness, investment climate, investment potential, investment risk.

The present work is devoted to the study of the factors of the investment attractiveness of the Samara region, as well as the justification of modern mechanisms for raising it by holding major sports events of the international level by the example of the World Cup 2018 in the city of Samara.

*УДК 330.32:001.895*

## **РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

© 2017 Гумаров Серик Бактыгалиевич

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: [Serikgumarov78@mail.ru](mailto:Serikgumarov78@mail.ru)

**Ключевые слова:** инновации, развитие, экономика, эффективность, инвестиционная политика, промышленная политика.

Излагаются вопросы совершенствования управления инвестиционным развитием экономики на основе повышения инновационного потенциала.

Процесс привлечения инвестиций в экономику страны заключается в реализации стратегии, обеспечении роста производственной деятельности. Взаимодействие и сочетание инвестиций в основной и человеческий капитал ("экономику знаний") дает 80 % экономического роста<sup>1</sup>.

На данный момент Россия является страной с очень низкой долей инвестиций в основной и человеческий капитал в составе ВВП (на 2016 год-17% и 13% соответственно).

В настоящее время экономика России находится на этапе перехода от экономического подъема, вызванного процессами импортозамещения и благоприятной внешней конъюнктуры, к периоду устойчивого экономического роста.

Процесс перехода несколько затянулся, на протяжении последних лет для российской экономики характерны процессы рецессии и стагнации. В 2013 - 2016 гг. мы наблюдали нулевой рост инвестиций, не было роста ввода в действие основных фондов. Недофинансирование является основной причиной стагнации и рецессии.

Привлечение инвестиций является основным атрибутом экономического развития российских предприятий. По данным нашего исследования, на конец декабря 2016 г. иностранный капитал в России составил 300106 млрд. долл., что выше соответствующего показателя 2015 года на 2992 млрд. долл.

В 2014 году происходит снижение на 109463 млрд. долл. вследствие последствий мирового финансового кризиса, 2013 год характеризуется сокращением объемом иностранных инвестиций на 4254 млрд. долл.

#### **Иностранные инвестиции в России, млрд долл.\***

|             | <b>2013</b> | <b>в % к<br/>итогу</b> | <b>2014</b> | <b>в % к<br/>итогу</b> | <b>2015</b> | <b>в % к<br/>итогу</b> | <b>2016</b> | <b>в % к<br/>итогу</b> |
|-------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|------------------------|
| Прямые      | 107560      | 36,2                   | 116199      | 38,72                  | 18415       | 9,66                   | 18120       | 9,72                   |
| Портфельные | 12598       | 4,24                   | 8920        | 2,97                   | 805         | 0,42                   | 780         | 0,418                  |
| Прочие      | 176956      | 59,56                  | 174987      | 58,3                   | 171423      | 89,9                   | 167489      | 89,86                  |
| Итого       | 297114      | 100                    | 300106      | 100                    | 190643      | 100                    | 186389      | 100                    |

\* По данным "Российского статистического ежегодника" за 2013-2016 гг.

Если рассмотреть распределение инвестиций по отраслям в процентном соотношении, то можно увидеть, что на оптовую и розничную торговлю приходилось 17,5%, добычу полезных ископаемых (16,7%), производство металлических изделий (11,8%), деятельность по операциям с недвижимым имуществом, аренде и предоставлению услуг (10,5%);

Среди отраслей промышленности, которые получали и получают иностранные инвестиции, можно выделить:

- машиностроение;
- автомобилестроение;
- электроэнергетику;
- пивоваренную промышленность;
- пищевую промышленность<sup>2</sup>.

Государственные структуры способствуют продвижению и воплощению реальных инвестиционных проектов, направленных на финансирование, строи-

тельство, модернизацию предприятий. Для промышленных предприятий имеет значение, с каким потенциальным иностранным инвестором или партнером можно сотрудничать. Таким образом, инвестиции справедливо рассматривать, как фактор экономического роста и обновления промышленного производства, материальных и нематериальных ресурсов, вкладываемых в объекты предпринимательской деятельности, направленных на достижение экономических и социальных результатов и получение прибыли<sup>3</sup>.

В результате полученных нами исследований, к началу 2017 года российская экономика имеет 1, 3 % роста экономики и 0,3 % промышленного роста. Основными причинами сокращения объемов инвестиционных ресурсов можно назвать следующие:

1. Сокращение бюджетных инвестиций на 2 %;
2. Увеличение доли частных инвестиций на 40 % в номинале;
3. Сокращение доли инвестиционного кредита на 1, 3%;
4. Снижение государственных инвестиций (без среднего и малого бизнеса на 31%).

Важнейшая задача для государства на этапе посткризисного развития - сохранить позитивные и ограничить негативные эффекты, вызванные кризисом, для привлечения инвестиций в российскую экономику<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Аганбегян А. Как нам преодолеть стагнацию // Вольная экономика. 2017. № 1. С. 18-19.

<sup>2</sup> Булавко О.А. Промышленно-инвестиционная политика в посткризисной модернизации российской промышленности : дис. ... д-ра экон. наук. СПб., 2013.

<sup>3</sup> Булавко О.А., Заступов А.В. Механизмы стимулирования инвестиционно-инновационного развития предприятий промышленного комплекса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8. С. 42-48.

<sup>4</sup> Иода Е.В., Булавко О.А., Хмелева Г.А., Иода Ю.В. Модернизационные механизмы формирования нового технологического уклада. Самара : Самар. акад. гос. муницип. управления, 2013.

## **REGULATION OF INVESTMENT ACTIVITIES IN THE PROCESS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY**

© 2017 Gumarov Serik Baktygalievich  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: Serikgumarov78@mail.ru

**Keywords:** innovation, development, economy, efficiency, investment policy, industrial policy.

This article describes the mechanisms for improving the management of economic development of the domestic machine builder-foot complex by enhancing innovation in potential.

## ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ

© 2017 Гурина Екатерина Витальевна  
аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: e.v.berezina@yandex.ru

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, авиакомпании, показатели конкурентоспособности, рынок авиауслуг, пассажирские авиаперевозки.

Перечислены основные показатели, обеспечивающие конкурентоспособность авиакомпании. Автор рассматривает факторы повышения и развития конкурентоспособности авиакомпании, описывает их воздействие.

Конкурентоспособность продукта играет важнейшую роль для обеспечения будущего роста и стабильности текущих позиций<sup>1</sup>. Поэтому каждая компания стремится найти новые пути превзойти соперников.

Конкурентоспособность складывается из совокупности технических (качество и соответствие требованиям безопасности, экологическим нормам), экономических (цена и затраты на содержание) и коммерческих факторов (обслуживание, маркетинг и реклама, имидж компании и т.д.). С появлением новых технологий увеличилось количество характеристик конкурентоспособности.

Качество обеспечивается использованием высокоэффективной техники. Производители стремятся разработать более экономичные и технологичные суда. Однако компании перевозчиков не стремятся быть первыми покупателями, из-за рисков, связанных с эксплуатацией неразработанной машины. Кроме того, не всегда ясна потребность в новых судах до их появления на рынке.

Появившиеся на рынке самолеты De Havilland Comet завоевали огромную долю рынка. Однако позже были обнаружены конструкторские просчеты. За время, потраченное на исправления, лидирующие позиции занял производитель Boeing, который сделал авиаперевозки по-настоящему массовыми за счет увеличения вместимости. Так самолеты De Havilland Comet вмещали от 36 до 101 пассажира, в то время как самолеты компании Boeing вмещали от 280 до 349 пассажиров<sup>2</sup>. Авиакомпания PanAm, начавшая первыми закупать самолеты марки Boeing, значительно усилила свои позиции таким шагом. Самолет Boeing 747 эксплуатируется с середины 70-х до сих пор.

В начале 2000-х наиболее популярны были авиаконструкторы Boeing и Airbus. Они открыли новый этап конкуренции на рынке узкофюзеляжных самолетов. Модернизированные модели Boeing и Airbus привлекают покупателей скидками. Такой шаг обусловлен выходом на рынок новых производителей, например: российский авиаконструктор "Иркут" с самолетом MC-21, китайский

авиаконструктор Comac с судном C919 и канадский авиаконструктор Bombardier близкие по размерам с самолетами Boeing 737-800 и Airbus 319.

Так же на конкурентоспособность влияют различные регуляторы, в роли которых выступают ограничительные меры, вводимые правительствами и законодательными органами различных стран. Они влияют на расширение сети, количество и частоту полетов<sup>3</sup>.

Еще одной из характеристик определяющих конкурентоспособность компании является маркетинг. Рассмотрим те инструменты, которые дают возможность партнерства с другими авиакомпаниями на рынке, в частности код-шеринг и соглашения о блоках мест, соглашение о совместной эксплуатации авиалиний. Суть код-шеринга заключается в установлении коммерческого партнерства между авиакомпаниями: их продукт считается совместным, совместно продается и рекламируется на рынке. Такое сотрудничество облегчает пассажиру бронирование сложных перевозок и дает некоторые преимущества при выполнении полета. Авиакомпании же фактически разделяют прибыли<sup>4</sup>.

В ходе сотрудничества авиакомпаний появляются альянсы, которые создают авиаперевозчики из различных стран. В таком союзе компании остаются юридически самостоятельными, поэтому образование альянсов нельзя считать поглощением или приобретением. У них единая система учета и сбора данных, а так же бронирования билетов, тем самым члены альянса помогают друг другу при возникновении проблем связанных с задержкой и отменой рейсов.

Следующим фактором конкурентоспособности является рынок онлайн-продаж. Здесь наблюдаются те же тенденции, что и в США - рынок онлайн-туризма ежегодно увеличивается в 2 раза. И большая доля туристических услуг приходится на авиа билеты, показатель равен 38-40%. Причем подавляющее большинство, от 95%, билетов оплачивается банковскими картами<sup>5</sup>.

Рост онлайн-покупок авиабилетов в интернете сделал представленность в интернете одной из важных составляющих конкурентоспособности авиакомпании. При этом важно качество сайта. Если он недостаточно прост и удобен для пользователя, клиент предпочтет другую авиакомпанию, чтобы не тратить время на изучение сайта, даже если билет будет дороже.

Все большее распространение получила тенденция поиска и бронирования перелета и дополнительных услуг через мобильные приложения. Такие сервисы предлагают не только более низкие цены, также возможна рассрочка и есть возможность заморозить цену на выбранный билет на 24 часа. Возможно самостоятельно пройти регистрацию на рейс, получив sms-оповещение о начале регистрации. 90% пассажиров, опрошенных SITA, заявили, что информация о статусе рейса на экране мобильного телефона и самостоятельный выход на посадку выступают для них наиболее востребованными технологиями самообслуживания<sup>6</sup>. В свою очередь авиакомпания может сократить затраты на регистрацию путешественников в аэропорту.

С появлением мобильных технологий клиент может найти, забронировать и оплатить билет в любое время суток, в любом месте, выбрать удобное место в самолете, заказать дополнительные услуги, например питание на борту, допол-

нительный багаж, использование залов для премиальных классов пассажирами, которые летят эконом-классом, и т.п. Упрощение покупки стимулирует объем продаж дополнительных сервисов, тем самым увеличивая доходы компании.

Еще одной составляющей конкурентоспособности являются программы по повышению лояльности клиентов. Это представленность авиакомпании в социальных сетях, информирование о проводимых акциях и специальных предложениях, стимулирующие компании, такие как накопление миль и т.п. Для обеспечения этого фактора более 80% аэропортов и авиакомпаний инвестируют в решения бизнес-аналитики.

На начальной стадии успех авиакомпаний в конкурентной борьбе зависел от исходных ресурсных преимуществ<sup>7</sup>, однако в современных условиях больше дивидендов приносит маркетинг, который стал более разнообразным благодаря развивающимся информационным технологиям.

---

<sup>1</sup> См.: Болгова Е.В., Носков В.А., Носков И.В. Инфраструктурный каркас экономического пространства региона : монография. Самара : Изд-во СамГУПС, 2011;

Носков В.А., Носков И.В. Теория экономического пространства и развитие транспортной инфраструктуры региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 5 (55). С. 73-77.

<sup>2</sup> URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Boeing\\_707](https://ru.wikipedia.org/wiki/Boeing_707) (дата обращения: 25.03.2017).

<sup>3</sup> Носков В.А., Носков И.В. Роль транспортных услуг в устойчивом развитии регионов в мировой экономике // Вестник самарского государственного экономического университета. 2013. № 12 (110). С. 102-107.

<sup>4</sup> Костромина Е.В. Авиатранспортный маркетинг. М. : Инфра-М, 2013. С. 51-52.

<sup>5</sup> URL: <https://www.finam.ru/analysis/conf00001/turizm-2017-leto-ne-za-gorami-20170310-12000> (дата обращения: 26.03.2017).

<sup>6</sup> Зверева П. Мобильные устройства в аэропорту: пассажиры готовы к самостоятельности // Авиатранспортное обозрение. 2013. 25 мая. URL: <http://www.ato.ru/content/mobilnye-ustroystva-v-aeroportupassazhiry-gotovy-k-samostoyatelnosti> (дата обращения: 27.05.2013).

<sup>7</sup> Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. Управление конкурентоспособностью. М. : Омега-Л, 2008. С. 29.

## MAIN COMPETITIVENESS INDICATORS OF AIRLINES

© 2017 Gurina Ekaterina Vitalyevna

Postgraduate

Samara State University of Economics

E-mail: [evgurina1@gmail.com](mailto:evgurina1@gmail.com)

**Keywords:** competitiveness, competitiveness indicators, air services market, passenger air transportation.

The article considers the indicators that make the airline competitive. Author considers factors influencing the competitiveness of airlines and describes their effects.

## ФОНДЫ ETF НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ

© 2017 Данилин Дмитрий Сергеевич

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: faberge-original@mail.ru

**Ключевые слова:** биржевой инвестиционный фонд, ETF, инвестиционные инструменты, акции фонда еврооблигаций, индекс РТС.

Рассмотрен сравнительно новый для российского рынка ценных бумаг тип инвестиционных инструментов - биржевой инвестиционный фонд (ETF). Приведены примеры ETF, которые может купить средний российский инвестор, раскрыты ключевые особенности инвестирования в данный тип инструмента применительно к РФ.

Нестабильное состояние экономической системы РФ, вызванное как политическими, так и экономическими факторами привело к существенному ухудшению инвестиционного климата, повышению общего уровня риска на инвестициях, обесцениванию национальной валюты и снижению кредитного рейтинга<sup>1</sup>. Низкий уровень информационного обеспечения и отсутствие строгого контроля государственных органов в кредитно-финансовой сфере, на фоне глубокого кризиса всех сфер общественной жизни, привели к тому, что для большинства инвесторов практика торговли финансовыми инструментами обернулась ощутимыми потерями и утратой доверия к финансовым институтам<sup>2</sup>. В связи с чем, возникает закономерный вопрос о возможности реструктуризации инвестиций в пользу активов зарубежных компаний, что позволит не только избежать потерь, связанных с нестабильной динамикой курса национальной валюты РФ, но и получить возможность заработать на положительной динамике стоимости таких крупных и высокодоходных компаний, как Google, Facebook и др. Нельзя не отметить гораздо более широкий простор для венчурных инвестиций, направленных на поиск эмитентов с высоким потенциалом в развивающихся странах.

Прямой доступ на рынки зарубежных активов для среднего частного российского инвестора ограничен высоким финансовым порогом вхождения, а также другими препятствиями, включая языковой барьер и особенности зарубежного законодательства. Однако эта проблема может быть частично решена при помощи производных финансовых инструментов, позволяющих покупать зарубежные активы в составе "пула", сформированного финансовым посредником. Среди инструментов такого типа в РФ с 2000-х гг. получили распространение паевые инвестиционные фонды (ПИФы).

Следуя мировому тренду развития финансовых инструментов коллективного инвестирования, с 1 сентября 2016 г., российский фондовый рынок получил новый инструмент, позволяющий создавать инвестиционные портфели с высокой степенью диверсификации - биржевые инвестиционные фонды (ETF - exchange trade funds), привязанные к динамике определенного актива или биржевого индекса<sup>3</sup>. Данный тип актива является более гибким, чем ПИФ, его значительно проще купить или продать, что приближает ETF к обыкновенной акции. Кроме того, при покупке или продаже ПИФа, инвестор вынужден выплачивать управляющей компании определенную сумму при купле-продаже паев, а также процент от стоимости чистых активов за управление. В конечном итоге общая стоимость составляет 4-5% годовых от инвестированной суммы, что существенно выше расходов на обслуживание ETF, по которым аналогичные расходы не превышают 1% годовых<sup>4</sup>.

Среди наиболее важных преимуществ ETF можно выделить:

- 1) Глобальная диверсификация - привязка к индексам крупнейших стран мира позволяет надежно фиксировать риски;
- 2) Прозрачность и ликвидность - состав портфеля всегда доступен инвестору, а сделки с ETF можно совершать в любой момент торгового дня, что открывает простор для спекуляций;
- 3) Низкий порог вхождения - средняя стоимость пая составляет около 1000 руб.;
- 4) Равенство издержек частных и институциональных инвесторов - в традиционных фондах издержки частного инвестора могут быть завышены в 3-4 раза по сравнению с клиентом-фирмой.

В целом, издержки обслуживания ETF значительно ниже затрат по ПИФам<sup>5</sup>. Практика показывает, что они не превышают 1% годовых. Единственным провайдером на российском рынке выступает FinEx Funds Plc. Рассмотрим более подробно некоторые инструменты, предлагаемые на Московской фондовой бирже:

**Акции фонда еврооблигаций** (FinEx Tradable Russian Corporate Bonds UCITS ETF) - инструмент базируется на ценовом индексе рынка ликвидных торгуемых российских среднесрочных облигаций (EMRUS). Отбор бумаг для расчета индекса производится согласно следующим требованиям:

- 1) Размер облигационного выпуска > 500 млн долл.;
- 2) Размер долга эмитента > 1 млрд долл.;
- 3) Фиксированный купон;
- 4) Валюты выпуска долл. США, евро и фунт стерлингов;
- 5) Срок погашения - от 18 мес. До 5 лет.

Среди облигаций в структуре выпуска преобладают бумаги государственных и частных банков (45%), нефтегазового и химического сектора (35,6%). Еще 11,1% составляют облигации металлургического и горнодобывающего сектора.



По вышеописанному ETF еврооблигаций доступно 2 класса акций - долларовый (FXRU) и захедржированный рублевый (FXRB)<sup>6</sup>. Последний к валютной корзине активов добавляет рублевый хедж и позволяет инвестору получать разницу между рублевой и долларовой доходностями на российском межбанковском рынке (форвардную премию)<sup>7</sup>. TER по данному активу составляет около 0,5% годовых.

Для рядового инвестора, не обладающего существенным капиталом ETF - единственная возможность вложиться в еврооблигации, поскольку минимальный порог вхождения составляет около 200 тыс. долл. США + комиссионные сборы<sup>8</sup>. Купонные выплаты по еврооблигациям подлежат налогообложению по ставке НДФЛ. Налоговый вычет можно получить только при покупке через индивидуальный инвестиционный счет, для FXRU есть возможность получить 3-летнюю налоговую льготу.

**Биржевой инвестиционный фонд на золото (FinEx Gold ETF)** - основан на цене золота LBMA Gold Price AM (ICE BENCHMARK ADMINISTRATION LTD). Стоимость одной акции составляет 560 руб. В основе механизма работы фонда лежит TRS-соглашение (Total return swap). FinEx заключает одномесечный своп со швейцарским банком UBS AG относительно LBMA Gold Price AM. Если золото растет в цене, FinEx размещает полученную прибыль в безопасные активы (Казначейские векселя США и фонды денежного рынка). Если цена золота падает, FinEx продает часть портфеля безопасных активов и перечисляет вырученные средства UBS. Следует отметить преимущества данного инструмента по сравнению с традиционными подходами к инвестированию в золото. Покупая слитки или монеты, придется мириться с крайне высоким спредом купли/продажи (до 35%) и низкой ликвидностью. Использование обезличенных металлических счетов и вкладов в драгоценных металлах также сопровождается высоким спредом (12-13%), а использование фьючерсов на золото неудобно, т. к. приходится поддерживать необходимый размер гарантийного обеспечения и постоянно продлять позицию. Использование ETF инструмента позволяет сэкономить на комиссии (TER составляет 0,45% годовых), а также точно следовать цене золота со спредом 0,2-0,3%<sup>9</sup>.

**ETF на индекс РТС (FINEX RUSSIAN RTS EQUITY UCITS ETF)** - позволяет максимально диверсифицировать портфель из активов российских компаний. Является прямой альтернативой индексным ПИФам, не дающим гарантии следования индексу и фьючерсам на РТС, что требует регулярного "перекладывания позиции". Если сравнивать с управлением портфеля из акций РТС в "ручном режиме" такой подход позволяет избежать частых ребалансировок и связанных с ними налоговых потерь. Стоимость фонда, несмотря на долларовую оценку зависит от рублевой стоимости активов. Издержки TER по данному инструменту наиболее высокие среди прочих ETF, доступных на бирже - 0,9% годовых<sup>10</sup>.

**ETF на индексы зарубежных стран.** На текущий момент доступны MSCI Germany, MSCI USA, MSCI United Kingdom и др. Такой подход позволяет открыть позицию на зарубежный рынок, покупая акции за рубли. Комиссия TER по данному типу ETF составляет, как и в случае с индексом РТС 0,9% годовых

Таким образом, FinEx предлагает базовый набор инструментов ETF для совершения операций на фондовом рынке российским частным или институциональным инвестором. Комбинирование ETF с другими финансовыми инструментами открывает новые возможности при составлении инвестиционных портфелей с оптимальным соотношением риска и доходности на различных горизонтах инвестирования. Для российского рынка инструмент ETF является новым, и на текущий момент его действие ограничено законодательством, так как ETF, существенно отличаясь от ПИФа, регулируется законодательством РФ аналогично последнему. Это, как отмечают Г. Ф. Абрамов и Р. Р. Сергазиева, нивелирует преимущества ETF перед обычными паевыми инвестиционными фондами. Кроме того, в настоящий момент не утихают прения о возможности включения в такие фонды определенных видов активов с высокой степенью риска, например, например хедж-фондов. В связи с этим, в настоящий момент на российском рынке ETF функционирует единственный эмитент инструментов подобного типа - группа компаний FinEx. Так или иначе, ETF представляют интерес для инвестора, как новый элемент портфеля активов, обеспечивающий определенную норму соотношения риска и доходности, которая может отличаться от традиционных испытанных финансовых инструментов.

---

<sup>1</sup> Корнев В.М., Данилин Д.С. Моделирование и прогнозирование волатильности бескупонной доходности по однолетним ГКО ОФЗ // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 6 (140).

<sup>2</sup> Баканач О.В., Данилин Д.С. Статистический анализ доходности и риска инвестиций в акции российских компаний // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016. № 12.

<sup>3</sup> Федеральный закон от 29.11.2001 N 156-ФЗ "Об инвестиционных фондах" (с изм. на 03.07.2016). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34237](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34237).

<sup>4</sup> Чепурная М.П. Паевые инвестиционные фонды и ETF в России // Проблемы, перспективы и направления развития науки : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 20 марта 2016 г. Курган : Аэтерна, 2016.

<sup>5</sup> Безгинова Л.С. ETF-фонды, как альтернатива ПИФов на финансовых рынках // Инновационная наука. 2016. № 4.

<sup>6</sup> Фонды ETF на Московской Бирже. URL: <http://moex.com/s221>.

<sup>7</sup> FinEx Tradable Russian Corporate Bonds UCITS ETF, 10.10.2016. URL: <http://moex.com>.

<sup>8</sup> Меняйло Ю.С., Иванова Е.В. Сравнительный анализ еврооблигаций и биржевого инвестиционного фонда // Научная дискуссия современной молодежи: Экономика и право : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2016.

<sup>9</sup> FSB : [офиц. сайт]. URL: <http://www.financialstabilityboard.org>.

<sup>10</sup> FinEx UCITS ETF (RUB), 10.10.2016. URL: <http://moex.com>.

# ETF FUNDS ON THE RUSSIAN SECURITIES MARKET

© 2017 Danilin Dmitriy Sergeevich  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: faberge-original@mail.ru

**Keywords:** exchange traded funds, ETF, investment instruments, Eurobond fund shares, RTS index.

The paper considers a new type of investment instruments for the Russian securities market. It contains some examples of ETFs which an average Russian investor can buy and key features of investing in such type of financial instrument in relation to the Russian Federation.

УДК 338.2

## РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ АО "НОВОКУЙБЫШЕВСКИЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ ЗАВОД")

© 2017 Данилина Елена Васильевна  
студент

© 2017 Никитина Наталья Владиславовна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: danilina\_lena2015@mail.ru

**Ключевые слова:** финансовая устойчивость, ликвидность, платежеспособность, финансовые коэффициенты, финансовая безопасность, кризис-менеджмент.

Статья посвящена анализу такого понятия, как финансовая устойчивость предприятия, которое оказывает влияние на основное развитие предприятия. Авторы рассматривают показатели финансовой устойчивости в совокупности, дают их общую оценку, а также описывают основные направления повышения финансовой устойчивости на примере АО НК "НПЗ".

В настоящее время проблема повышения финансовой устойчивости предприятия очень актуальна. Большинство предприятий испытывают нехватку финансовых средств. Реализация рыночных отношений хозяйствования предоставила российским предприятиям возможность самостоятельно планировать про-

изводственные и финансовые ресурсы, проводить анализ и делать оценки финансового состояния собственного предприятия.

Многие предприятия в этих условиях столкнулись с острой проблемой обеспечения финансовой устойчивости в целях уменьшения вероятности попадания в область финансовой несостоятельности (банкротства). Финансовая устойчивость предприятия - оптимальное соотношение "собственный капитал - заемный капитал".

Экономическая сущность финансовой устойчивости определяется эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов, которое обеспечивает развитие фирмы на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска.

В нашей стране направление нефтепереработки очень отстает от направления добычи нефти. Основной проблемой нефтеперерабатывающих заводов России является высокий уровень износа основных фондов - порядка 80 %.

Объектом исследования выступает Акционерное общество "Новокуйбышевский "Нефтеперерабатывающий завод". На сегодняшний день мощность НПЗ составляет 8,8 млн тонн в год (64,35 млн барр.) по первичной переработке нефти. На предприятии продолжилась реализация мероприятий по снижению безвозвратных потерь. В результате безвозвратные потери удалось снизить до 0,75% . Введены в эксплуатацию комплекс каталитического риформинга и установка изомеризации. Ведется активное строительство комплекса гидрокрекинга. Чистая прибыль за 2015 год составила 2 881 138 тыс.руб.

Проведенное исследование результатов деятельности предприятия позволяет сделать выводы о стабильном развитии предприятия и его финансовой устойчивости. Показатели выручки, начиная с 2012 года, увеличиваются, но при этом растет и себестоимость (за последние 4 года. на 230,5%). Данное обстоятельство вызвано значительным ростом себестоимости, которая в 2015г. возросла на 60% по сравнению с 2014г. Данная тенденция обусловлена ростом цен на ресурсы ("сырье, материалы"), необходимые для выпуска продукции.

Всего за рассмотренный период объемы продаж АО "НК НПЗ" выросли, что связано в первую очередь с ростом общего объема производства и спросом на производимую продукцию.

Высокий уровень издержек объясняется спецификой производства и сложностью быстрого внедрения нововведений. Модернизация производства на заводах нефтеперерабатывающей отрасли весьма сложное и дорогостоящее, но при этом необходимое для поддержания конкурентоспособности предприятия.

В результате полной реализации инвестиционной программы ОАО "НК "Роснефть" по развитию производства АО "НК НПЗ" глубина переработки нефти к 2018 году должна возрасти до 95%. Также благодаря вводу всех планируемых объектов в эксплуатацию, воздействие на окружающую среду будет снижено на 25%, что немало важно для данной отрасли. Реализация этих проектов позволит, к 2020 году увеличить глубину переработки нефти до 97%, увеличить объем перерабатываемой нефти до 8,2 млн. т./год.

Необходимо отметить, что в 2015 году предприятие имеет недостаток собственных оборотных средств для финансирования запасов, который растет с 2012 по 2015 г. Для финансирования производственных запасов наряду с собственными оборотными средствами привлекаются краткосрочные заемные средства. Это свидетельствует о нормальной финансовой устойчивости, т.е. наблюдается нормальная платежеспособность, рациональное использование заемных средств, высокая доходность текущей деятельности. Чистые активы организации положительные - признак состоятельности организации, говорящий о том, что фирма не зависит от кредиторов.

Данные по рассчитанным финансовым коэффициентам (см. таблицу) показывают необходимый уровень финансовой самостоятельности предприятия: коэффициент автономии снижается (на 32%), коэффициент финансового левериджа достигает 88-89%, что говорит о соотношении заемного капитала к собственному как 47% к 53%, коэффициент капитализации в 2015 г. снижается на 11% по сравнению с 2014 г., 74% актива финансируется за счет собственных средств и долгосрочных обязательств, доля источников, которые предприятие может использовать в своей деятельности длительное время составляет 62% в 2015 г.

#### **Основные коэффициенты финансовой устойчивости предприятия за 2011- 2015 гг.\***

| <b>Коэффициент</b>       | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Автономии                | 0,86        | 0,75        | 0,54        | 0,53        | 0,54        |
| Финансового рычага       | 0,16        | 0,33        | 0,87        | 0,89        | 0,88        |
| Финансирования           | 6,31        | 3,05        | 1,15        | 1,13        | 1,15        |
| Фин. зависимости         | 0,13        | 0,24        | 0,46        | 0,47        | 0,46        |
| Капитализации            | 0,01        | 0,10        | 0,36        | 0,39        | 0,28        |
| Покрытия активов         | 7,27        | 4,04        | 2,14        | 2,11        | 2,14        |
| Фин.устойчивости         | 0,87        | 0,83        | 0,83        | 0,87        | 0,74        |
| Маневренности            | 0,26        | -0,04       | -0,01       | -0,07       | -0,30       |
| Обеспеченности СОС       | 0,64        | -0,21       | -0,03       | -0,37       | -1,61       |
| Постоянного актива       | 0,75        | 1,14        | 1,57        | 1,71        | 1,68        |
| Финансовой напряженности | 0,14        | 0,25        | 0,46        | 0,47        | 0,46        |
| Соот. мобильных активов  | 0,55        | 0,16        | 0,19        | 0,11        | 0,11        |

\* Рассчитано по Бухгалтерскому балансу АО "Новокуйбышевский Нефтеперерабатывающий завод" за 2011-2015 гг.

Улучшить финансовую устойчивость предприятия позволят мероприятия по снижению себестоимости выпускаемой продукции, увеличению объемов выручки и прибыли предприятия.

Спрос на выпускаемую продукцию достаточно велик, а мощности оборудования используются не полностью. Исходя из этого, рациональным будет

дальнейшее повышение объема переработки нефти, для чего необходимо использовать чистую прибыль на закупку нефтяных резервуаров.

Предлагается закупить 4 нефтяных резервуара, которые позволят увеличить объем переработанной нефти до 7,8 млн.т, т.е. на 12%. Поскольку все связи налажены, введение в эксплуатацию новых резервуаров повысит себестоимость продукции всего на 8%, а выручка от реализации возрастет на 12%. Исходя из данной информации, построен прогнозный бухгалтерский баланс и рассчитаны показатели финансовой устойчивости, которые говорят о повышении финансовой самостоятельности предприятия.

Существуют два основных и часто используемых метода повышения устойчивости:

- 1) повышать резервы по увеличению темпов накопления собственных источников,
- 2) обеспечивать материальные оборотные средства собственными источниками.

Принципы мер по комплексному повышению финансовой устойчивости заключаются в увеличении доли собственного капитала и уменьшении привлеченного. Особое внимание уделяют управлению активами как эффективному рычагу воздействия.

Управление финансовой устойчивостью выступает основным этапом разработки системы экономического управления. Совершенствовать подходы к анализу и развитию направлений повышения финансовой устойчивости необходимо учитывая специфику предприятия.

Повышение финансовой устойчивости предприятий необходимо осуществлять в комплексе, данный процесс обеспечивается посредством инструментария кизис-менеджмента, который не только выполняет функции по ликвидации рисков и угроз в деятельности предприятия, но и способствует их предотвращению<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Соцкова С.И., Емельянов А.А. Оценка уровня финансовой безопасности экономического субъекта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 10 (132).

<sup>2</sup> См.: Крылов С.И. Анализ бухгалтерского баланса коммерческой организации с помощью финансовых коэффициентов // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2013. № 8. С. 30-37;

Батасова Е.О. Развитие инструментальных методов анализа финансовой устойчивости промышленного хозяйствующего субъекта. М., 2014, С. 22;

Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Омега-Л, 2013;

Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Инфра-М, 2013;

Орлова В.Н. Оценка финансовой устойчивости предприятия и пути ее повышения на основе управления активами //Лесной вестник. 2009. № 4.

# **THE DEVELOPMENT OF THE DIRECTIONS OF IMPROVING THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF JSC "NOVOKUYBYSHEVSK OIL REFINERY FACTORY")**

© 2017 Danilina Elena Vasilyevna  
Student

© 2017 Nikitina Natalia Vladislavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: danilina\_lena2015@mail.ru

**Keywords:** financial stability, liquidity, solvency, financial ratios, financial security, crisis management.

The article is devoted to the analysis of such concept as financial stability of the enterprise, which influences the basic development of the enterprise. The authors consider the indicators of financial stability in the aggregate, give an overall assessment of them, and also describe the main directions for improving financial stability at the level of JSC NC "Novokuybyshevsk oil refinery factory".

*УДК 663.4*

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

© 2017 Дворникова Анастасия Сергеевна  
студент

© 2017 Адырхаева Галина Дмитриевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: AnastasiaDvornikova15@yandex.ru

**Ключевые слова:** пивоваренная промышленность, эффективность, динамика производства.

Проведен анализ рынка пивоваренной продукции. Выявлены основные проблемы развития рынка пивоваренной продукции.

На сегодняшний день можно отметить активное развитие пивоваренной промышленности, которая представляет собой активно развивающимся направ-

лением пищевой промышленности, укрепление и повышение результативности и эффективности деятельности которой оказывает существенное влияние на многие экономические процессы страны, кроме того наблюдается вторичный эффект влияния на смежные отрасли, например сельскохозяйственную, транспортную, пищевую и другие. Данная отрасль является бюджетобразующей и обеспечивает высокий уровень налоговых поступлений, кроме того пивоварение обеспечивает занятость и способствует защите здоровья населения так как выступает в качестве замены крепкого и некачественного алкоголя.

Состояние российского сектора пивоваренной промышленности сопоставимо по объему с крупными иностранными производителями, в современных условиях это направление динамично и эффективно развивается, и занимает значительную долю на продовольственном рынке России. Однако оценка динамики развития этой отрасли за последние 10 лет показывает скачкообразный характер развития производства, наблюдались и спады, и подъемы. В последнее время условия развития пивной отрасли существенно осложняются тяжелыми экономическими условиями как внутри страны, так и за ее пределами, влияние оказывают также политические, а порой и климатические факторы, что стало причиной снижения объемов производства пива в России, так же сократился и ассортиментный ряд. Важно отметить, что такая динамика, к сожалению, не стала результатом снижения потребления алкогольной продукции в стране.

Традиции потребления пива в мире и в России имеют глубокие исторические корни. Технологические особенности производства этого напитка основаны на спиртовом брожении солодового сусла с помощью пивных дрожжей, чаще всего с добавлением хмеля. Главным сырьем является солод, который получают с помощью проращивания злаков, обычно ячменя.

#### Объем производства пива в России

| Показатели                         | 2013 г. | 2014 г. | Темп роста,<br>% | 2015 г. | Темпы роста,<br>% |
|------------------------------------|---------|---------|------------------|---------|-------------------|
| Объем производства пива, тыс. дкл. | 956217  | 763605  | 79,9             | 729685  | 95,6              |
| Объем производства пива, млн руб.  | 234016  | 174922  | 74,7             | 195150  | 111,6             |

Данные таблицы позволяют сделать вывод о снижении объемов производства пива в натуральном выражении на 20,1 % в 2014 году по сравнению с 2013 годом и на 4,4 % в 2015 году, причем отмечается рост объема производства в стоимостном выражении в 2015 году, что обусловлено ростом цен на пиво.

Технология производства пива в России предполагает его классификацию и деление на светлое, полутемное, темное, нефiltroванное, безалкогольное и т.д. Кроме того, используется деление на два сегмента рынка пива: "живое" и обычное. В технологии производства "живого" пива отсутствует стадия пастеризации, что оставляет неизменным вкусовые качества. К сожалению, из-за отсутствия данного этапа в производственном цикле, данный вид пива имеет короткий



срок годности. Производителями "живого" пива в основном являются небольшие пивоварни, которые осуществляют продажу исключительно на небольших территориях с целью исключения длительных перевозок. В силу ценового фактора и массового производства обычного пива производится в России от 90 % до 97%. Хотя, начало развития производства крафтового пива стало причиной создания нового направления малого предпринимательства.

Крупнейшие пивоваренные производители занимают больше половины всего рынка, продукция которых проходит полный цикл производства пива, включающий в себя пастеризацию для увеличения сроков хранения.

Представители малого бизнеса особое внимание уделяют сегменту бутилированного пива, так как данный вид продукции имеет большой спрос у населения в небольших магазинах рядом с домом. Крупные компании в основном делают акцент на оптовой торговле.

По данным Российского статистического агентства наиболее крупными производителями пива в России являются ведущие компании "Балтика", "САН Инбев" и "САБМиллер" ("Пивоварня Москва-Эфес"). Их совокупная доля на рынке составляют 63%. Общий доход от продаж в 2015 году составил 83,3, 36,3 и 31,0 млрд. рублей соответственно. На сегодняшний день в России осуществляют свою деятельность 850 пивоваренных заводов.

Потребители пива в России даже несмотря на огромный ассортимент импортной продукции продолжают отдавать свои предпочтения отечественным сортам, производимым в родных регионах. Так, традиционно наиболее популярным является пиво сорта "Жигулевское". Его доля составляет почти половину всего потребляемого напитка. Кроме того, значительную долю 28,6 % составляет продукция пивоваренного завода "Балтика" и "Очаковское", чья доля 6,1% общего производства пива. Лидирующая позиция среди импортных сортов занимает Bavaria 9,5 % и Holsten 6,3 %.

Современные потребители пива в России, учитывая сложную экономическую обстановку и снижение доходов населения стараются выбирать сорта пива, которые сочетают в себе средний уровень цен при приемлемом уровне качества продукции. Очень важно развивать малый бизнес производства данного напитка и ориентировать население в сторону "живого", свежего пива с более низким процентом алкоголя и более высокими вкусовыми качествами, что будет способствовать повышению эффективности производства пивной промышленности и росту доходов бюджетов соответствующих регионов.

---

1. Адырхаева Г.Д. Инновационная активность предприятий пищевой промышленности // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 13-й Междунар. науч.-практ. конф., 27-28 нояб. 2014 г. Ч. 3. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та. 2014.

2. Огенесян Л.А., Саркисов Г.И., Магомедов М.Д., Алексеяченко Е.Ю. Эффективность развития предприятий пивоваренной отрасли // Пиво и напитки. 2012. № 3.

3. Адырхаева Г.Д., Ванина Э.Г. Конкурентные преимущества предприятий пищевой промышленности // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями : межвуз. сб. науч. тр. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. Вып. 1, ч. 1.

4. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.  
5. URL: <http://www.pivnoe-delo.info>.

## **CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT STRATEGY OF BEER INDUSTRY**

© 2017 Dvornikova Anastasia Sergeevna  
Student

© 2017 Adyrkhaeva Galina Dmitrievna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [AnastasiaDvornikova15@yandex.ru](mailto:AnastasiaDvornikova15@yandex.ru)

**Keywords:** beer industry, efficiency, production performance.

The analysis of the market for beer products is given. The basic problems of development of the market for beer products are revealed.

*УДК 338.24*

## **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИЙ АГРОБИЗНЕСА**

© 2017 Дегтярева Татьяна Дмитриевна  
доктор экономических наук, профессор

© 2017 Чулкова Елена Александровна  
доктор экономических наук, доцент

Оренбургский государственный аграрный университет  
E-mail: [ipru\\_osau@mail.ru](mailto:ipru_osau@mail.ru)

**Ключевые слова:** агробизнес, конкурентоспособность, оценка, управление, стратегия конкуренции.

Предлагается трехуровневый стратегический подход к управлению конкурентоспособностью организаций агробизнеса, базирующийся на последовательной оценке ее составляющих: конкурентоспособности продукции, конкурентного потенциала организации в разрезе используемых ресурсов, анализе стратегического уровня конкурентоспособности организации с учетом трансформации внешней среды, а также возможности адаптации организации к этим изменениям.

Агропродовольственный комплекс региона рассматривается нами как сложная социально-экономическая динамично развивающаяся многоотраслевая

система, основой которой является сельское хозяйство<sup>1</sup>. Поскольку развитие сельского хозяйства зависит от многих факторов (природно-климатических, организационно-экономических и др.), то влияния подотраслей в растениеводстве и животноводстве на объем продукции сельского хозяйства региона<sup>2</sup> проявляются по-разному. В частности, на зерновое производство Оренбуржья оказывает негативное влияние дефицит влаги. В целом производственные процессы в аграрном производстве отличаются большой нелинейностью и их трудно прогнозировать<sup>3</sup>. В связи с этими обстоятельствами и с учетом усиления противодействий внешней для России среды в каждой организации агробизнеса становится актуальной проблема повышения ее конкурентоспособности и выбора своей стратегии ведения конкурентной борьбы.

Выполненный анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности организации на методологическом уровне позволил выделить как основные: отождествление с конкурентоспособностью продукции; применение матричного подхода (матрицы "Бостонской консалтинговой группы", "Mc Kinsey" и др.), основанного на анализе двух показателей: темпы изменения объема продаж и относительная доля фирмы на рынке; 3) ресурсный подход, так как согласно теории эффективной конкуренции наиболее конкурентоспособными являются организации, в которых имеются ресурсы и наилучшим образом устроена работа всех подразделений и служб; 4) интегральный подход, который в условиях конкретного рынка всесторонне определяет способность предприятия функционировать в бескризисном режиме.

На наш взгляд, заслуживает внимания предлагаемый трехуровневый подход по управлению конкурентоспособностью агроорганизации. Первый уровень подразумевает оценку конкурентоспособности продукции путем сравнения параметров продукта с его аналогами среди основных конкурентов. Проводится многоаспектный анализ продукции: качество, цена, технический уровень, потребительские свойства, сервис, реклама, имидж производителя и др. Обоснованным представляется применение таких характеристик продукции как функциональные параметры качества; экономические параметры (цена, структура цены и др.); организационные (возможность доставки, кредит, оформление документов, гарантии); имиджевые.

На втором уровне осуществляется оценка конкурентного потенциала организации, прежде всего, ее ресурсов в разрезе их видов, например, материальные, нематериальные, человеческие. Однако наличие ресурсов вовсе не означает, что эта фирма сможет превзойти конкурентов. Ресурсы организации должны работать согласованно, такое взаимодействие обеспечивает организационный потенциал (Р. Грант<sup>4</sup> использует термин "способности") фирмы, который отражает совокупность направлений деятельности в организации, в частности, координации работы ее подразделений, управлении информационными потоками (разработка системы сбора и накопления информации, обеспечения поддержки принятия решений руководством), скорости и качестве обслуживания, улучшении репутации организации и т.д.

При анализе возможно применение и других классификаций ресурсов, например, по градации Льюиса и Тиса предлагается рассматривать ресурсы:

1) материальные; 2) связанные со знаниями, навыками опытом; 3) связанные с системами и процессами; 4) культурные ресурсы и ценности; 5) сетевые; 6) ресурсы с потенциальной динамической способностью.

После определения ресурсов и способностей следует оценить возможность формирования ключевых компетенций, с помощью таких показателей как важность ресурса или способности и его сила относительно аналогичного показателя конкурентов. Затем нужно установить ключевые сильные и слабые стороны и выявить возможности развития ресурсов и способностей, для использования их в качестве конкурентных преимуществ.

На третьем уровне проводится анализ стратегической конкурентоспособности организации, то есть формируется понимание адекватности стратегии трансформациям внешней среды в перспективе, так как стратегия помимо реализации наилучшим способом имеющихся ресурсов и организационного потенциала фирмы должна учитывать риски и обеспечивать ее устойчивое функционирование в условиях нестабильности внешней среды<sup>5</sup>. Выбор конкретной стратегии организации позволит определить приоритетные для нее цели и задачи, а также стратегическое значение формируемых конкурентных преимуществ. Усилия топ-менеджмента фирмы направлены на достижение поставленных долгосрочных целей и задачах. Кроме того, следует отметить, что ориентация на повышение конкурентоспособности ведения агробизнеса является значимым фактором в обеспечении социально-экономического развития территории его присутствия, а также роста его социальной ответственности<sup>6</sup>.

Итак, проведение анализа и оценки конкурентоспособности организации по трехуровневой схеме позволит полнее раскрыть ее возможности. Исследование конкурентоспособности продукции выявит основные различия в качестве продуктов, изменения цен на них и в качестве обслуживания клиентов, что позволит при необходимости скорректировать политику организации в отношении производства и обслуживания.

---

<sup>1</sup> Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А., Мурсалимов М.М., Рахматуллина Л.И. Воспроизводство и использование трудовых ресурсов в агропромышленном комплексе региона // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2015. № 4. С. 642-664.

<sup>2</sup> Чулкова Е.А., Дегтярева Т.Д. Исследование взаимосвязей видов экономической деятельности аграрного сектора экономики региона // Экономика региона. 2010. № 4 (24). С. 194-198.

<sup>3</sup> Чулкова Е.А., Дегтярева Т.Д. Экономико-статистический анализ сельскохозяйственно-го производства Оренбургской области // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 5 (43). С. 51-55.

<sup>4</sup> Грант Р.М. Современный стратегический анализ. СПб. : Питер, 2008.

<sup>5</sup> Шеврина Е.В., Дегтярева Т.Д. Анализ устойчивости сельскохозяйственных предприятий региона. Оренбург, 2001.

<sup>6</sup> Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А., Торбина Е.С. Социальная ответственность агробизнеса: теория и практика применения (на материалах Оренбургской области) / под ред. Т.Д. Дегтяревой. Оренбург, 2015.

## MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF AGRIBUSINESS ORGANIZATIONS

© 2017 Degtyareva Tatyana Dmitrievna  
Doctor of Economics, Professor

© 2017 Chulkova Elena Aleksandrovna  
Doctor of Economics, Associate Professor  
Orenburg State Agrarian University  
E-mail: ipru\_osau@mail.ru

**Keywords:** agribusiness, competitiveness, evaluation, management, competition strategy.

The article offered a three-level strategic approach to the management of competitiveness of agribusiness organizations, based on a consistent assessment of its components: product competitiveness, the organization's competitive potential in terms of resources used, analysis of the strategic level of competitiveness of the organization, taking into account the transformation of the external environment, and the ability of the organization to adapt to these changes.

УДК 338

## АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ВОРОНКА ПРОДАЖ - ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ЛЮБОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© 2017 Демидович Татэвик Ашотовна  
студент

© 2017 Рахматуллина Альбина Рустамовна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: tatevik.dm@inbox.ru

**Ключевые слова:** Tripwire, lifetime value, воронка продаж, автоматизированная воронка продаж, точечный маркетинг, товар-локомотив, таргетирование, потребитель, нацеливание клиентов, сегментирование, бизнес-процессы, аналитика, уникальное торговое предложение, жизненный цикл, сквозная аналитика, контекстная реклама, email-рассылка, CRM-системы.

Рассмотрено построение систематизированного маркетинга в бизнес-процессах с помощью объединения инновационных инструментов в одну целостную систему - автоматизированную воронку продаж. Данная система позволяет маркетинговой компании точно воздействовать на клиентов с выявлением конкретных потребностей и предоставлением им уникального торгового предложения, доводя до совершения сделки.

В современных условиях бизнеса реклама стала более точечной, что позволяет кампаниям экономить как финансовые, так и временные затраты, привлекая необходимый целевой сегмент. Систематизированный маркетинг позволяет расширить поиск потенциальных потребителей не только за счет основных критериев, таких как пол, возраст, местонахождение, а еще и поиск по профессии, интересам потребителя, интересам друзей и знакомых потребителя. Цель кампании в данный период - предугадать предпочтения клиента, предоставив желаемое в виде уникального торгового предложения, от которого он не сможет отказаться. Одним из инновационных способов в маркетинге для реализации данной цели является автоматизированная система нацеливания потребителя - автоматизированная воронка продаж<sup>1</sup>.

Под воронкой продаж подразумевается процесс продажи товара или услуги от первого этапа - осведомленности клиента о продукте, до последнего - совершения им сделки, покупки продукта. На каждом этапе происходит отсеивание незаинтересованных клиентов. Задачей маркетинга в кампании является оптимизация каждого этапа воронки с целью увеличения потока целевых клиентов через эту воронку.

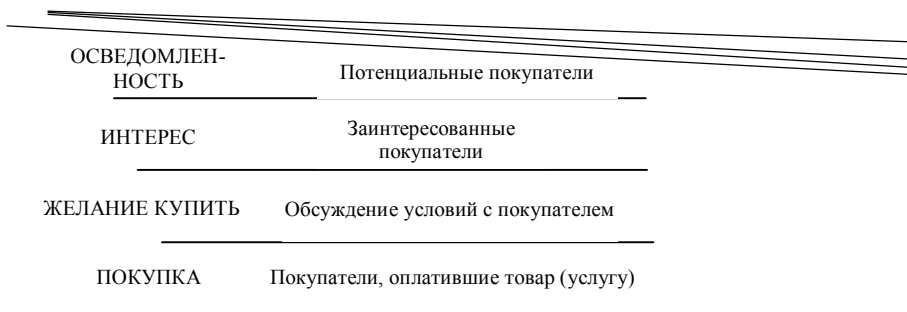


*Рис. 1. Воронка продаж*

К примеру, интернет-пользователь увидел рекламный баннер определенной продукции в сети или девушка, читая журнал, наткнулась на рекламную статью о поступившей новой коллекции в открывшемся недавно бутике, оба потребителя тем самым попали на первый этап воронки продаж - этап осведомленности.

Второй этап характеризуется заинтересованностью потребителя: переход на сайт продукции интернет-пользователем или посещение бутика девушкой.

На третьем этапе потребители, ознакомившись с подробной информацией о продукции изъявляют желание купить товар, добавив его в свою потребительскую корзину.

Завершающий этап - непосредственно оплата и покупка выбранного товара: online-перевод интернет-пользователем или оплата картой, наличными девушкой на кассе бутика<sup>2</sup>.

Не всегда этапы приводят к положительному результату, к последнему этапу воронки продаж. На каждом уровне количество потребителей сужается,

по определенному ряду причин: не ответили на звонок клиента, нагрубили консультанты в магазине, не хватило информации о товаре, технические неполадки сайта, неграмотно составленный рекламный текст и т.д. Для устранения причин задачей маркетинга в кампании, в основном, было улучшение имеющихся этапов в рамках одной воронки продаж. В современных условиях задачей маркетинга является создание целой системы воронок, логично взаимосвязанных между собой, отвечающих не только на положительный ответ потребителя, но и на отрицательный. Благодаря такой системе, незаинтересованный клиент не выходит из зоны контакта, а переходит на уровни новой воронки, соответствующей ответу.

Отсеивающийся с этапа воронки потребитель попадает в заранее продуманный сегмент с разработанной для него новой рекламой, в соответствии с полученной о нем информацией и контактными данными на первом этапе. И такой сегмент имеет каждый этап каждой воронки целой системы.

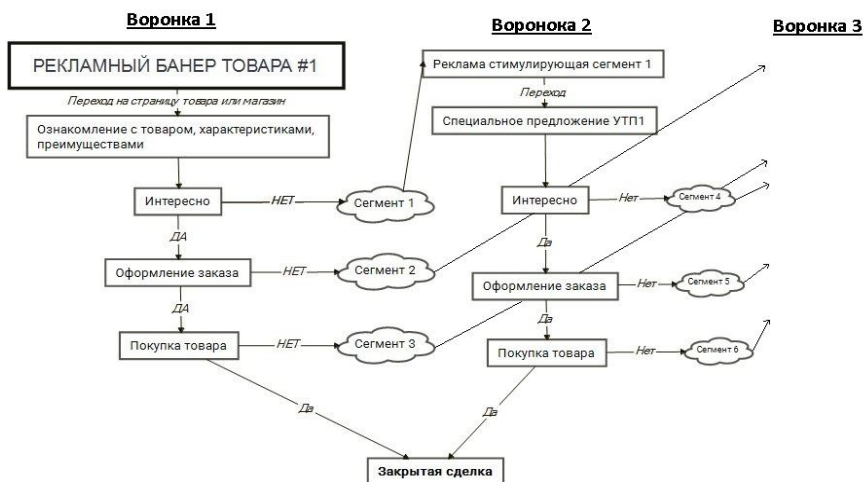


Рис. 2. Автоматизированная воронка продаж

Попадая на новую воронку, клиент получает уникальное торговое предложение (УТП) кампании, которая вновь ведет его по логическим этапам, соответствующим предыдущим действиям и стимулирующим его дальнейшие переходы к конечному результату. И таких воронок может быть множество, пока клиент не попадет на этап закрытой сделки, но на этом процесс не прерывается, поскольку он переходит в дальнейшие воронки, этапы которых предназначены для того, чтобы сделать клиента потенциальным покупателем. При проектировании стратегии маркетинга в кампании немаловажным показателем прибыльности является жизненный цикл клиента.

Жизненным циклом клиента называется период от первой до последней совершившей клиентом покупки и затраченных в этот период средств компани-

ей на привлечение и ведение данного клиента (lifetimevalue, LTV). А также LTV является показателем стоимости клиента. Одна из основных задач автоматизированной воронки является увеличения жизненного цикла и сокращения затрат на ведение клиента<sup>3</sup>.

Эффективность автоматизированных воронок продаж заключается не только в их логическом построении, но и в использовании соответствующих инструментов. Инструменты построения автоматизированных воронок в интернет-маркетинге существенно различаются.

#### *Сегментация клиентов*

Для сегментации пользователей в интернет-маркетинге используется сквозная аналитика, которая позволяет идентифицировать клиента на любом из этапов контакта пользователей с компанией. Создается база клиентов с контактной информацией и определенными данными о поведении пользователей, на основании которой происходит сегментация пользователей по заданным компаниями критериям. Данная информация позволяет правильно построить логические связи между воронкой продаж, стимулирующие клиента для дальнейшего его продвижения к сделке.

В offline-маркетинге для продолжительного контакта с компанией используется следующее: скидочная карта, подарочные сувениры, социальные опросы - все эти инструменты предусматриваемые заполнение анкет с контактной информацией о потребителях, либо предоставление товара-локомотива (tripwire) - товар с наибольшим спросом и низким порогом принятия решения за счет стоимости, приводящий к покупке основного товара.

#### *Вовлечение в воронку продаж*

Контекстная, медийная, баннерная, социальная таргетированная рекламы и email-рассылка активно применяются в интернет-маркетинге. Позволяет нацелить рекламу на выделенный сегмент пользователей, что гарантирует попадание в дальнейший этап автоматизированной воронки. А такая продвинутая система как look-alike подбирает похожих клиентов в соответствии с поведением выделенного целевого сегмента, что значительно расширяет охват аудитории в рекламных кампаниях.

В процессе вовлечения в воронку продаж в offline-маркетинге используются те же инструменты, что и в интернет-маркетинге, включая данные из социальных опросов и анкетирования. При попадании потребителя в зону рекламной кампании организации используется геотаргетинг, один из новых инструментов, т.е. распространение рекламы в данной зоне за счет email-рассылок, баннерной и таргетированной рекламы в сетях, push и sms уведомлений об специальных предложениях и акциях<sup>4</sup>.

#### *Аналитика эффективности воронок*

Основными инструментами аналитики эффективности бизнес-процессов выступают такие сервисы, как GoogleAnalytics, Yandex-metrika с сервисом Webvisor, который позволяет записывать поведение пользователей на странице для последующего анализа клиентов. А CRM-системы предоставляют возможность



создать глубокий отчет о проделанных сделках. Все это позволяет кампаниям и оценивать, и влиять на стоимость привлечения и удержания клиентов как в интернет-маркетинге, так и в offline-маркетинге<sup>5</sup>.

Внедрение автоматизированной воронки продаж в бизнес-процесс кампании сейчас позволит предугадать интересы пользователя и предоставить выгодное предложение, когда клиент даже не успел об этом товаре подумать. Такое маркетинговое продвижение сократит затраты на привлечение одного клиента и увеличит прибыльность кампании в целом.

---

<sup>1</sup> Воронка продаж: все, что должен знать о ней руководитель // Коммерческий директор. 2016. URL: <http://www.kom-dir.ru/article/385-voronka-prodaj>.

<sup>2</sup> Плотников А.П. Развитие концепции инновационного маркетинга // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 3 (101).

<sup>3</sup> Крюкова А.А. Организация эффективного управления клиентской базой на основе маркетинга отношений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 10 (72).

<sup>4</sup> Как управлять процессом продаж при помощи воронки // Генеральный директор. 2016. URL: <http://www.gd.ru/articles/3731-voronka-prodaj>.

<sup>5</sup> Чернова Д.В., Кокин А.В. Создание электронной торговой площадки на основе концепции CRM // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 12 (110).

## THE AUTOMATED PURCHASE FUNNEL - ONE OF THE MAIN BUSINESS TOOLS FOR ANY ORGANIZATION

© 2017 Demidovich Tatevik Ashotovna  
Student

© 2017 Rakhmatullina Albina Rustamovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [tatevik.dm@inbox.ru](mailto:tatevik.dm@inbox.ru)

**Keywords:** Tripwire, lifetime value, sales funnel, automated sales funnel, point marketing, locomotive product, targeting, consumer, customer targeting, segmentation, business processes, analytics, unique trading offer, life cycle, end-to-end analytics, contextual advertising, email distribution, CRM-systems.

In this article we considered creation of the systematized marketing in business processes by means of combination of innovative tools in one complete system - the automated purchase funnel. This system allows the marketing company to influence pointwise clients with identification of specific needs and provision of unique selling proposition by it, bringing to transaction.

## ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ\*

© 2017 Демцура Светлана Сергеевна

кандидат педагогических наук

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический  
университет, г. Челябинск

E-mail: akadem-ppi@mail.ru

**Ключевые слова:** финансы, финансовые ресурсы, бюджет, бюджетные организации, финансовые ресурсы бюджетного учреждения.

Рассматриваются учреждения и организации, осуществляющие некоммерческую деятельность. Перечислены основные механизмы финансового обеспечения деятельности госучреждений РФ. Описаны документы, регулирующие деятельность и порядок финансирования бюджетных организаций. Рассматривается определение финансовых ресурсов бюджетной организации. Перечисляются каналы, которые используются при финансировании муниципальных образовательных учреждений.

На сегодняшний день ключевое значение для социального развития России имеет деятельность бюджетных организаций<sup>1</sup>. В России утвердилось понимание необходимости модернизации системы образования<sup>2</sup>. Учреждения и организации, осуществляющие некоммерческую деятельность, оказывают разнообразные услуги<sup>3</sup>. На сегодняшний день в нашей стране создаются и функционируют учреждения социально-культурной сферы, к которым относятся учреждения образования (дошкольного, общего и профессионального), культуры и искусства, здравоохранения, социального обеспечения. Рассмотрим механизмы финансового обеспечения деятельности госучреждений в РФ. Отметим, что прозрачность управления финансами является базовым условием повышения уровня и качества жизни населения, устойчивого экономического роста страны. Осуществление финансово-хозяйственной деятельности бюджетных организаций невозможно без адекватной системы их финансового обеспечения, которая представляет собой комплекс организационно-экономических мероприятий. Эти мероприятия связаны с покрытием расходов на оказание госуслуг за счет средств бюджета. В процессе реализации механизма финансового обеспечения у бюджетных организаций складываются различные финансовые отношения в части мобилизации, перераспределения и расходования финансовых ресурсов.

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке ФГБОУ ВО "Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е. Евсевьева" по договору на выполнение НИР от 14.04.2017 г. № 16-454 по теме "Эмпирическое исследование восприятия и оценки цен потребителями образовательных услуг".

Отметим, что материальная основа финансовых отношений - это финансовые ресурсы. Эти средства складываются из бюджетов разных уровней и фондов. К ним относят также поступления, которые получены от предпринимательской деятельности. Финансовые ресурсы имеют первостепенное значение для успешного функционирования и развития бюджетной организации. Усиление социальной направленности современных экономических отношений требует стабильного вливания денежных средств во все сферы хозяйственной деятельности, в том числе и в бюджетную. Управление финансовыми ресурсами бюджетной организации требует грамотного подхода и является одной из важнейшей задач для всех организаций бюджетной сферы. Поэтому вопросы эффективного процесса формирования и использования финансовых ресурсов бюджетной организации является чрезвычайно актуальным, что определило выбор темы данной статьи. Перечислим документы, регулирующие деятельность и порядок финансирования бюджетных организаций. К ним относят: Гражданский кодекс Российской Федерации, Бюджетный кодекс Российской Федерации, Федеральные законы "О некоммерческих организациях", "Об образовании в Российской Федерации", а также приказы Минфина России, постановления Правительства, регулирующие финансовую деятельность учреждений муниципальной системы образования. Понятие и классификация финансовых ресурсов бюджетной организации, а также механизм формирования и использования финансовых ресурсов бюджетных учреждений достаточно широко рассмотрены в учебной и научной литературе таких авторов, как И.В. Абанкина, И.А. Бедрачук, С.А. Беляков, Г.Б. Поляк, И.Ю. Карандаев, Л.В. Мазур, Н.И. Химичева и других. Только при наличии финансовых ресурсов организация может начать свою деятельность, в дальнейшем постоянно возобновляя процессы формирования, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов. Научное понятие "финансовые ресурсы" тесно связано с такой категорией как "финансы". Финансы представляют собой денежные отношения, которые возникают в результате распределения и перераспределения стоимости части национального богатства<sup>4</sup>. В финансовой системе государства особое место занимают финансы бюджетных организаций. Это определяется тем положением, которое занимают бюджетные организации в обеспечении функций государства<sup>5</sup>. В соответствии с п.1 ст.9.2 Федерального закона "О некоммерческих организациях" бюджетным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий соответственно органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах<sup>6</sup>. В процессе реализации механизма финансового обеспечения у бюджетных учреждений складываются различные финансовые отношения в части мобилизации, перераспределения и расходования финансовых ресурсов. В учебной литературе можно встретить следующие определения

финансовых ресурсов бюджетной организации. По мнению Г.Б. Поляка "Финансовые ресурсы в общем смысле этого слова - это денежные средства, источники поступления денежных средств. Отсюда финансовые ресурсы бюджетных учреждений - это денежные средства, формируемые ими из различных источников для целей обеспечения своей деятельности"<sup>7</sup>. Химичева Н.И. приводит следующее определение "Финансовые ресурсы бюджетного учреждения представляют собой совокупность денежных средств, находящихся в оперативном управлении бюджетной организации". Автор И.Ю. Карандаев отмечает, что "...в материальном выражении финансовые ресурсы бюджетных учреждений представляют собой совокупность денежных фондов, находящихся в распоряжении учреждений". Коллектив авторов под руководством А.И. Архипова дает следующее определение "Под финансовыми ресурсами бюджетных организаций понимают совокупность денежных доходов, поступлений и накоплений, используемых на текущее содержание и расширение деятельности этих организаций". Обобщив вышеприведенные определения можно сформулировать понятие финансовых ресурсов следующим образом: финансовые ресурсы бюджетных организаций - это совокупность денежных средств, находящихся в распоряжении бюджетных организаций и используемых с целью текущего содержания и расширения их деятельности. Таким образом, финансовые ресурсы бюджетных организаций - совокупность денежных средств, находящихся в их распоряжении и используемых в целях текущего содержания и расширения деятельности. Правовой режим финансов бюджетных учреждений предусматривает финансирование как из бюджетных источников (субсидии и гранты), так из внебюджетных источников (от деятельности, приносящей доход и формирования фондов целевого капитала).

---

<sup>1</sup> Дмитриева Е.Ю., Демцура С.С. Сущность и роль человеческого капитала в экономике знаний // Генезис, формирование, развитие и прогнозирование экономических систем в России и за рубежом : сб. науч. тр. по материалам I Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург : НОО "Профессиональная наука", 2017. С. 135-152.

<sup>2</sup> Звонников В.И., Челышкова М.Б. О современных проблемах управления качеством в системе высшего образования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 4 (138). С. 31-35.

<sup>3</sup> Косенко С.С. Экономическое образование в школе: аксиологический подход // Человек. Спорт. Медицина. 2006. № 16 (71). С. 209-213.

<sup>4</sup> Демцура С.С., Федорова К.А. Цена и ценность труда // Роль инноваций в трансформации науки : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Уфа : Аэтерна, 2016. С. 81-83.

<sup>5</sup> Маркетинговая деятельность учреждения профессионального образования : коллективная монография / А.А. Саламатов [и др.]. Челябинск : ЧГПУ, 2012.

<sup>6</sup> Дмитриева Е.Ю. Формирование профессионально значимых качеств будущего педагога в условиях студенческого педагогического отряда : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург, 2007.

<sup>7</sup> Демцура С.С., Федорова К.А., Ракчеева Е.С. Повышение эффективности работы предприятия на основе совершенствования управления трудовым потенциалом // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 9-1. С. 63-65.

# THE CONCEPT AND CLASSIFICATION OF FINANCIAL RESOURCES OF THE BUDGETARY ORGANIZATION

© 2017 Demtsura Svetlana Sergeevna

Candidate of Pedagogical Sciences

South Urals State Humanitarian-Pedagogic University, Chelyabinsk

E-mail: akadem-ppi@mail.ru

**Keywords:** finance, financial resources, budget, budgetary organization, financial resources of budgetary organization.

The article discusses the agencies and organizations engaged in non-commercial activities, the basic mechanism of funding of activities of state and municipal institutions in the Russian Federation, including public institutions. The article describes the laws and documents regulating the activities and financing of budgetary organizations. The definition of financial resources of the budgetary organization is considered. The article describes the source of funding of municipal educational institutions.

УДК 658

# ЗЕЛЕНАЯ ЛОГИСТИКА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

© 2017 Динукова Олеся Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: odinukova@yandex.ru

**Ключевые слова:** зеленая логистика, концепция устойчивого развития, экологические проблемы, рециклинг.

Рассмотрено понятие зеленой логистики, необходимость экологизации экономики с целью снижения техногенной нагрузки и поддержания природного потенциала, проанализирована динамика образования отходов и их использования в РФ.

В настоящее время назрела потребность в практическом переосмыслении стратегии экономического развития. Появление концепции устойчивого развития вызвано растущими потребностями в ресурсах, неэффективным их использованием и как следствие, экологическими проблемами.

Множество факторов оказывает негативное влияние на состояние окружающей среды: загрязнение атмосферы промышленными и другими выбросами

ми, загрязнение поверхностных и подземных вод, загрязнение почв промышленными и бытовыми отходами, сокращение биологического разнообразия растений и животных и др.

Растущие объемы производства приводят к увеличению объемов вредных выбросов и отходов.

Отсюда возникает необходимость экологизации экономики, способствующая снижению техногенной нагрузки и поддержанию природного потенциала, а также использование зеленой логистики для решения экологических проблем.

Зеленая логистика - это "научно-практическая деятельность, предполагающая формирование эффективного механизма интеграции экологического и социально-экономического аспектов на всех этапах планирования, проектирования и управления цепью поставок товаров с целью минимизации эколого-экономического ущерба и повышения потребительской ценности продукции с помощью применения энерго- и ресурсосберегающих технологий логистики"<sup>1</sup>.

Основной целью зеленой логистики является определение и минимизация негативного воздействия логистической деятельности на окружающую среду.

К основным объектам управления зеленой логистики относятся: потоки сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, а также отходы продукции; логистические операции и процессы и др.

К зеленым технологиям принято относить инновационные решения в сфере переработки и вторичного использования материалов, очистки сточных вод, энергосбережения, контроля над загрязнением воздушной среды, защиты окружающей среды, возобновляемых источников энергии.

Современным подходом в бизнесе являются идеи и основные положения концепции бережливого производства<sup>2</sup>.

Наиболее актуальными с "точки зрения минимизации издержек всех этапов бизнеса, снижения экологической нагрузки на территории выступают операции возвратности некачественных и неиспользованных ресурсов, а также так называемых вторичных материальных ресурсов, использование которых возможно по первичному назначению, как в рамках производственных процессов предприятия, так и в дальнейшей переработке или изготовления продукции другими субъектами хозяйствования"<sup>3</sup>.

ГОСТ 30772-2001 определяет рециклинг, как процесс возвращения отходов, сбросов и выбросов в процессы техногенеза". Кроме того, существует два варианта рециклизации отходов:

- использование отходов по тому же назначению повторно, например, стеклянные банки;
- возврат отходов после соответствующей обработки в производственный процесс, например, жестяные банки в производство стали.

Анализ динамики использования и обезвреживания отходов производства и потребления представленный в таблице свидетельствует о низкой доле рециклинга в российской экономике.

**Динамика образования отходов производства и потребления  
и их использование в РФ с 2010 по 2015 г., млн т\***

| <b>Отходы производства<br/>и потребления</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> |
|----------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Образование                                  | 3734,7      | 4303,3      | 5008        | 5152,8      | 5168,3      | 5060,2      |
| Использование<br>и обезвреживание            | 1738,1      | 1990,7      | 2348        | 2043,6      | 2357,2      | 2685,1      |
| В % от количества<br>образованных отходов    | 46,5        | 46,3        | 46,9        | 39,7        | 45,6        | 53,1        |

\* Составлено по: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/environment/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/environment/#)

Использование и обезвреживание отходов составляет лишь около половины от всего образованного объема.

Наиболее эффективно возвращать в оборот такие промышленные отходы, как лом цветных, черных и драгоценных металлов; асфальта и битумов; тканей; различного вида пластмасс и пластика<sup>4</sup>.

Для достижения наибольшей эффективности в сборе вторичных отходов необходимо взаимодействие государства, бизнеса и населения. Как показывает опыт зарубежных стран, только рыночные отношения не способны эффективно регулировать процессы обращения с отходами.

Использование принципов зеленой логистики позволяет повысить экологическую образованность и ответственность персонала; максимально использовать отходы производства и тары как вторсырьё; рационально использовать природные ресурсы; осуществлять экономически обоснованную и экологически безопасную транспортировку<sup>5</sup> и складирование материальных ресурсов и др.

<sup>1</sup> Исследование применения возможностей "зеленых" технологий при управлении цепями поставок. URL: <https://bgscience.ru/lib/9713>.

<sup>2</sup> Кизим А.А., Березовский Э.Э. Рециклинг стекла как элемент формирования реального сектора экономики страны // Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности в России : сб. науч.ст. Междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 60-64.

<sup>3</sup> Моделирование процессов рециклинга на принципах логистики. URL: <http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/48-51.pdf>.

<sup>4</sup> Утилизация и переработка отходов. URL: <http://vtorothodi.ru/utilizaciya/vtorichnaya-utilizaciya-otxodov>.

<sup>5</sup> Сосунова Л.А., Кузнецова Н.С. Организация цепей поставок на принципах "зеленой" логистики // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 11 (133). С. 61-63.

## **GREEN LOGISTICS IN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

© 2017 Dinukova Olesia Anatolyevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [odinukova@yandex.ru](mailto:odinukova@yandex.ru)

**Keywords:** green logistics, sustainable development, ecology, recycling.

The article deals with the concept of green logistics, the need for greening the economy, the dynamics of wastes and their use in Russia.

*УДК 339.976.4*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ КИТАЯ "НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ"**

© 2017 Дмитриев Илья Станиславович  
магистрант  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: [dmitriev\\_ilya19@mail.ru](mailto:dmitriev_ilya19@mail.ru)

**Ключевые слова:** Новый Шелковый путь, международная экономическая интеграция, Китай, мировая экономика, международная торговля.

Статья посвящена анализу концепции Китая "Новый Шелковый путь". Приводится пример стратегии Китая, направленной на построение "Экономического пояса Новый Шелковый путь". Делается вывод о перспективах и проблемах реализации проекта "Новый Шелковый путь".

Впервые термин "Великий шелковый путь", предложил в 1877 г. немецкий географом Фердинандом фон Рихтгофеном, термин быстро стал общепринятым обозначением системы евразийских караванных путей доиндустриальной эпохи<sup>1</sup>.

Великий шелковый путь - это древняя система торговых путей, соединявшая экономики цивилизаций Евразии от Западной Европы до Китая со II в. до н.э. до XV в. Шелковый путь играл роль связующего звена между странами разных цивилизаций, став предшественником современной мировой экономической системы.



Развитие Китая повлекло за собой пересмотр своей роли в мире. Китай стал локомотивом мировой экономики, уровень благосостояния населения вырос. Успех был связан с развитием отраслей направленных на экспорт, а главным преимуществом была дешевая рабочая сила. Большинство компаний расположены в приморских провинциях Китая, которые сейчас сталкиваются с новыми проблемами: рост уровня оплаты труда, ужесточение законодательства в области охраны труда. Приморские провинции раньше использовались как производственная база, компании отвечают на этот вызов переносом производств в регионы, где уровень оплаты труда меньше. Китай пытается решить проблему нестабильности в Западных провинциях, создавая там предпосылки для развития новых индустриальных зон. Центральные и Западные провинции будут демонстрировать высокие темпы уже в скором будущем, а к середине века займут лидирующие позиции.

Концепция "экономического пояса Шелкового пути" предполагает развитие экономического сотрудничества за счет строительства транспортной инфраструктуры. Повышение ее эффективности, устранение барьеров в торговле должно привести к росту объемов оборота торговли в регионе. Кроме того, повысить роль национальных валют, прежде всего юаня. Реализация инфраструктурных проектов должна дать толчок развитию малонаселенных и отстающих с экономической точки зрения внутренних провинций Китая. Основную ставку Пекин делает именно на железнодорожное сообщение - эта отрасль выбрана в качестве основной экспортной отрасли. Железные дороги будут локомотивом увеличения экспорта китайского высокотехнологичного оборудования. Вместе с китайскими железнодорожниками в регионы должны прийти производители оборудования, программного обеспечения, провайдеры инжиниринговых и прочих услуг, а также банки, страховые и прочие компании. Развитие инфраструктурных проектов за рубежом является вполне логичным путем создания спроса на внешнем рынке и соответственно загрузки собственных мощностей<sup>2</sup>.

Для развития инфраструктуры Нового Шелкового пути Центральным Банком КНР был основан фонд объем которого составляет 40 млрд. долл. Фонд действует на основе китайского с китайским законодательства, в его проектах могут принимать участие иностранные инвесторы. Финансировать проекты будет Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (100 млрд. долл.) и Банк БРИКС (100 млрд. долл.). Планируется создание фонда поддержки предприятий (30 млрд. долл.), которые будут экспортировать китайские промышленные товары по Шелковому пути. Китайская инвестиционная корпорация создаст механизм поддержки ПИИ объемом более 40 млрд. долл. Планируется адаптация Китайского банка развития (1.3 трлн. долл.).

Провинции тоже активно участвуют в проекте и образуют фонды поддержки компаний, участвующих в создании или использующих его инфраструктуру. Власти провинции Гуандун до 2017 г. планируют создать фонд финансирования 40 ключевых проектов объемом более 50 млрд. долл., которые включают в себя создание комплексных транспортных узлов. Основным механизмом будет предоставление кредитов китайскими финансовыми институтами для реализации

инфраструктурных проектов. Главным условием является закупка китайского оборудования, товаров, услуг и рабочей силы. На локализацию производства китайцы не идут, предпочитая загружать соответствующие отрасли внутри Китая<sup>3</sup>.

Но пока о крупных инфраструктурных прорывах Китая говорить не приходится. В 2014 году объем торговли Китая с Евросоюзом, по данным Еврокомиссии, составил 619 млрд. долл. На железнодорожные перевозки, по данным китайских таможенных органов, приходилось только 4,9 млрд. долл. По многим факторам железнодорожные перевозки по этому маршруту нерентабельны и уступает морским перевозкам. Состав способен перевозиться самое большее несколько сот контейнеров, в то время как контейнеровозы могут принять груз в 18 тыс. контейнеров. По этому, к сожалению, железная дорога никогда не сможет заменить морские перевозки. Максимальная масса груза обычного 40-футового контейнера составляет 9,6 т. Стоимость перевозки контейнера железнодорожным транспортом - 8 тыс. долл. Перевозка такого же контейнера морским путем обошлась бы около 3 тыс. долл., а доставка воздухом обошлась бы в 37 тыс. долл.

Соотношение между ценой и скоростью делает поставки железнодорожным транспортом целесообразными при перевозке дорогостоящих экспортных товаров Китаем в Европу товаров, например ноутбуки или импортные комплектующие для автомобилей.

Пока "Шелковый путь" показывает "медленный старт". Логистические компании столкнулись с трудностями в европейских городах при заполнении опустевших контейнеров экспортными из стран ЕС товарами. По данным China Railways, за первую половину 2015 года в европейском направлении из Китая было отправлено 200 составов, обратно с грузами прибыло только 50.

Другой фактор - структура европейского импорта в Китай: если в ЕС легко доставлять железной дорогой товары широкого потребления, то в обратном направлении идут поставки европейской продукции тяжелого машиностроения, которое доставлять железнодорожным транспортом нельзя. По данным Европейской комиссии, в структуре китайского экспорта в ЕС в 2014 году 12,3% составляли текстильные товары (вторая позиция после продукции машиностроения - 46,6%), а еще 9,2% - "разные готовые изделия". Евросоюз же экспортировал в первую очередь машины и оборудование (31,8%), во вторую - транспортное оборудование (26,3%)<sup>4</sup>.

Россия ищет способы диверсификации экономики, позволяющей ей не зависеть так сильно от ситуации в одной отрасли, как сейчас. Одним из способов диверсификации можно считать возможность пользования географической рентой. Поскольку Россия располагается между экономическими центрами Западной Европы и Юго-Восточной Азии, задача формулируется как создание евразийского транзитного коридора между Европой и Азией по территории России. России ЭПВШП дает хорошие шансы не только на рост транзитных перевозок, но и на более тесную интеграцию с Казахстаном, Китаем и другими странами

Евразии. Сейчас России следует влиять на конфигурацию проекта "Шелковый путь" так, как выгодно России и с точки зрения карты маршрутов, и с точки зрения выбора проектов для инвестиций<sup>5</sup>.

Новый Шелковый путь до сих пор является "театром одного актера" для Пекина, но "Шелковый путь" - это долгосрочная стратегия для Китая", потенциал железнодорожного сообщения Китая с Европой огромен, поскольку отношения между КНР и ЕС "вступают в эпоху золотого века". Таким образом, новая экономическая стратегия Китая бросает глобальный экономический вызов странам партнерам и решает собственные задачи.

---

<sup>1</sup> Daniel C. Waugh "Richthofen's "Silk Roads": Toward the Archaeology of a Concept" // The Silk Road 2007. № 1. С.1.

<sup>2</sup> URL: <http://www.rbc.ru/politics/15/12/2015/56703a6d9a7947f88a89ae7d>.

<sup>3</sup> Доклад валдайского Клуба "Создание центральной Евразии: вызовы и возможности". URL: <http://lenta.ru/articles/2015/06/02/karaganovdoklad>.

<sup>4</sup> Михеев В., Луконин С., Чже С. Многовариантность: Большой стратегический ответ си Цзиньпина // Мировая экономика и международные экономические отношения. 2015. № 12. С. 5-14.

<sup>5</sup> Чжанг Ч., Чжанг Ю. Сотрудничество России и Китая в контексте глобализации // Вестник Самурского государственного экономического университета 2016. № 8;

Понамарев Д. Великий шелковый путь в XXI веке // Евразийский союз ученых. 2015. № 4-12 (13). С. 150-152;

Лю Цзэя. Стратегии развития нового Шелкового пути // Молодой ученый. 2015. № 15. С. 391-394;

Ларин А.Г., Матвеев В.А. Китайская стратегия "продвижения на Запад" и "новый Шелковый путь" // Проблемы Дальнего Востока. 2014. № 5;

Зонн И.С., Тянь Юйчжао. Новое прочтение Великого Шелкового пути // Проблемы постсоветского пространства. 2015. № 3. С. 17;

Чен Хунцзе. "Экономический пояс Шелкового пути и Морской Шелковый путь 21-го века" с точки зрения экспертов КНР // Наука и мир. 2015. № 7. С. 184-186.

## CHINA ECONOMY STRATEGY "NEW SILK ROAD"

© 2017 Dmitriev Ilya Stanislavovich

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: [dmitriev\\_ilya19@mail.ru](mailto:dmitriev_ilya19@mail.ru)

**Keywords:** The New Silk Road, international economic integration, China, world economy, international trade.

The article analysis concept of China "The New Silk Road". An example is China's way for development of "The New Silk Road". Conclusion is about prospects and problems "The New Silk Road".

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПРЕПОДАВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

© 2017 Дулевич Лариса Ивановна

кандидат экономических наук, доцент, профессор

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия,

г. Горки, Республика Беларусь

E-mail: ldulevich@mail.ru

**Ключевые слова:** практико-ориентированная методика преподавания, технология интерактивного обучения, практические навыки разработки бизнес-планов для конкретных предприятий, специальные компьютерные программы.

В статье описана методика преподавания дисциплины "Инвестиционное проектирование". Данная методика построена на основе технологии интерактивного обучения и позволяет развивать интеллектуально-творческий потенциал личности студента. Методика направлена на приобретение студентами практических навыков разработки инвестиционной стратегии предприятия и бизнес-планов инвестиционных проектов. На занятиях студенты знакомятся с рядом специальных компьютерных программ по бизнес-планированию и разрабатывают бизнес-планы инвестиционных проектов для предприятий, на которых они проходили производственную практику, с использованием компьютерной программы Excel.

В современном высокотехнологичном, информационном обществе перед высшими учебными заведениями стоит задача подготовки высококвалифицированных кадров, не только хорошо владеющих теоретическими знаниями в области будущей профессиональной деятельности, но и умеющих активно использовать их на практике, обладающих знаниями информационных компьютерных технологий, необходимыми для быстрой адаптации к меняющимся экономическим и технологическим условиям производства и выработки наиболее эффективных решений возникающих проблем как экономического, так и технологического характера<sup>1</sup>.

Экономические дисциплины можно условно разделить на теоретические и практические, прикладные. Дисциплина "Инвестиционное проектирование", преподаваемая на кафедре агробизнеса, относится к циклу специальных дисциплин (компонент учреждения высшего образования) учебных планов специальности 1-25 01 10 Коммерческая деятельность и специальности 1-26 02 03 Маркетинг, и носит прикладной, практический характер. Преподавание дисциплины построено на основе практико-ориентированного подхода.

В результате изучения курса студент должен уметь:

- увязывать стратегические, тактические планы и бизнес-планы инвестиционных проектов предприятия со стратегией развития региона, области и республики;

- выбирать из альтернативных предлагаемых вариантов инвестиционных проектов лучшие с учетом стратегии развития предприятия;

- сформировать идею проекта, оценить ее перспективность и документально оформить;

- разработать бизнес-план инвестиционного проекта, рассчитать календарный график его реализации, денежные потоки по проекту и показатели эффективности;

- объективно оценивать инвестиционный климат в стране и ориентироваться в системе правового обеспечения инвестиционной деятельности;

- контролировать и управлять изменениями в процессе реализации инвестиционного проекта.

Данная дисциплина преподается на четвертом курсе, так как без знания экономики, анализа хозяйственной деятельности, бухгалтерского учета, налогообложения, ценообразования, технических и технологических дисциплин невозможно грамотно составить бизнес-план инвестиционного проекта. По дисциплине разработан электронный учебно-методический комплекс для самостоятельной работы студентов, который включает введение, список рекомендуемой основной и дополнительной литературы, теоретический раздел (тематический план лекций, основные определения и положения дисциплины, курс лекций), практический раздел (тематический план лабораторных и практических занятий, методические указания по выполнению контрольной работы, темы индивидуальных заданий для выполнения лабораторных работ, методические указания по проведению лабораторных занятий, рабочую тетрадь для выполнения лабораторных работ), вопросы для контроля знаний в разрезе модулей, компьютерные тесты по дисциплине, учебную программу и другие материалы<sup>2</sup>.

Для наглядности и лучшего усвоения лекционного материала с помощью мультимедиа-проектора и компьютерной программы Power Point я использую примеры разработанных мною конкретных бизнес-планов для реальных предприятий исходя из своего многолетнего практического опыта работы по хозяйственным научным темам с организациями Республики Беларусь. Основная задача при проведении лабораторных занятий - научить студентов самостоятельно разрабатывать бизнес-план инвестиционного проекта в соответствии с законодательством Республики Беларусь<sup>3</sup>.

Лабораторные занятия проходят в двух компьютерных бизнес-лабораториях кафедры агробизнеса, где имеется 20 компьютеров. Студенты индивидуально или звеном из 2-3 человек разрабатывают бизнес-планы инвестиционных проектов для предприятий, на которых они проходили производственную практику. В дальнейшем разработанные бизнес-планы они могут использовать при написании дипломной работы. Студентам предлагаются примерные темы индивидуальных заданий для выполнения лабораторных работ.

На первом лабораторном занятии преподаватель должен познакомить студентов со специальными компьютерными программами по бизнес-планированию, предназначенными для экономистов-практиков, работающих на предприятиях. В данных программах уже введены все формулы, поэтому достаточно задать исходную информацию, и программа выдает готовый результат. В настоящее время на кафедре агробизнеса имеются различные компьютерные программы для бизнес-планирования: как открытого типа - автоматизированные шаблоны для составления годового и инвестиционного бизнес-планов на базе Excel, разработанные в соответствии с законодательством республики, так и закрытого типа, когда у пользователя нет доступа к формулам - НИВА-СХП: Бизнес-план, 1С: предприятие (сводное планирование в сельском хозяйстве).

Многолетние исследования и опыт преподавания показал, что имея готовую компьютерную программу, студент осваивает только правила пользования этой программой. При этом его, как правило, не интересует последовательность расчетов и содержание формул по составлению бизнес-плана, даже если компьютерная программа открытого типа, и все формулы и последовательность расчетов видны на экране. При работе на предприятии с автоматизированным шаблоном на базе Excel выпускник должен уметь самостоятельно вносить корректировки в формулы и таблицы, так как в реальности постоянно происходят изменения форм документов и законодательства. При работе с закрытой программой эти корректировки может осуществить только фирма-продавец программы, что, как правило, приводит к потере времени и существенным дополнительным затратам для предприятия.

Поэтому необходимо только ознакомить студентов с правилами пользования специальными компьютерными программами, но при выполнении лабораторных работ воздержаться от их использования, так как студенты не усвоят алгоритм расчетов. Чтобы в памяти обучаемых сохранились полученные знания, необходимо, чтобы каждый студент самостоятельно в программе Excel ввел все формулы и связи между ячейками таблиц. Разработка бизнес-плана в электронных таблицах позволяет при необходимости корректировать расчеты без дополнительных затрат времени студентов и быстро получать различные варианты расчетов.

Студенты на лабораторных занятиях имеют возможность пользоваться информационно-аналитической компьютерной программой "Бизнес-инфо" для ознакомления с законодательством в области инвестиционной деятельности и инвестиционного проектирования. В данной программе имеются автоматизированные шаблоны таблиц для расчета бизнес-плана инвестиционного проекта в соответствии с требованиями законодательства Республики Беларусь и приведены несколько конкретных примеров бизнес-планов, разработанных известными консалтинговыми фирмами республики.

Система контроля знаний по дисциплине построена на основе защиты лабораторных работ преподавателю, а также применения блочно-модульной технологии обучения<sup>4</sup>. Данная технология заключается в оценке знаний студентов

в течение учебного года с помощью проведения промежуточных модулей в виде компьютерных тестов или написания письменной контрольной работы.

Таким образом, методы обучения по дисциплине "Инвестиционное проектирование" построены на основе использования технологии интерактивного обучения, которая заключается в разработке совокупности способов целенаправленного усиленного межсубъектного взаимодействия преподавателя и студента. Учебно-методический комплекс по дисциплине направлен на приобретение студентами практических навыков разработки инвестиционной стратегии предприятия и бизнес-планов инвестиционных проектов.

---

<sup>1</sup> Кодекс Республики Беларусь об образовании, 13.01.2011 г. URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 14.04.2017).

<sup>2</sup> Дулевич Л.И. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Инвестиционное проектирование" для студентов специальностей 1-25 01 10 Коммерческая деятельность, 1-26 02 03 Маркетинг. Горки : БГСХА, 2014.

<sup>3</sup> Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, 31.08.2005 г. URL: <http://www.pravo.by> (дата обращения: 14.04.2017).

<sup>4</sup> О модульно-рейтинговой технологии обучения студентов на I ступени высшего образования (положение № 406, утв. ректором УО БГСХА 08.02.2016 г.).

## USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN TEACHING OF ECONOMIC DISCIPLINES

© 2017 Dulevich Larisa Ivanovna  
Candidate of Economics, Associate Professor, Professor  
Belarusian State Agricultural Academy,  
Gorki, Belarus Republic  
E-mail: [ldulevich@mail.ru](mailto:ldulevich@mail.ru)

**Keywords:** practical-oriented teaching methodology, interactive learning technology, practical skills of developing business plans for specific enterprises, special computer programs.

The article describes the methodology of teaching the discipline "Investment design". This technique is based on the technology of interactive learning and allows to develop the intellectual and creative potential of the student's personality. The methodology is aimed at acquiring students practical skills in developing the company's investment strategy and business plans for investment projects. In the classroom, students get acquainted with special computer programs for business planning and develop business plans for investment projects for the enterprises where they passed industrial practice using the computer program Excel.

## РОЛЬ ИНТЕГРАЦИИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ КОРПОРАЦИИ "КОШЕЛЕВ"

© 2017 Еланская Татьяна Александровна  
студент

© 2017 Корнилова Анна Дмитриевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: e.tany2015@yandex.ru

**Ключевые слова:** интеграция, строительная отрасль, конкурентоспособность, горизонтальная интеграция, вертикальная интеграция.

Анализируется роль интеграции в строительной отрасли, преимущества и недостатки интеграционной системы. Авторы рассматривают необходимость интеграции на примере строительной компании ООО "Корпорация Кошелев".

На современном этапе, экономика нашей страны представляет собой многоотраслевой комплекс. Особое значение в этом комплексе имеет строительная отрасль. Ведь именно она создает материальные блага, которые удовлетворяют потребности человека. Строительная отрасль является основой развития других отраслей экономики, а также экономического роста государства в целом. Увеличение проектных компаний создает жесткую конкуренцию для других участников рынка<sup>1</sup>. Поэтому, чтобы выжить организации, необходимо обладать отличительными, конкурентными преимуществами. При разработке механизмов повышения конкурентоспособности компании, функционирующей на рынке, необходимо руководствоваться более привлекательными ценами на продукцию, а также качеством<sup>2</sup>.

Важнейшую роль в сохранении и развитии предприятия играет интеграция с другими компаниями.

Интеграция- это состояние связанности отдельных дифференцированных частей в единое целое.

Преимущества экономической интеграции:

- увеличение размеров рынка;
- растет борьба между странами;
- обеспечение лучших условий торговли;
- расширение торговли параллельно с улучшением инфраструктуры;
- распространение новых технологий.

Недостатки экономической интеграции:



1. Для слабых стран интеграция приводит к оттоку ресурсов, т.к. идет перераспределение в пользу более сильных партнеров.

2. Олигопольный сговор между ТНК стран-участниц, что приводит к повышению цен.

3. Эффект потерь от увеличения масштабов производства при очень сильной концентрации.

Важно понимать, что иногда происходит вынужденная интеграция на определенных жизненных циклах. На стадии зарождения, компании стремятся объединиться, чтобы развить рынок, но без уникальной запатентованной технологии попытка будет безуспешной<sup>3</sup>. На стадии старения, компании могут интегрироваться для заполнения пустоты, в следствии ухода независимых игроков.

В настоящее время, выделяют три формы интеграции: вертикальную, горизонтальную и конгломератную.

Вертикальная интеграция представляет собой слияние двух или более компаний, которые производят элементы, необходимые для производства одного вида продукции. Производственные процессы объединены только в одной компании и следуют в определенном порядке, друг за другом. Объединение компаний в вертикальную структуру, преследует цель сокращения транзакционных издержек, которые непосредственно связаны с приобретением необходимых ресурсов<sup>4</sup>.

Горизонтальная интеграция - это слияние компаний, занимающихся производством однотипной продукции. Если компания хочет получить стоимостные экономические выходы и увеличить рыночную долю, то она применяет горизонтальную интеграцию. Из минусов, можно выделить что такое слияние приводит к сокращению численности компаний, которые действуют на рынке определенного вида продукта.

Конгломератной интеграцией называется объединение в единую структуру различных производственных линий. Конгломератные слияния схожи с горизонтальными, так как в обоих случаях объединяются производства готовой продукции, но в этом случае выпускаемые виды продукции никак не связаны друг с другом.

При стремлении руководства строительной компании снизить издержки, и обеспечить развитие в будущем, целесообразно применение вертикальной или горизонтальной интеграции<sup>5</sup>. Но стоит отметить, что применение такой интеграции не всегда выгодно. Нужно понимать, что без современной, высокотехнологичной базы интегрирование не имеет смысла.

Вертикальная интеграция достаточно рискованная, дорогая и практически необратимая. Несмотря на это, есть компании, которые берутся за ее реализацию.

На свой риск, вертикальную интеграцию использует "Корпорация Кошелёв". Она является одной из крупнейших многопрофильных строительных компаний в России. Предприятие реализует проекты в области жилищного строи-

тельства на территории Самарской и Калужской областей<sup>6</sup>. Основным направлением деятельности компании является реализация комплексной малоэтажной застройки - "КОШЕЛЕВ-проект". "Корпорация Кошелев" объединяет в себе предприятия по производству фасадных конструкций, металлоконструкций, железобетонных изделий и оконных конструкций. В число таких компаний входят: ООО "Авиамонтаж"; ООО "АВИАКОР - Окна"; ООО "Энерго"; Завод "Авиакор-железобетон". В 2012 году в состав корпорации вошел "КОШЕЛЕВ-Банк".

ООО "Авиамонтаж" занимается непосредственно строительством, расчисткой строительных участков. ООО "АВИАКОР - Окна" основывается на изготовлении и осуществлении монтажа металлопластиковых конструкций. Компания также производит стекольные, малярные, общестроительные работы, лесоматериалы, кирпич и многое другое. ООО "Энерго" предоставляет монтаж наружных электросетей всех классов напряжения, систем теплоснабжения и водоснабжения. На заводе "Авиакор-Железобетон" производятся многопустотные плиты, которые на сегодняшний день признаны достаточно эффективными для производства конструкций перекрытия зданий.

Таким образом, следует отметить, что роль интеграции в строительной отрасли велика. Она является сильнейшим инструментом повышения конкурентоспособности компании, помогает сохранить свою долю на рынке, способствует улучшению условий деятельности, распространению новых уникальных технологий. Однако, интеграция- это рискованная деятельность, которая может повлечь необратимые последствия. Поэтому использовать вертикальную или горизонтальную интеграцию можно только после анализа всех факторов и при обоснованной необходимости.

---

<sup>1</sup> Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. СПб. : АНО ИПЭВ, 2009.

<sup>2</sup> Баутин В.М., Овсянников С.В., Шаталов М.А. Интеграция как фактор повышения эффективности агропромышленного производства // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 12 (38).

<sup>3</sup> Стаки Дж., Уайт Д. Когда нужна и не нужна вертикальная интеграция // Вестник McKinsey.1993. № 3. С. 23-30.

<sup>4</sup> Гусакова Е.А., Павлов А.С. Основы организации и управления в строительстве. В 2 ч. Ч. 2. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 2016.

<sup>5</sup> Маллаев Д.Д. Об оценке эффективности интегрированных структур в строительстве // Региональные проблемы преобразования экономики. 2007. № 4.

<sup>6</sup> Кошелев В.А. Оптимизация бизнес-процессов компании на основе информационных технологий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7 (117). С. 54-61;

Стерлигова А.Н. Уровневая интеграция деятельности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 10 (48);

Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.

# THE ROLE OF INTEGRATION IN THE SECTOR INDUSTRY EXAMPLE OF "KOSHELEV" CORPORATION

© 2017 Elanskaya Tatyana Aleksandrovna  
Student

© 2017 Kornilova Anna Dmitrievna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: e.tany2015@yandex.ru

**Keywords:** integration, construction industry, competitiveness, horizontal integration, vertical integration.

The article analyzes the role of integration in the value sector, the advantages and disadvantages of the integration system. The authors consider the question of which construction company "Koshelev Corporation" is based on.

УДК 336.76

## ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С ЕВРООБЛИГАЦИЯМИ

© 2017 Жидкова Ирина Спартаковна  
магистрант

© 2017 Милова Лариса Николаевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: zhidkova.irina93@mail.ru, larisamilova2009@yandex.ru

**Ключевые слова:** еврооблигации, долговые ценные бумаги, купонный доход, инвестиции в ценные бумаги.

Коммерческие банки, выступая в роли эмитентов и инвесторов, активно начинают работать с такими инструментами долгового рынка, как еврооблигации. Это обеспечивает не только привлечение денежных средств для осуществления инвестиционных проектов, но и получение стабильных доходов от совершения фондовых операций, в том числе в иностранной валюте.

В условиях ограниченности валютных ресурсов внутреннего рынка выход на международные финансовые площадки с помощью выпуска еврооблигаций является для российских банков одним из наиболее перспективных способов

получения ресурсов в иностранной валюте. Данный финансовый инструмент привлекателен высоким уровнем доходности и надежности, гарантируемым условиями выпуска и размещения.

На российском фондовом рынке еврооблигации стали эффективным инструментом страхования от изменения курса национальной валюты, главной альтернативой долларovým банковским депозитам.

Еврооблигации являются разновидностью международных облигаций, которые относятся к евробумагам. Понятие и виды евробумаг закреплены в Директиве Комиссии европейский сообществ от 17 марта 1989 года №89/298/ЕЕС.

Еврооблигации или "евробонды" (от англ. eurobond) - это эмиссионные долговые ценные бумаги, выпускаемые государственными и частными организациями на иностранном рынке и номинируемые в иностранной валюте. Отличительными чертами еврооблигаций являются:

- выпуск этих ценных бумаг осуществляется в валюте, являющейся иностранной для эмитента;
- их размещение осуществляется через международный синдикат андеррайтеров и зарубежных инвесторов;
- это, как правило, ценные бумаги на предъявителя;
- длительный срок заимствования (от 1 года до 40 лет);
- номинальная стоимость имеет долларový эквивалент;
- имеются купоны, дающие право на получение процентов в обусловленные сроки, которые выплачиваются держателю в полной сумме без удержания налога у источника доходов в отличие от обычных облигаций.

Эмитентами еврооблигаций могут выступать только крупнейшие компании, лидеры отрасли, чья устойчивая рыночная позиция не вызывает сомнений.

Для эмитентов существуют два основных положительных момента от размещения еврооблигаций по сравнению с другими способами привлечения денежных ресурсов:

1) оценка рисков по выпуску в обращение еврооблигаций производится расширенным кругом участников финансового рынка, которые распределяют между собой инвестиционные риски;

2) имеется возможность использования фиксированной ставки для привлечения ресурсов на более длительный временном промежутке<sup>1</sup>.

В российском законодательстве использование еврооблигаций регулируется пунктами 21.8, ст. 51.1, Федерального закона от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг"<sup>2</sup> и пунктом 5, статьи 9, федерального закона от 10.12.2003 N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле"<sup>3</sup>.

Приобрести еврооблигации российских эмитентов можно на мировых фондовых биржах. На Московской бирже в настоящее время представлены 32 российских эмитента еврооблигаций, из которых 55 % составляют коммерческие банки (рис. 1).

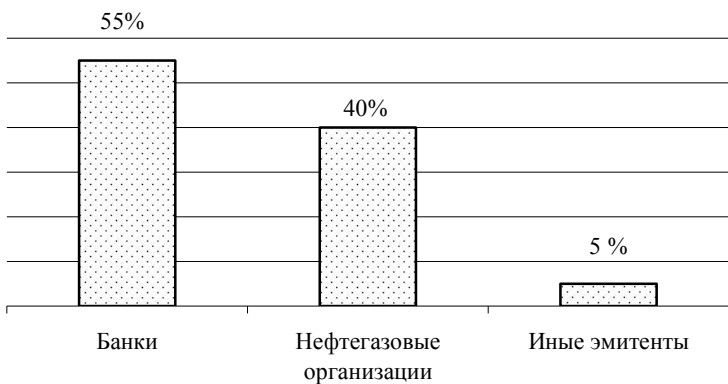


**Рис. 1. Структура эмитентов еврооблигаций на 13.01.2017 г., котируемых на Московской бирже, %\***

\* URL: [http://moex.com/s1163#security\\_types=euro\\_bond&board\\_groups=&listname=1%2C2%2C3%2C\\_&index=&collateral=0&currencyid=](http://moex.com/s1163#security_types=euro_bond&board_groups=&listname=1%2C2%2C3%2C_&index=&collateral=0&currencyid=)

Крупнейшими эмитентами еврооблигаций являются, прежде всего, такие российские банки, как: ПАО ВТБ-24, ПАО Сбербанк, АО "Альфа Банк", АО Газпромбанк, АО "Россельхозбанк". Выпуск еврооблигаций позволяет им привлекать ресурсы для реализации долгосрочных инвестиционных проектов. Корпорации, выпускающие еврооблигации, представлены такими организациями, как ПАО "Газпром", ПАО "Новатэк", ОАО НК "Роснефть". К иным эмитентам относится Министерство финансов Российской Федерации<sup>4</sup>.

Всего на Московской бирже котируется 163 еврооблигации российских эмитентов (рис. 2).

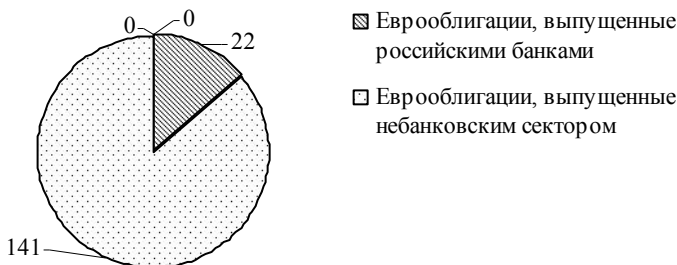


**Рис. 2. Количество еврооблигаций, котируемых на Московской бирже, в разрезе эмитентов на 13.01.2017 г.**

\* URL: [http://moex.com/s1163#security\\_types=euro\\_bond&board\\_groups=&listname=1%2C2%2C3%2C\\_&index=&collateral=0&currencyid=](http://moex.com/s1163#security_types=euro_bond&board_groups=&listname=1%2C2%2C3%2C_&index=&collateral=0&currencyid=)

Анализ структуры российских еврооблигаций показывает, что средний срок их размещения составляет 6-10 лет, но и имеются еврооблигации, в условиях выпуска которых эмитентом не оговорен срок погашения (иными словами на бессрочной основе).

При наличии соответствующей лицензии, выданной Банком России, коммерческие банки могут не только выпускать, но и использовать еврооблигации в качестве инвестиционного инструмента<sup>5</sup>.

Еврооблигации являются одним из наиболее сложных инструментов долгового рынка, однако при этом дают инвестору возможность работать на высоколиквидном рынке, обладающим низкими инфраструктурными рисками и рисками эмитента. Доход инвестора складывается из купонного дохода, которые выплачивают эмитенты за пользование капитала в иностранной валюте.

Российские инвесторы отдают предпочтение покупке еврооблигаций по следующим причинам:

- 1) доходность по еврооблигациям выше, чем проценты по валютным депозитам, предлагаемыми банками;
- 2) при сохранении риска обесценения российской валюты, инвесторы предпочитают осуществлять вложения в евро валюту;
- 3) для банков, еврооблигации позволяют получить купонный доход, который не облагается налогом.

На текущий момент ситуация на российском рынке еврооблигаций позволяет рассчитывать на получение доходности, превышающей ставки валютных депозитов, в течение двух лет при минимальном уровне риска при покупке обязательств (долговых бумаг) таких лидеров экономики как ПАО Газпром, ПАО ВТБ, АО Северсталь, ПАО "МТС", ПАО "ГМК "Норильский никель" и другие<sup>6</sup>.

Необходимо отметить, что многие крупные коммерческие банки предлагают своим клиентам осуществить вложение средств в еврооблигации. Развитие дистанционных каналов позволяет клиентам банков в круглосуточном режиме без обращения в структурные учреждения осуществлять брокерские операции на отечественных и зарубежных фондовых площадках.

Российские банки, выступая в роли брокеров в рамках заключенных договоров брокерского обслуживания, получают комиссионное вознаграждение в среднем от 0,05% до 0,10% от суммы каждой сделки. Проведение брокерских операций связано с покупкой и продажей портфеля ценных бумаг, включающего в том числе еврооблигации с различными видами риска и доходности. При наличии лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг коммерческие банки получают возможность производить операции с 43 наименованиями российских еврооблигациями и на крупнейших фондовых площадках, где данный инструмент получил широкое распространение.

Интерес к брокерским операциям, осуществляемым банками с еврооблигациями, связан с тем, что состоятельные российские клиенты начинают осуществлять вложения денежных средств, ранее хранившихся в зарубежных банках, в долговой рынок с целью получения стабильного и высокого дохода. Это обусловлено тем, что отрицательные или нулевые ставки по срочным и средне-

срочным депозитам стимулируют возвращение российских денег из швейцарских, европейских банков, для получения доходов от их размещения в другие финансовые инструменты, предлагаемые российскими эмитентами<sup>7</sup>.

Российские еврооблигации активно торгуются на иностранных площадках. Например, за январь 2016 г. по евробондам "Альфа Банка" с датой погашения 25 сентября 2017 г. на Московской Бирже было заключено всего 6 сделок. В это время объем торгов по данным бумагам на Берлинской и Лондонской Фондовых Биржах за одну неделю превысил \$150 000<sup>8</sup>.

Согласно издательству Bloomberg, в ценные бумаги, в частности акции и еврооблигации состоятельные российские инвесторы готовы направить 5-10 процентов инвестиций. Наибольшим спросом у российских инвесторов пользуются еврооблигации компаний с государственным участием, обеспечивающие минимальный риск с доходностью на уровне 5-7 процентов годовых.

Активный приток средств в еврооблигации в настоящее время обусловлен заметным ростом инвестиционных доходов. С начала 2016 года еврооблигации бразильских эмитентов принесли инвесторам доход в 18 процентов, бумаги Эквадора - 22 процента, а облигации Российской Федерации - 7,8 процента<sup>9</sup>.

Работа с еврооблигациями выводит российские коммерческие банки на новый уровень работы на международных фондовых рынках, что позволит привлекать длинные долгосрочные ресурсы инвесторов, в том числе инвесторов, диверсифицированных по типам и географическому признаку. Осуществление операций с еврооблигациями помогает коммерческим банкам вести и поддерживать постоянный диалог с широким кругом глобальных инвесторов<sup>10</sup>.

---

<sup>1</sup> Абрамов Д.В., Цильх В.А. Современные тенденции и проблемы мирового рынка еврооблигации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 7. С. 29-32.

<sup>2</sup> Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг".

<sup>3</sup> Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле".

<sup>4</sup> Демченко М.В. Еврооблигации: история и преимущества // Современное право. 2008. № 1. С. 105-107.

<sup>5</sup> Дьячков А.А. Еврооблигации в РФ. Альтернатива с депозитным валютным вкладом: за и против // Экономика и бизнес: теория и практика. 2015. № 9. С. 50-53.

<sup>6</sup> Полтева Т.В., Игнатьева Е.В. Еврооблигации как инструмент международного рынка капиталов // Молодой ученый. Казань, 2014. № 20. С. 379-382.

<sup>7</sup> Цвирко С.Э. Анализ рынка долговых инструментов в мировой экономике // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 1. С. 12-22.

<sup>8</sup> Где купить еврооблигации (евробонды)? : информ.-аналит. материалы / АО "Инвестиционная компания "Ай Ти Инвест". URL: <http://www.itinvest.ru/services/eurobonds>.

<sup>9</sup> Клиенты privatebanking РФ покупают бонды и отели в Венгрии : аналит. материалы / АО "Сбербанк СИБ". URL: [http://sberbank-cib.ru/rus/about/news/press\\_index.wbp?number=2426&type=1](http://sberbank-cib.ru/rus/about/news/press_index.wbp?number=2426&type=1).

<sup>10</sup> Основные направления государственной долговой политики Российской Федерации на 2013-2015 гг.

# OPERATIONS OF COMMERCIAL BANKS WITH EUROBONDS

© 2017 Zhidkova Irina Spartakovna  
Undergraduate

© 2017 Milova Larisa Nikolaevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: zhidkova.irina93@mail.ru, larisamilova2009@yandex.ru

**Keywords:** Eurobonds, debt security, coupon profit, investments in securities.

As issuers and investors, commercial banks are actively starting to work with the debt instruments such as Eurobonds. That provides them not only with creating investment projects, but also with getting incomes from stock exchange transactions (including incomes in foreign currencies).

УДК 629.784

## РОЛЬ ЧАСТНЫХ КОСМИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ КОСМИЧЕСКИХ ПЕРЕВОЗОК

© 2017 Замыцкий Федор Сергеевич  
магистрант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: zamychka@gmail.com

**Ключевые слова:** частные космические компании, международный рынок космических перевозок, SpaceX, Orbital Sciences, Virgin Galactic.

Статья посвящена анализу развития частного предпринимательства в ракетно-космической отрасли. Приводятся примеры крупнейших международных частных космических компаний, зарекомендовавших себя на мировом рынке космических перевозок.

В начале 2000-х гг. предприниматели только начали заявлять о своих планах в области освоения космоса, то сейчас наблюдается реализация задуманных проектов, а также рост числа частных компаний в космической сфере<sup>1</sup>.

Акценты в развитии космических полетов плавно смещаются в сторону частного сектора экономики. Космические перевозки для коммерческих компаний являются не только перспективными проектами, но и хорошей возможностью себя разрекламировать. Венчурные фонды сейчас охотно поддерживают старта-



пы, которые способны не только удачно дополнить существующие рыночные сегменты, но создать абсолютно новые. Пассажирские и грузовые космические перевозки как нельзя лучше подходят на эту роль. У таких стартапов есть простор для развития, да и сильной конкуренции в этой отрасли как таковой нет. Реализацией проектов космических перевозок занимается десяток компаний: Virgin Galactic, SpaceX, Orbital Sciences, Space Adventures, Excalibur Almaz, Bigelow Aerospace, XCOR, EADS, ARCASPACE и Copenhagen Suborbitals. Существует и другие стартапы, которым еще только придется найти инвесторов, заинтересованных в долгосрочном сотрудничестве<sup>2</sup>.

Большинство стартапов, получивших финансирование, по космическим перевозкам пока что еще довольно далеки от финальной части исследований, но как минимум три компании готовы продемонстрировать свои наработки. Речь идет о SpaceX, Orbital Sciences и Virgin Galactic. Первые две компании специализируются на грузоперевозках, а третья - на космическом туризме.

SpaceX это частная компания, разрабатывающая космические ракеты для пассажирских перевозок. Оснавателем является предприниматель Илон Маск, имеющий прямое отношение также к PayPal и Tesla. SpaceX является самой прогрессивной компанией по разработке космических кораблей (за исключением, пожалуй, спецподразделений NASA и DARPA). Факт того что NASA заключила договор на доставку астронавтов к МКС с SpaceX, Boeing и другими партнерами, говорит о том, что SpaceX уже громко о себе заявила. Эксперименты с носителем с вертикальной посадкой Grasshopper еще больше удивляют людей и вселяет надежду в скорейшее освоение космоса. Компания была основана в 2002 году, чтобы произвести революцию в космической технике, с конечной целью предоставления людям возможности высадится и жить на других планетах.

SpaceX это частная компания, принадлежащая как руководству, так и сотрудникам, с миноритарными инвесторами из Founders Fund, Draper Fisher Jurvetson, and Valor Equity Partners. В компании заняты более чем 3000 сотрудников в штаб-квартире в городе Хоторн, штат Калифорния; стартовые комплексы на мысе Канаверал, штат Флорида, и авиабазы Ванденберг, штат Калифорния; конструкторское бюро в МакГрегор, Техас; и офисы в Хьюстоне, штат Техас; Шантильи, Вирджиния; и Вашингтон, округ Колумбия. SpaceX ланирует построить первый в мире коммерческий космодром около г. Браунсвилль в южном Техасе. Штат активно помогает и готов инвестировать 2,3 млн. долларов из фонда Texas Enterprise Fund, чтобы поддержать проект, который принесет его экономике около 85 млн. долларов в виде капиталовложений и создаст примерно 300 рабочих мест, говорится в пресс-релизе. Штат также предоставит 13 млн. долларов из фонда SpacePort Trust Fund на строительство инфраструктуры. Местные власти тоже стимулируют проект.

SpaceX оказалась под всеобщим вниманием после серии успешных запусков. SpaceX это единственная частная компания, сумевшая вернуть космический аппарат с низкой околоземной орбиты, на которую она предварительно ее вывела в декабре 2010 года. Компания вновь вошла в историю мае 2012, тогда космический корабль "Dragon" пристыковался к МКС, доставил груз и вернулся

на Землю - технически сложный подвиг, ранее проделанный лишь правительствами. Космический корабль Dragon регулярно выполняет доставку грузов для NASA. Компания заключила договор с NASA по доставке грузов на МКС на 1,6 млрд. долларов на 12 запусков и в ближайшем будущем отправит экипаж.

Falcon 9 - одноразовая ракета-носитель производства SpaceX, среднего класса семейства Falcon. Впервые запущена 4 июля 2010 года. Стоимость вывода коммерческого груза силами Falcon 9 составляет 61 миллион долларов. Самой же SpaceX Falcon 9 используется больше для обслуживания контракта с NASA, для вывода космического аппарата Dragon в рамках программы снабжения Международной космической станции. Также Falcon 9 будет использоваться для запуска пилотируемой версии Dragon V2.

Компания Илона Маска 22 декабря 2015 года осуществила успешную посадку первой ступени ракеты-носителя Falcon 9 после того, как она доставила на орбиту спутники связи. Возвращение ракеты стало первым после нескольких неудачных попыток компании и данное событие знаменует начало новой эры космических полетов. Ракета-носитель Falcon 9 запущенная 31 марта 2017 г. с мыса Канаверал доставила полезную нагрузку на орбиту. Но самое главное, впервые это удалось успешно посадить первую ступень ракеты на беспилотную плавучую платформу в Атлантическом океане.

Orbital Sciences была основана в 1982 году Дэвидом Томпсоном, Брюсом Фергюсоном и Скоттом Уэбстером. В 1990 году компания успешно поддержала восемь космических миссий, важнейшей из которых можно считать запуск ракеты-носителя "Пегас". В 2006 году проводилась разработка 500-го аппарата в истории OSC<sup>3</sup>.

В 1997 году от компании отделилось подразделение космической съемки "Orbital Space Imaging" или "ORBIMAGE", и вместе с ним и один из основателей компании - Дэвид Томпсон. В настоящее время компания носит название GeoEye.

4 марта 2010 года OSC объявила о покупке подразделения разработки и производства космической техники у крупного производителя военной и аэрокосмической техники General Dynamics. Цена покупки составила 55 млн. долларов. Сделка была закрыта 2 апреля 2010 года. OSC ожидает увеличения доходов на 50 млн. долларов от совершенной сделки. Все сотрудники компании при покупке остались на своих рабочих местах, ни один не был заменен.

Virgin Galactic - компания, которая входит в Virgin Group и планирует организовывать туристические суборбитальные космические полеты, а так же организовывать запуски небольших искусственных спутников. Компания планирует предложить своим клиентам орбитальные полеты в будущем.

На сегодня приняты заявки более чем от 450 человек и более 150 человек внесли деньги на депозит. Сам полет представляет собой подъем до 16-километровой отметки, затем происходит отстыковка космолета SpaceShipTwo от самолета-разгонщика WhiteKnightTwo, дальнейший путь он проделывает самостоятельно. Время полета - 2,5 часа, из них в невесомости - 5-6 минут. Одновременно на борту космического аппарата может находиться до восьми человек: двое пилотов и шесть пассажиров. Стоимость одного билета сейчас составляет 250 тыс. долларов<sup>4</sup>.

Несколько лет назад перспективы частных космических компаний были не радужными. И в этом абсолютно нет ничего удивительного - разработки, стоимость разработки космических аппаратов очень высока, а малейшие ошибки приводят к катастрофе и многомиллионным потерям. Именно поэтому на протяжении многих десятилетий, и до недавнего времени - космос был доступен лишь правительствам ведущих мировых держав. Но все меняется и на рынок приходят новые игроки, отрасль становится более открытой и коммерчески привлекательной.

Освоение космос с точки зрения современной экономики - это инновационный и очень прибыльный бизнес сейчас. Доход компаниям и государствам приносит спутниковая навигация и системы глобального позиционирования, мониторинг поверхности Земли, телекоммуникации и связь, технологии биомедицины, альтернативная энергетика, а главное, внедрение в промышленное производство инноваций и технологий, первоначально разработанных для исследований космоса. В сегменте спутниковой связи, например, каждый 1 доллар, вложенный в производство космических аппаратов, приносит от 16 до 30 долларов прибыли<sup>5</sup>.

Мировой рынок космических услуг сейчас составляет 400 млрд. долларов в год и каждый год растет на 5%, при том что затраты на запуски ракет и поддержание работы спутников составляют около 40 млрд. долларов, то есть в 10 раз меньше. По итогам 2014 года коммерческий сегмент космического рынка достиг 203 млрд. долларов и по объемам сравнялся с объемом государственных программ. К сожалению, пока что доля России в коммерческом сегменте составляет лишь 0,6% из-за малого количества коммерческих спутников и недостаточного спроса населения на услуги спутниковой связи и телевидения<sup>6</sup>.

К 2030 году появление новых типов ракет и внедрение новых технологий даст новый толчок роста рынка космических продуктов, объем рынка должен увеличиться примерно до 1,5 трлн. долларов. Уже недостаточно совершенствовать старые проекты или эксплуатировать и совершенствовать старые космические корабли. Ракетные системы, служившие более 50 лет, не способны будут конкурировать с новыми ракетоносителями, и завоевывать новые позиций в космосе. Они будут уступать свою роль космическим аппаратам, предназначенным для конкретных задач и целей.

---

<sup>1</sup> Оленева В.К. Анализ космических катастроф с 1960 по 2013 годы с целью совершенствования логистики ракетно-космической отрасли // NovaInfo.Ru. 2016. № 55.

<sup>2</sup> Кузьмина К.А. Исследование космических грузовых перевозок, как современной тенденции в развитии логистики // Новая наука: от идеи к результату : по итогам междунар. науч.-практ. конф. (Стерлитамак, 11.01.2016 г.). Стерлитамак : АМИ, 2016. С. 94-97.

<sup>3</sup> Кривонос Н.А. Космические перевозки как новая зарождающаяся отрасль транспорта // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2016. № 22. С. 221-226.

<sup>4</sup> URL: <https://issek.hse.ru/trendletter/news/167999399.html>.

<sup>5</sup> URL: [http://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/14/01/2015/54b2980e9a794746307389e7](http://www.rbc.ru/technology_and_media/14/01/2015/54b2980e9a794746307389e7).

<sup>6</sup> Фирулев О.В., Ерыгин Ю.В. Инструменты стратегического управления инновационными проектами на предприятиях ракетно-космической отрасли // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2 (148). С. 43-49.

## THE ROLE OF PRIVATE SPACE COMPANIES ON INTERNATIONAL SPACE TRANSPORT MARKET

© 2017 Zamytskiy Fedor Sergeevich  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: zamychka@gmail.com

**Keywords:** private space companies, international space transport market, SpaceX, Orbital Sciences, Virgin Galactic.

The article analysis development of private entrepreneurship in the rocket and space industry. Examples of the largest international private space companies that have proven themselves in the world market of space transportation.

УДК 339.7

## МЕСТО РОССИИ НА МИРОВОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

© 2017 Зеркаль Филипп Александрович  
студент

© 2017 Ханунов Александр Иванович  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: navigator996@yandex.ru

**Ключевые слова:** мировой финансовый рынок, инвестиции, Российская Федерация, проблемы, перспективы, валютный рынок, фондовый рынок, экономика.

Статья посвящена исследованию положения России на мировом финансовом рынке. Проведен анализ макроэкономических показателей Российской Федерации, проанализирована динамика изменения валютных курсов, выявлены наиболее ликвидные эмитенты российского фондового рынка. В ходе исследования дана характеристика положению Российской Федерации на мировом финансовом рынке, выявлены основные проблемы и перспективы интеграции РФ в систему мировой экономики.

С помощью мирового финансового рынка расширяются возможности национальных рынков, создаются условия перелива ресурсов между ними. Меж-

дународный финансовый рынок связывает все национальные рынки на международном уровне, выступая важным фактором проявления финансовой глобализации.

Операции на международном финансовом рынке характеризуются сравнительно низкой диверсификацией по валютам. В международных финансовых операциях используются в основном доллар США и евро. По оценкам Европейской комиссии, на долю доллара США приходится 50% международных сделок, на долю евро - лишь 15 - 17%. По данным ЕЦБ, в международных банковских активах на долю доллара США приходится 51%, евро - 22%, японской иены - 13%.

Глобализация финансовых рынков является объективным и естественным процессом развития рыночной мировой экономики. Финансовые рынки перестали носить национальный характер. Благодаря дешевой рабочей силе, Азия превратилась в производственную площадку для всего мира. Инвестиционные средства стали перемещаться на Восток, а оттуда в виде материальных ценностей обратно на Запад.

В России существует приблизительное равенство накопленных обязательств по прямым иностранным инвестициям над активами и в целом небольшая отрицательная инвестиционная позиция по ним. В Российской Федерации на 01.10.2014 г. величина накопленных составила в виде прямых иностранных инвестиций к объему ВВП 17,05%, а по обязательствам 15,18%. Значения этих показателей ниже, чем в других странах. Это свидетельствует о низкой интеграции в процесс финансовой глобализации.

Рассматривая валютный рынок Российской Федерации, можно выделить следующие особенности:

- Валютная выручка должна обязательно продаваться на валютном рынке Российской Федерации;
- Большая часть валютных операций осуществляется валютными биржами. Реже используются уполномоченные банки. Это связано с их относительно слабой технической оснащенностью и недоверчивым отношением к ним;
- Валютные биржи сосредоточены в регионах-экспортерах и регионах-импортерах. Крупнейшая валютная биржа России находится в Москве. На долю Московской биржи приходится около 80% операций с валютой;
- Бивалютный характер валютного рынка Российской Федерации. Основной иностранной валютой является доллар США, на долю которого приходится около 90% операций на валютных биржах;

Целью валютной политики России является возобновление доверительного отношения субъектов экономики к российскому рублю. Центральному банку необходимо наращивать валютные резервы за счет операций на валютном рынке.

Чтобы проследить тенденции развития мирового валютного рынка, необходимо проанализировать динамику валютных курсов на рынке за 2016-2017 год.

Курс доллара США с 1 января 2016 по настоящий момент уменьшился, изменение составило - 20,6239 руб. Максимального значения курс достиг в феврале 2016 года. Значение курса которое составило 77,1326 руб. Минимальное значение курса наблюдалось в апреле, курс доллара составил 55,9606 руб. Проследить динамику курса доллара США можно по табл. 1.

Таблица 1

Динамика курса доллара США в 2016-2017 гг.\*

| Месяц      | Средняя цена, руб. | Месяц      | Средняя цена, руб. |
|------------|--------------------|------------|--------------------|
| 01.01.2016 | 76,5845            | 01.09.2016 | 64,7579            |
| 01.02.2016 | 77,1326            | 01.10.2016 | 62,4589            |
| 01.03.2016 | 70,2305            | 01.11.2016 | 63,8928            |
| 01.04.2016 | 66,4756            | 01.12.16   | 65,2382            |
| 01.05.2016 | 65,9681            | 10.01.17   | 59,8961            |
| 01.06.2016 | 65,1339            | 01.02.17   | 60,0851            |
| 01.07.2016 | 64,1127            | 01.03.17   | 57,9627            |
| 01.08.2016 | 64,8139            | 01.04.17   | 55,9606            |

\* По данным официального сайта Центрального Банка РФ. URL: <http://www.cbr.ru>.

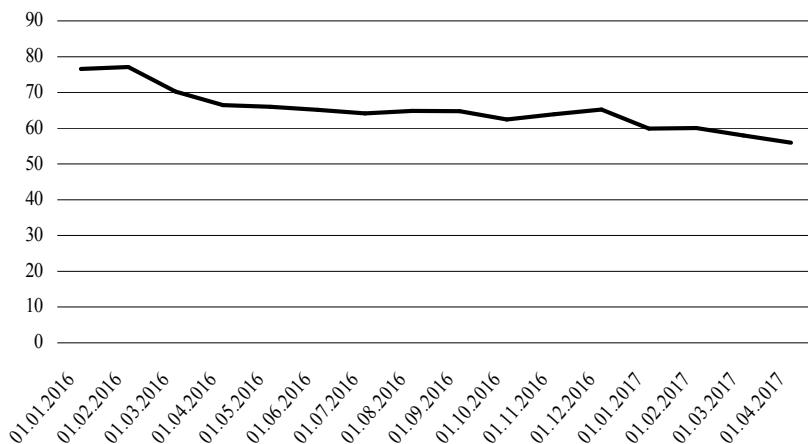


Рис. 1. Динамика курса доллара США в 2016-2017 гг.

Рассматривая период с 1 января 2016 года по настоящую дату, средний курс евро составляет 74,5454. Общее изменение курса евро с начала 2016 года по 1 апреля 2017 года составило -26,0456 руб. Максимальная стоимость евро была зафиксирована в феврале, которая составила 85,8563 руб., минимального значения курс достиг в апреле 2017 года, цена евро составила 59,8107 руб.

Визуально оценить динамику курса евро в 2016 году поможет табл. 2, где отображена ежемесячная средняя цена европейской валюты.

Динамика курса евро в 2016-2017 гг.\*

| Месяц      | Средняя цена, руб. | Месяц      | Средняя цена, руб. |
|------------|--------------------|------------|--------------------|
| 01.01.2016 | 83,3661            | 01.09.2016 | 72,3882            |
| 01.02.2016 | 85,8563            | 01.10.2016 | 69,2312            |
| 01.03.2016 | 78,0807            | 01.11.2016 | 70,4542            |
| 01.04.2016 | 74,9811            | 01.12.2016 | 69,3417            |
| 01.05.2016 | 73,9806            | 10.01.2017 | 63,1125            |
| 01.06.2016 | 73,3158            | 01.02.2017 | 64,2850            |
| 01.07.2016 | 71,0176            | 01.03.2017 | 61,3883            |
| 01.08.2016 | 72,4828            | 01.04.2017 | 59,8107            |

\* По данным официального сайта Центрального Банка РФ. URL: <http://www.cbr.ru>.

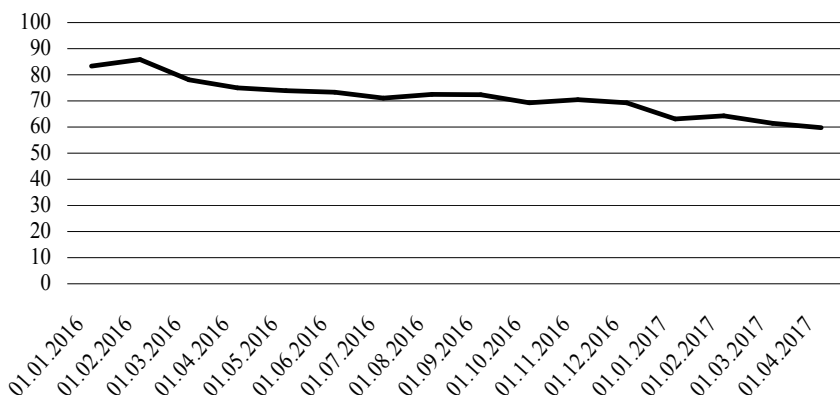


Рис. 2. Динамика курса евро в 2016-2017 гг.

Аналитики полагают, что в ближайшее время не ожидается резких колебаний валютных курсов. Правительство надеется на восстановление экономического роста, следовательно, ожидается постепенное укрепление национальной валюты. По оценкам экспертов, курс доллара США составит 50-60 руб., а курс евро снизится до 52-65 руб. Мнение большинства экспертов сводится к тому, что в 2017 году произойдет подорожание нефти, что поможет российской валюте удерживать свои позиции. Кроме того, положительно на курсе российского рубля может отразиться отмена санкций в отношении России. От успешной адаптации к работе в новых условиях будет зависеть восстановление темпов роста ВВП, что станет залогом укрепления рубля<sup>1</sup>.

Фондовый рынок РФ на современном этапе имеет не малое количество признаков слабой формы эффективности. В связи с этим многие зарубежные экономисты относят его к развивающимся.

Наиболее острой проблемой для фондового рынка РФ на современном этапе является высокий уровень капитализации отдельных компаний. В нем участвуют государственные гиганты таких отраслей, как нефтегазовая и банковская. Из 10 крупнейших компаний на эмитентов акций приходится 62,87% всей капитализации рынка<sup>2</sup>.

Московская биржа рассчитывает Индекс голубых фишек на основании цен сделок с акциями 15 наиболее ликвидных эмитентов российского фондового рынка:

- |                     |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|
| • Газпром           | • НОВАТЭК    | • Татнефть   |
| • Лукойл            | • Норникель  | • МТС        |
| • Сбербанк          | • ВТБ        | • Северсталь |
| • Магнит            | • Роснефть   | • Алроса     |
| • Сургутнефтегаз АО | • Транснефть |              |
| • Сургутнефтегаз АП |              |              |

Крупным компаниям нефтегазовой и банковской отраслей оказана огромная государственная субсидиарная поддержка. Сложившаяся ситуация не дает возможности более мелким фирмам конкурировать с такими гигантами. В результате этого наблюдается слабая дифференциация рынка. Не решенным вопросом, мешающим фондовому рынку функционировать на максимально возможном уровне, является несовершенство нормативно - правовой базы. Законодательная база, которая регулирует деятельность по инвестированию на финансовых рынках, не достаточно разработана. Это приводит к тому, что значительно возрастают транзакционные издержки - затраты, которые возникают в результате заключения сделок. Согласно мониторингу, проводимому Международной организацией комиссии по ценным бумагам, практикуемое регулирование в РФ этой системы лишь частично соответствует принципам этой организации. Причиной такого заявления является то, что законодательство в России не дает возможности регулятору эффективно сдерживать манипулирование ценами на фондовом рынке.

Еще одним существенным недостатком является слабое участие населения в операциях на фондовом рынке. Это обусловлено тем, что население не считает инвестирование в акции непривлекательным. Такое недоверие было вызвано после огромных падений, минимальных дивидендов таких компаний, как ВТБ, Сбербанк и Роснефть. Бывшим сотрудником ММВБ было проведено исследование, в результате которого было выявлено большое количество финансово безответственных людей среди населения. Они не умеют достаточно грамотно оценивать риски фондового рынка, что проявляется в желании вернуть собственные деньги обратно, если вдруг акции упали.

Другой, не менее крупной проблемой является слабо развитый срочный фондовый рынок. Рынок производных финансовых инструментов в РФ пока что



не достиг желаемого уровня развития, но начиная с 2002 г. этот сегмент рынка растет довольно интенсивно. На данный момент на российском рынке обращается крайне маленькое количество срочных инструментов. Необходимость высокого уровня развития такого сегмента фондового рынка обусловлена тем, что он играет значительную роль в управлении рисками, которые неминуемы при операциях с ценными бумагами. Заключение срочных сделок позволяет снизить риск владения базисным активом. Ведь рынок, в котором оба важных сегмента - кассовый и срочный - достаточно развиты, работает гораздо эффективнее, чем тот, в котором отсутствует срочный сегмент.

Если говорить о политических рисках, то здесь особое влияние оказывают как внешне-, так и внутривнутриполитические факторы. В ближайшие годы прогнозируется сохранение такой ситуации. Такими факторами являются:

- несовершенство судебной системы;
- непрозрачность принятых политических решений;
- административное давление на бизнес;
- возможное обострение отношений на востоке Украины;
- введенные санкции Евросоюзом;
- осложнение отношений с Турцией.

В 2014 г. Россия столкнулась с введением США и Европейским союзом санкций в отношении национальной финансовой системы. Были подписаны указы, которые вводили санкции против ключевых секторов российской экономики. На эти события моментально отреагировали биржи. В начале 2014 г. индекс ММВБ уменьшился на 6,6%, а в июле того же года было самое глубокое падение<sup>3</sup>.

Так же наиболее остро фондовый рынок РФ отреагировал переизбыток предложения нефти на мировом рынке. Одной из причин этого стало принятое решение США о добыче сланцевой нефти. Теперь регулирование цен зависит от добычи на суше государства - конкурента. Доля США в добыче значительно увеличилась и превысила Россию почти на 3 млн. баррелей<sup>4</sup> (рис. 3).

Развитие финансового рынка Российской Федерации имеет перспективы, связанные с развитием существующих услуг, а также с появлением новых видов услуг, которые будут востребованы на рынке.

Финансовый рынок в своем развитии опережает экономику в целом из-за одновременного и однонаправленного воздействия на развитие финансовых рынков во всем мире совокупности причин, к которым относятся глобализация, секьюритизация, обесценение национальных валют старение населения развитых стран.

Планируется создание в Москве мирового финансового центра, что говорит об интеграции национального финансового рынка в мировую финансовую систему. Согласно оценкам международных экспертов, Москва может стать мировым финансовым центром уже в ближайшее десятилетие, при условии

грамотного и сбалансированного планирования развития рынков, совершенствования норм законодательства, стандартизации платежной системы. Международный финансовый центр в Москве станет важным импульсом для развития региональной финансовой системы.

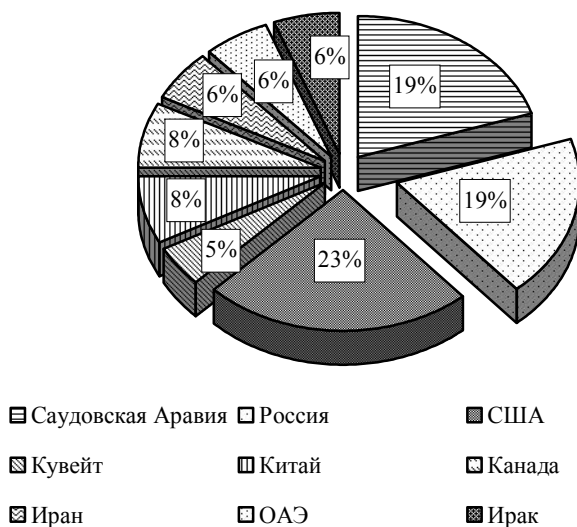


Рис. 3. Добыча нефти в мире в 2015 г.

Установление в Российской Федерации конкурентоспособного и технологически развитого финансового рынка окажет содействие в углублении процесса диверсификации экономики, а также поможет укрепить экономическую самостоятельность России.

От успешной интеграции России в мировую финансовую систему зависит улучшение показателей экономического роста. Этот процесс способствует покрытию дефицита бюджета, росту социально-экономического развития, выполнению обязательств по покрытию внешнего долга. Уже сегодня можно проследить последствия такой интеграции. Коррекция экономической политики государства с целью привлечения большего объема иностранных инвестиций поможет российской экономике встать на путь устойчивого развития.

Необходимо, чтобы меры по углублению интеграции Российской Федерации в мировую финансовую систему носили системный и последовательный характер. К таким мерам относятся: решение задач по преодолению дисбаланса отраслевой структуры экономики, стимулирование развития несырьевого сектора, оказание содействия расширению малого и среднего бизнеса, содействие импортозамещению.

Финансовый рынок в своем развитии опережает экономику в целом из-за одновременного и однонаправленного воздействия на развитие финансовых

рынков во всем мире совокупности причин, к которым относятся глобализация, секьюритизация, обесценение национальных валют старение населения развитых стран<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Липатов Д.Н. Что будет с рублем, долларом и евро в 2017 году? // Аргументы и факты. 2016. № 7. С. 2-4.

<sup>2</sup> Невзгодова В.В. Обзор фондового рынка России // Вестник СамГУ. 2013. № 4 (105). С. 165-170.

<sup>3</sup> Утюшева Г.Р. Современные проблемы и тенденции развития рынка ценных бумаг в РФ. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s011/s011-007.pdf> (дата обращения: 22.02.2016).

<sup>4</sup> Добыча нефти в мире в 2014-2015 гг. Страны лидеры по добычи нефти. URL: <http://promvest.info/rn/otrasli-i-predpriyatiya/dobyicha-nefti-v-mire-v-2014-2015-gg-stranyi-lideryi-po-dobyiche-nefti> (дата обращения: 22.02.2016).

<sup>5</sup> См. также: Ведев А., Данилов Ю. Прогноз развития финансовых рынков РФ до 2020 г. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2012. С. 17;

Лавров А. Финансовая стабилизация фондового рынка // Вопросы экономики. 2012. № 8. С. 51-56;

Смирнов С.А. Режимы валютного курса и стабильность экономики // Вопросы экономики. 2013. № 1. С. 29-43;

Courbis P., Penot F. Quelleinformatique pour maitrise du risques. Paris, 2012, № 548, pp. 45-47.

## THE POSITION OF RUSSIA IN THE GLOBAL FINANCIAL MARKET

© 2017 Zerkal Philipp Aleksandrovich  
Student

© 2017 Khanunov Aleksandr Ivanovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: navigator996@yandex.ru

**Keywords:** world financial market, investments, Russian Federation, problems, prospects, foreign exchange market, stock market, economy.

This article contains information about the position of Russia in the global financial market. The article analyzed macroeconomic indicators of the Russian Federation, the dynamics of changes in foreign exchange rates, the most liquid issuers of the securities on the Russian stock market. In the paper the characteristic of the position of the Russian Federation in the global financial market was created, identified the main problems and prospects of integration of Russia into the world economy.

## ОЦЕНКА ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В ОРГАНИЗАЦИИ

© 2017 Зиновьева Юлия Александровна

студент

© 2017 Федотова Дарья Юрьевна

студент

© 2017 Наумова Ольга Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: melissa.flower22@mail.ru

**Ключевые слова:** экономист, экономический аутсорсинг, выполняемые функции, анализ затрат предприятия.

Статья посвящена анализу затрат предприятия на содержание штатного сотрудника экономиста и специалиста экономического аутсорсинга. Авторы рассматривают две альтернативы привлечения специалистов, а также описывают полученные преимущества от каждого варианта на примере промышленного предприятия - ООО "Энергетик".

Предприятия часто сталкиваются с необходимостью снижения затрат на административно-хозяйственный персонал, с целью сокращения постоянных расходов<sup>1</sup>. Одним из решения является передача функций на аутсорсинг.

Проведем сравнительный анализ эффективности деятельности экономиста и привлечение услуг экономического аутсорсинга. Объектом исследования выступает ООО "Энергетик". Для этого нам необходимо сравнить функции, которые выполняет экономист на предприятии и затраты предприятия на его содержание, и услуги специалиста экономического аутсорсинга, а так же затраты на его привлечение.

Экономист выполняет ряд полномочий и обязанностей, закрепленных в должностной инструкции. В соответствии с должностной инструкцией, закрепленной в ООО "Энергетик" экономист должен<sup>2</sup>:

- знать методы экономического и финансового анализа;
- осуществлять расчеты по различного рода затрат;
- осуществлять экономический анализ предприятия, выявлять резервы и обеспечивать экономию ресурсов, повышать рентабельность и конкурентоспо-

способность предприятия, снижать издержки и обеспечивать возможность дополнительного выпуска продукции;

- участвовать в маркетинговых исследованиях и разработке планов и прогнозов;

- следить за распределением денежных средств;

- формировать отчетность в министерство энергетики и т.д.

Для оценки экономической эффективности деятельности работника необходимо определить расходы по его содержанию. Они представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Расходы предприятия на содержание экономиста**

| Занимаемая должность | Отработано дней, часов | Начислено, руб. за текущий месяц (по видам оплат) |                     |                                      |                     |                 | Начислено, руб. за текущий месяц | Удержано, руб. |
|----------------------|------------------------|---------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------------|----------------|
|                      |                        | Оплата по табелю                                  | Материальная помощь | Надбавка за квалифицированную работу | Компенсация питания | Премия месячная |                                  | НДФЛ           |
| Ведущий экономист    | 175                    | 14500                                             | 200                 | 1700                                 | 1540                | 2900            | 20840                            | 2709,20        |

Итого: 20 840 рублей. Но помимо начисления заработной платы предприятие уплачивает страховые социальные взносы (ССВ) в размере 30,4% от начисленной суммы - 6335,36 рублей.

Итого затраты предприятия на экономиста - 27 175,36 рублей в месяц, и 326 104,32 рубля в год.

В соответствии с этим предприятие получает достоверные знания о состоянии организации на текущий момент, прогнозирование и планирование будущей деятельности организации.

Помимо этого экономист проводит один раз в квартал анализ финансово-экономической деятельности предприятия и отправляет план бюджета доходов и расходов в головную организацию, что создает сторонний дополнительный контроль финансово-хозяйственной деятельности организации.

Т.к. ООО "Энергетик" является сетевой организацией, то экономист занимается формированием статистических отчетов по экономическим показателям в Министерство энергетики по Самарской области.

Оценим вариант привлечения экономического аутсорсинга. Экономический аутсорсинг - решение экономических задач компании путем заключения договора с консалтинговой компанией как альтернатива приему в штат собственных специалистов (экономистов, начальника планово-экономического отдела и др.)<sup>3</sup>. Специалисты аутсорсинга могут обеспечивать все функции штатного экономиста, ведь за предоставление услуги ответственны консалтинговые агентства, а люди, которые непосредственно являются исполнителями услуги имеют опыт работы в данной сфере измеряемый годами. Аутсорсинг отдельных экономических задач компании - от 5 тыс. руб. в мес. за одну функцию. Комплексный аутсорсинг экономических функций бизнеса - от 30 тыс. руб. в мес.<sup>4</sup>

Преимуществом такого специалиста является то, что руководителю нанимающей компании не стоит обеспечивать рабочее место, такой специалист не входит в штат сотрудников и ему не нужно оплачивать расширенный социальный пакет, а также отпускные и пособия.

Проведем сравнительный анализ затрат предприятия на различного рода услуги за год (табл. 2).

Таблица 2

**Годовые затраты предприятия, руб.**

| <b>Штатная единица экономист</b> | <b>Экономический аутсорсинг</b> |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 326 104, 32                      | от 360 000                      |

Привлечение экономического аутсорсинга необходимо для малого и среднего бизнеса, в которых не предусмотрена должность ведущего экономиста, или организациям, которые по каким-то причинам не хотят принимать работника в штат, но в данном случае это будет дороже, чем содержать штатного сотрудника<sup>5</sup>.

Таким образом, специалист данной области ничем не уступает штатному сотруднику, но возможность его привлечения зависит от разницы заработной платы штатного сотрудника и стоимости услуг экономического аутсорсинга в конкретной организации. Но также следует учитывать следующие нюансы:

- Не стоит забывать, что в России аутсорсинг находится на стадии развития и многие просто еще не знакомы даже с таким понятием, соответственно от этого может пострадать качество оказываемых услуг;
- Существует зависимость фирмы-заказчика от фирмы-аутсорсера (например, если последняя обанкротится или "исчезнет");
- Аутсорсер будет выполнять только ту работу или те функции, которые прописаны у него в договоре и не более того и другое.

При решении обращаться к услугам аутсорсинга или нет, необходимо руководствоваться логикой и здравым смыслом, ведь это инструмент и при пра-

вильном применении этого инструмента возможно достижения экономических выгод<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Пихтарева А.В. Теоретико-методологические аспекты исследования финансовой устойчивости предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99).

<sup>2</sup> Должностная инструкция ООО "Энергетик".

<sup>3</sup> Аникин Б. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учеб. пособие. М. : Инфа-М, 2014.

<sup>4</sup> АРТИС Консалт. URL: <http://atriconsult.ru>.

<sup>5</sup> Одегов Ю.Г., Долженкова Ю.В., Малинин С.В. Аутсорсинг в управлении персоналом : учебник. М. : Юрайт, 2015.

<sup>6</sup> См. также: Арсланова Г.Р., Арсланбаев И.В. Анализ факторов влияющих на финансовый результат // Актуальные вопросы бухгалтерского учета, статистики и информационных технологий : сб. науч. ст. Уфа, 2016. С. 134-137;

Арсланбекова Р.М., Арсланбаев И.В. Роль ИКС в повышении экономической эффективности АПК // Состояние и перспективы развития экономики в условиях неопределенности : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А.А. Сукиасян. 2014. С. 13-15;

Кравченко Е.Н., Тажибов Т.Г. Финансовая устойчивость организации: формирование, учет и анализ. Волгоград : РГТЭУ, 2012;

Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия управленческих решений. М. : Омега-Л, 2010;

ООО "Энергетик". URL: <http://energetik.kristagroup.com>

## ESTIMATION OF COSTS ON THE CONDUCT OF ECONOMIC ANALYSIS IN THE ORGANIZATION

© 2017 Zinovyeva Yulia Aleksandrovna  
Student

© 2017 Fedotova Darya Yuryevna  
Student

© 2017 Naumova Olga Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [melissa.flower22@mail.ru](mailto:melissa.flower22@mail.ru)

**Keywords:** economist, economic outsourcing, performed functions, cost analysis of the enterprise.

The article is devoted to the analysis of the company's expenses for the maintenance of a full-time employee of an economist and an expert in economic outsourcing. The authors consider two alternatives to attracting specialists, and also describe the advantages obtained from each option on the example of an industrial enterprise - Ltd "Energetik".

## РЕАКЦИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ НА ВЛИЯНИЕ МЕГАТРЕНДОВ\*

© 2017 Измайлов Айрат Маратович

кандидат экономических наук, старший преподаватель

© 2017 Ашмарина Светлана Игоревна

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: airick73@bk.ru, asisamara@mail.ru

**Ключевые слова:** система образования, высшее образование, образование, тренды, мегатренды, влияние.

В представленной статье авторами анализируются реакции системы образования России на влияние мегатрендов.

Современные глобальные тренды, носящие всеобъемлющий характер способны оказывать влияние на подавляющее большинство социально-экономических процессов, формируя тем самым векторы развития мирового сообщества.

Тренды, оказывающие влияние, имеют разный характер и масштаб. Крупнейшие тренды, носящие общепланетарный характер, можно объединить в одну категорию под общим названием "мегатренды".

На сегодняшний день не существует одного единого определения понятию "мегатренды". В одних источниках пишут, что мегатренды это мировые устойчивые макроэкономические факторы развития, влияющие на бизнес, экономику, общество, культуру и личную жизнь всех жителей планеты<sup>1</sup>. В других говорится что это "основные направления движения, которые определяют облик и суть" изменяющегося общества<sup>2</sup>.

Однако, в свете рассматриваемой проблематики, на наш взгляд, наиболее подходящим является трактовка данная Т.А. Шаклеиной и А.А. Байковой: "ме-

---

\* Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ № 26.940.2017/ПЧ, проект "Управление изменениями в системе высшего образования на основе концепции устойчивого развития и согласования интересов".



гатренды - это крупномасштабные, долгосрочные процессы мирового развития, определяющие качественное содержание текущего этапа эволюции миросистемы"<sup>3</sup>. Опираясь на обозначенную трактовку можно сказать, что качественное содержание текущего этапа развития миросистемы в том числе зависит от системы образования.

Экономический аспект системы образования - это воспроизводство и обучение трудовых ресурсов средней и высшей квалификации<sup>4</sup>. Благополучие современного общества в первую очередь зависит от сложных факторов его развития, к формированию которых это общество имеет самое непосредственное отношение. Речь идет о таких факторах, как наука, образование, культура, технология.

Каждый из мегатрендов порождает от одного до нескольких тенденции, которые условно можно разделить на две категории: искусственные и естественные. Искусственные тренды в своей основе имеют целенаправленное воздействие человека, обусловленное стремлением к достижению определенных целей. Естественные тренды обусловлены естественным ходом исторического развития.

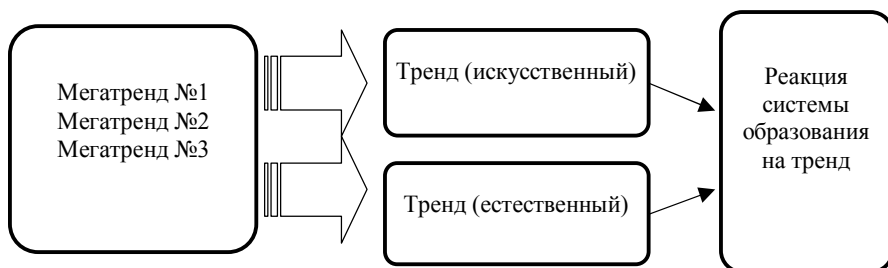


*Рис. Влияние мегатрендов на систему образования*

Оба вида трендов (искусственные и естественные), в контексте рассматриваемой проблематики, оказывают влияние на систему образования, проявляющееся в виде определенной реакции. Однако, реакция системы образования на определенные тренды в свою очередь приводят к последующим реакциям, которые можно назвать реакцией на реакцию.

На представленном рисунке схематично отображена схема возникновения тенденций из мегатрендов с последующим оказанием влияния на систему образования путем вызова определенной реакции.

Анализ показал, что на сегодняшний день можно выделить целый спектр мегатрендов, оказывающих влияние на все мировое сообщество, в том числе на систему образования. Среди таких мегатрендов можно выделить следующие:

1. Развитие информационных технологий;
2. Демографический тренд;
3. Глобализация;
4. Ускорение темпов общественного развития;
5. Уход от общества потребления.

Каждый из приведенных мегатрендов является источником от одного до нескольких тенденций (трендов), которые в свою очередь, каждый по-своему воздействуют на систему образования, вызывая ее реакцию. Отметим, что реакция, вызванная воздействием трендов, способно вызывать вторую волну реакции, что можно назвать реакцией на реакцию.

---

<sup>1</sup> Доклад Всемирного экономического форума Redesigning Business Value & A Roadmap to Sustainable Consumption, 2010. URL: <http://www.slideshare.net/sustainablebrands/wefredesigning-businessvalue>.

<sup>2</sup> Нейсбит Д. Мегатренды. М. : АСТ : Ермак, 2003. С. 9.

<sup>3</sup> Мегатренды. Основные траектории эволюции мирового порядка в XXI веке / под ред. Т.А. Шаклеиной, А.А. Байкова. 2-е изд., испр. и доп. М. : Аспект пресс, 2014.

<sup>4</sup> Ашмарина С.И. Роль и значение мировых рейтингов в системе оценки конкурентоспособности университетов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7 (117). С. 34.

## REACTION OF THE EDUCATIONAL SYSTEM FOR THE INFLUENCE OF MEGATRANDES

© 2017 Izmailov Airat Maratovich  
Candidate of Economics, Senior Lecturer

© 2017 Ashmarina Svetlana Igorevna  
Doctor of Economics, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: airick73@bk.ru, asisamara@mail.ru

**Keywords:** education system, higher education, education, trends, megatrends, influence.

In the article presented, the authors analyze the reactions of the Russian education system to the influence of megatrends.

**НОВЫЕ ЧЕРТЫ  
В ПРАКТИКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ  
В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

© 2017 Измайлов Айрат Маратович  
кандидат экономических наук, старший преподаватель  
Самарский государственный экономический университет

© 2017 Смолькин Валерий Петрович  
кандидат экономических наук, доцент  
Ульяновский государственный университет  
E-mail: airick73@bk.ru, surap99@mail.ru

**Ключевые слова:** региональное развитие, уровень социального развития, человеческие ресурсы.

Приводятся закономерности и тенденции развития человеческих ресурсов в региональной экономике с учетом анализа зарубежного и отечественного опыта. В рамках авторского подхода предложены расчет оценки уровня социального развития отечественного предприятия и понимание системной методологии государственного управления человеческими ресурсами на уровне региона.

Развитие мировой цивилизации на современном этапе характеризуется неоднозначным взглядом на развитие человеческого фактора в социально-экономической жизни общества. В странах мира с развитой экономикой это постоянно растущая ценность. В этих странах в научных исследованиях все больше уделяется внимание изучению человеческого фактора для эффективного его использования. В странах же Африки, Азии, Латинской Америки - это в основном проблемный фактор из-за угрозы перенаселения, необходимости контроля численности населения и обеспечения его предметами жизнедеятельности.

Анализ стратегий долгосрочного социально-экономического развития РФ показывает, что главная роль в этом развитии отводится человеческим ресурсам, интеллектуальному капиталу нации. Механизм проведения в России таких грандиозных планов можно осуществить через государственную и региональную социальную политику. Главной составляющей государственной политики и всей системы управления человеческими ресурсами является кадровая политика на макро-, мезо- и микроуровнях. Региональная политика имеет интегральную структуру, обусловленную функциональными сферами социального пространства - территориальных общностей людей. Наиболее актуальными и востребо-

ванными являются следующие виды региональной политики: социальная, демографическая, национально-этническая, экономическая, экологическая, инновационная, бюджетно-финансовая, инвестиционная. В функциональной структуре региональной политики лидирующее положение занимает социальная политика, нацеленная на повышение благосостояния и благополучия людей<sup>1</sup>.

В современных условиях возрастает значение определения стратегических приоритетов в региональном развитии. Проведенный анализ различных классификаций стратегических приоритетов показывает, что могут быть выделены следующие сферы социально-экономической активности региона: 1. Образование. 2. Первичные отрасли и экологическая устойчивость. 3. Информационные и коммуникационные технологии. 4. Транспортное обслуживание и инфраструктура. 5. Экономическое развитие, интегрированное с устойчивым управлением населением<sup>2</sup>. С добавлением, по мнению авторов, научных исследований и создания современных рабочих мест.

Анализ основных базовых моделей стратегического управления человеческими ресурсами (американскую, японскую и европейскую преимущественно, Великобритании, Франции, Германии) показывает, что сегодня не существует универсальной модели управления человеческими ресурсами. Тем не менее, современные менеджеры, работающие в постиндустриальных организациях, где большую часть занятых составляют интеллектуальные работники, выделяют новую парадигму управления людьми, которая зародилась в региональной экономике на уровне организаций (предприятий). Согласно этой модели внутрифирменное управление человеческими ресурсами должно воплощать в себе социальную и кадровую внутрифирменную политику, которую организация собирается применять в процессе управления людьми с использованием определенных принципов. Внутрифирменная политика определяет, как организация исполняет социальные обязательства перед своими работниками, как относится к ним, какова система ценностей превалирует в организации. Среди ценностей должны быть следующие понятия: равенство; уважение; условия труда и быта.

В рамках авторского подхода предложен расчет оценки уровня социального развития отечественного предприятия по этапам (см. таблицу).

Понимание системной методологии государственного управления человеческими ресурсами на уровне региона, как важное направление региональной экономики стало складываться в России сравнительно недавно. Перспективным подходом в определении критериев эффективности политики воспроизводства и управления человеческими ресурсами, по мнению авторов, выглядит, например, интегральный учет абсолютных показателей, характеризующих воспроизводство человеческих ресурсов на определенный момент времени, и относительных синтетических индикаторов, формирующих представление о динамике происходящих в данной сфере процессов, регулируемых путем проводимой политики (индекс развития человеческих ресурсов региона)<sup>3</sup>. Индикаторами эффективно-

сти проводимой политики являются следующие: 1. Индекс жизненности. 2. Условная среднегодовая стоимость человеческих ресурсов. 3. Продуктивность использования человеческих ресурсов региона. 4. Рентабельность условного поколения. 5. Индекс воспроизводства человеческих ресурсов.

#### Этапы оценки уровня социального развития организации

| Наименование этапа                                 | Формула                                                       | Характеристика этапа                                                                                      |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Расчет уровня социального развития труда        | Индекс достижения = Частный коэффициент / Социальный ориентир | Индекс достижения каждого раздела определяется соотношением частных коэффициентов и социальных ориентиров |
| 2. Расчет уровня качества трудовой жизни           | Индекс достижения = Частный коэффициент / Социальный ориентир | Индекс достижения каждого раздела определяется соотношением частных коэффициентов и социальных ориентиров |
| 3. Расчет общего уровня социального развития труда | $YI = \frac{Y1 + Y2 + Y3 + Y4}{4}$                            | Рассчитывается значение первой части методики как средняя арифметическая величина                         |
| 4. Расчет общего уровня качества трудовой жизни    | $YII = \frac{K5.1 + K5.2 + K5.3 + K5.4 + K5.5}{5}$            | Рассчитывается значение второй части методики как средняя арифметическая величина                         |

Министерство здравоохранения и Министерство труда и социальной защиты РФ должны инициировать закрепление на законодательном уровне системы индикаторов, с помощью которой можно проводить комплексную оценку и вести мониторинг процессов воспроизводства и управления человеческими ресурсами на федеральном и региональном уровнях.

Комплексное использование оценки развития человеческих ресурсов в рамках предложенного авторского методического инструментария позволяет:

- проводить отдельный расчет по социальным процессам, характеризующим социальные условия труда и качество трудовой жизни с учетом показателей движения рабочей силы и современного состояния инфраструктуры; сопоставлять полученные показатели при расчете уровня социального развития с социальными нормативами (ориентирами) муниципальных образований; выявлять организации с низким уровнем социального развития на территории региона (отдельно по социальным условиям труда, качеству трудовой жизни и по организации в целом);

- определять динамику социального развития организации за несколько лет; такая информация позволит делать выводы и предложения о политике организации в вопросе социальной ответственности перед обществом и сформировать соответствующую систему взаимоотношений с профсоюзами, органами государственного и местного управления;

- сравнение и анализ индекса развития человеческих ресурсов региона и по регионам РФ позволит определять их рейтинг по степени эффективности воспроизводства и управления человеческими ресурсами; рекомендовать необходимый объем финансирования программ человеческого развития на уровне региона.

Таким образом, на современном этапе политика государства преимущественно направлена на сохранение кадрового потенциала и максимальное поддержание занятости.

---

<sup>1</sup> Акьюлов Р.И. Социально-экономические критерии и показатели воспроизводства человеческих ресурсов региона // Вопросы управления. Екатеринбург, 2012. № 2 (2).

<sup>2</sup> Великанова Д.С. Совершенствование управления человеческими ресурсами региональной экономики: на примере Ленинградской области : дис. ... канд. экон. наук. Гатчина, 2015.

<sup>3</sup> Золотухина А.В. Проблемы инновационного и устойчивого развития регионов. М. : Красанд, 2010.

## **NEW LINES IN PRACTICE OF STRATEGIC MANAGEMENT BY HUMAN RESOURCES IN REGIONAL ECONOMY**

© 2017 Izmailov Airat Maratovich

Candidate of Economics, Senior Lecturer

Samara State University of Economics

© 2017 Smolkin Valery Petrovich

Candidate of Economics, Associate Professor

Ulyanovsk State University

E-mail: airick73@bk.ru, surap99@mail.ru

**Keywords:** regional development, level of social development, human resources.

In article regularities and tendencies of human resources development are given in regional economy taking into account the analysis of foreign and domestic experience. Within author's approach calculation of assessment of level of social development of domestic enterprise and understanding of system methodology of public administration by human resources at the level of the region is offered.

## ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РОССИИ\*

© 2017 Ильина Екатерина Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент

Чувашский государственный педагогический университет

им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары

E-mail: kaviyana@mail.ru

**Ключевые слова:** инвестиционный рейтинг, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, интегральный индекс.

Проведено исследование инвестиционного климата страны, проанализирован интегральный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации за 2016 г. Рассмотрены проблемы формирования благоприятного инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации.

Инвестиционная ситуация в РФ на современном этапе ее экономического развития характеризуется, с одной стороны, поворотом экономики в сторону выхода из кризисной ситуации, а с другой, отсутствием в достаточном количестве инвестиций. Одним из положительных моментов является внедрение в сферу производства новых механизмов его планирования и регулирования, первоначальные попытки проектного финансирования, а так же появление законодательной базы в сфере малого бизнеса<sup>1</sup>.

Для формирования благоприятного инвестиционного климата в Российской Федерации проведена определенная работа:

1) реализуются мероприятия национальной предпринимательской инициативы по улучшению инвестиционного климата в Российской Федерации ("дорожные карты" Национальной предпринимательской инициативы), направленные на улучшение условий ведения предпринимательской деятельности по наиболее важным и проблемным сферам государственного регулирования;

2) внедрен Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъектов российской Федерации по формированию благоприятного инвестиционного климата в регионе, предусматривающий создание на региональном уровне ключевых институтов и инструментов содействия и развития инвестиционной деятельности;

3) проводится национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах российской Федерации, отражающий оценку восприятия предпринимательским сообществом усилий, которые предпринимают органы власти

---

\* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта №17-12-21009.

всех уровней по улучшению состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации<sup>2</sup>.

Инвестиционное состояние государства является наиболее обобщенной характеристикой инвестиционных процессов в субъектах России (см. рисунок).



**Рис. Объемы бюджетных ассигнований, предусмотренные на реализацию расходов инвестиционного характера и Федеральной адресной инвестиционной программы (2008-2016гг.), % от ВВП\***

\* По данным официального сайта Федеральной службы государственной статистики. URL: [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru).

Доля средств, направленных на финансирование инвестиционных проектов, от ВВП постоянно снижается. В 2016 году бюджетные ассигнования, предусмотренные на реализацию расходов инвестиционного характера и Федеральной адресной инвестиционной программы, составили 2,1% и 1,1% от ВВП соответственно, тогда как в 2009 году эта доля составляла 3,1 и 2,7 %<sup>3</sup>.

В 2015 году сформирован первый полномасштабный национальный рейтинг 76 регионов.

В 2016 году оценка проводилась по 81 субъекту российской Федерации. В ходе сбора данных были опрошены около 400 000 предпринимателей по всей стране.

Интегральный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации в 2016 году показал значительный разброс результатов между регионами. В лидирующую группу вошли 12 регионов, среди которых Республика Татарстан, Белгородская область, Калужская область, Тульская область, Тюменская область. При этом Белгородская, Калужская и Тюменская области находятся в группе лидеров по трем направлениям, Республика Татарстан, Тульская область - по двум.



Одним из главных выводов, который можно сделать из результатов рейтинга, заключается в том, что работа регионов по достижению высоких показателей в национальном рейтинге оказывает влияние на объем частных инвестиций и темпы роста валового регионального продукта (ВРП) на душу населения. Выявлена значимая зависимость частных инвестиций в расчете на душу населения от индекса национального рейтинга, а именно: повышение интегрального индекса региона на 2 балла (к примеру, при снижении сроков подключения к электросетям со 160 до 128 дней) соответствует приросту частных инвестиций на душу населения в регионе на 1%.

Кроме того, наблюдается зависимость показателя ВРП на душу населения от значения интегрального индекса: рост индекса на 5 баллов (к примеру, при снижении сроков подключения к электросетям со 160 до 80 дней) соответствует приросту ВРП на душу населения на 1%. данные наблюдения доказывают связь между усилиями органов власти, которые оцениваются в рамках национального рейтинга, и реальными экономическими показателями региона.

Регионы, активно работающие над улучшением инвестиционного климата, показали существенную динамику - в первой десятке в 2016 году появились четыре новых региона: Тюменская и Владимирская области, Москва, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра - эти субъекты заметно улучшили свои показатели. Но основной драйвер роста - регионы второй десятки: семь из десяти регионов значительно улучшили свои показатели. лидерами роста стали Республика Башкортостан, Орловская и Липецкая области.

Важнейшую роль в данном случае играют конкретные активные действия региональных органов исполнительной власти: 50%-й прирост интегрального индекса регионов первой десятки произошел за счет показателей, находящихся в ведении региональных органов исполнительной власти.

В долгосрочной перспективе устранить угрозы национальной безопасности, связанные с диспропорцией развития регионов России, целесообразно путем повышения их инвестиционной и предпринимательской активности<sup>4</sup>.

Важным фактором положительных изменений в показателях национального рейтинга является построение комплексной работы на муниципальном уровне.

Результаты Национального рейтинга в 2016 году позволили сделать ряд выводов о сохраняющихся проблемах формирования благоприятного инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации.

1. Общий инвестиционный климат в стране фактически не изменился - средний интегральный индекс Национального рейтинга увеличился лишь на 0,8 балла (с 228 баллов в 2015 году до 229 баллов в 2016 году).

Тройка лидеров (Республика Татарстан, Белгородская и Калужская области) осталась неизменной: данные регионы не улучшили свои показатели.

2. Основные положительные изменения индикаторов инвестиционного климата в России связаны с показателями, находящимися в ведении федеральных органов исполнительной власти. Наилучшая динамика у показателей, характеризующих сроки и эффективность процедур регистрации предприятий,

государственной регистрации прав и постановки на кадастровый учет. Сроки регистрации предприятий в среднем сократились до 12 дней (минус 1 день), регистрации прав собственности до 14 дней (минус 4 дня).

3. В то же время значение показателей, находящихся в ведении региональных органов исполнительной власти (34 из 45 показателей Национального рейтинга), фактически не изменилось и обеспечило снижение среднего интегрального индекса на 0,5 балла.

4. Отмечены серьезные проблемы по показателям, отражающим контрольно-надзорную деятельность, которые ухудшились в 65 регионах.

5. В ряде регионов не до конца выстроена система проектного управления при решении задач улучшения инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации. Отсутствуют либо по факту не работают проектные офисы, существуют серьезные проблемы при осуществлении межведомственного взаимодействия.

6. Результаты мониторинга качества предоставления органами исполнительной власти "услуг" инвесторам и предпринимателям, определяемых Стандартом, свидетельствуют о том, что в ряде регионов по завершению процесса внедрения Стандарта отмечается формализация работы созданных институтов и инструментов. В отдельных случаях меры, реализованные в рамках требований Стандарта, не работают вовсе<sup>5</sup>.

7. Сравнение результатов Национального рейтинга в 2016 году и в 2015 году показало, что снижение среднего интегрального индекса 28 отстающих регионов, показавших негативную динамику, на 96% было вызвано ухудшением показателей, определяющих качество инвестиционной среды по следующим направлениям:

- эффективность процедур постановки на кадастровый учет и качество территориального планирования;
- доступность поддержки малого бизнеса.

Указанные негативные факторы определяют необходимость проведения детального анализа и оценки деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, выявления наиболее проблемных факторов инвестиционного климата и выработки мероприятий по улучшению ситуации.

Очередной рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России показывает ускоренный рост практически всех видов инвестиционных рисков третий год подряд. Бизнес начал адаптироваться к кризису, что будет способствовать снижению рискованности вложений на местах. Главная зона ответственности региональных администраций - создание приемлемой инвестиционной среды.

В целях оказания методической помощи регионам сформирован сборник успешных тиражируемых практик по улучшению инвестиционного климата, в который вошли способы, приемы и инструменты улучшения инвестиционного климата, обеспечившие достижение эффективного результата по различным показателям национального рейтинга.

Для решения задач улучшения инвестиционного климата в российских регионах и повышения уровня мастерства региональных управленческих команд был создан центр обмена лучшими практиками государственного управления и формирования инвестиционного климата в субъектах российской Федерации.

Продолжением работы по улучшению инвестиционного климата стало проведение мероприятий на муниципальном уровне, для чего разработан и внедряется "атлас муниципальных практик", направленный на развитие и поддержку малого и среднего предпринимательства в муниципальных образованиях.

Для обеспечения внедрения успешных практик, вошедших в атлас, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации совместно с автономной некоммерческой организацией "Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов" и органам местного самоуправления было рекомендовано принять порядок мер, направленный на развитие малого и среднего предпринимательства и снятие административных барьеров в муниципальных образованиях.

---

<sup>1</sup> Касимова Д.М. Особенности инвестиционной деятельности как объекта налогового регулирования // Евразийский юридический журнал. 2015. № 8 (87). С. 207-208.

<sup>2</sup> Агентство стратегических инициатив. URL: <https://asi.ru>.

<sup>3</sup> Постановление Правительства РФ от 13.09.2010 № 716 "Об утверждении Правил формирования и реализации федеральной адресной инвестиционной программы".

<sup>4</sup> Ильина Е.А. Формирование эффективной системы обеспечения экономической безопасности регионов // Коммуникации в информационном обществе: проблемы и возможности : сб. науч. ст. 2017. С. 113-117.

<sup>5</sup> Приказ Министерства регионального развития РФ от 24.09.2013 № 408 "Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе".

## ESTIMATION OF INVESTMENT CLIMATE IN RUSSIA

© 2017 Ilyina Ekaterina Anatolyevna

Candidate of Economics, Associate Professor

Chuvash State Pedagogical University named after I. Ya. Yakovlev,  
Cheboksary

E-mail: [kaviyana@mail.ru](mailto:kaviyana@mail.ru)

**Keywords:** investment rating, investment climate, investment attractiveness, integral index.

The article analyzes the investment climate of the country, analyzed the integral rating of the investment climate in the constituent entities of the Russian Federation for 2016. The problems of forming a favorable investment climate in the subjects of the Russian Federation are also considered.

## КРИТЕРИИ И МЕТОДЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ

© 2017 Калентьева Маргарита Алексеевна  
студент

© 2017 Тюрякова Анастасия Валерьевна  
студент

© 2017 Динукова Олеся Анатольевна  
доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: koffanastas@gmail.com

**Ключевые слова:** поставщики, критерии выбора, оптимальность, методы выбора поставщика, рейтинговая оценка.

Рассмотрена проблема выбора поставщиков товаров и услуг для предприятия. Выявлены основные критерии и методы правильного выбора контрагентов. Проанализированы особенности отбора поставщиков для предприятий торговли, занимающихся реализацией труб.

Все предприниматели хоть раз задавались вопросом как правильно выбрать надежного поставщика? Каждый производитель старается обеспечить свое производство качественным и не слишком дорогим сырьем, чтобы на выходе получить продукцию, доступную по цене и удовлетворяющую спрос большинства потребителей. Это немаловажно и для розничных торговцев. Он может выбрать самое оптимальное месторасположение своей торговой точки, нанять талантливого продавца, разрекламировать продаваемую им продукцию, но повлиять на свежесть, вкус и себестоимость товара никак не сможет. Поэтому и производителю, и розничному торговцу важно иметь надежного поставщика.

Существует ряд критериев выбора поставщика<sup>1</sup>.

Во-первых, всех поставщиков можно разделить на три типа: непосредственные производители, перекупщики и собственные (эксклюзивные) представители зарубежных компаний.

Непосредственные производители - предлагают наиболее выгодные для закупок цены и удобные предложения. Они отдают предпочтение, в основном, сотрудничеству с масштабными фирмами - из-за крупных заказов, которые те могут на постоянной основе оформлять. Поэтому начинающему предпринимателю - владельцу малого бизнеса, чаще всего бывает сложно заключить с такими поставщиками контракт.

Перекупщики - сотрудничают с любыми по масштабу фирмами и по любым объемам заказов. Однако, заплатить за такие услуги придется дорого, потому что цены на предоставляемую ими продукцию значительно превышают изначальную, установленную производителем, цену. С другой стороны, их явным преимуществом является близкое месторасположение.

Собственные (эксклюзивные) представители зарубежных компаний в том или ином регионе- наиболее приемлемый с финансовой точки зрения вариант поставок, но, к сожалению, такие организации не всегда можно обнаружить в своем регионе. Тем более, если регион этот малый либо удаленный.

Во-вторых, необходимо выбрать количество поставщиков. Преимуществами закупки у ограниченной целевой группы поставщиков являются: более легкий контроль за поставщиками (клиент будет более важен для них), возможность заключать сделки, которые могут дать дополнительные конкурентные преимущества.

Недостатком малого количества поставщиков является то, что бизнес производителя становится уязвимым и зависит от их надежности и стабильности поставок. Поэтому количество поставщиков должно быть оптимальным.

В-третьих, важна ценовая политика поставщика. Таким образом, необходимо выбрать такого партнера, цена на продукцию которого устоит заказчика и будет оптимальной для потребителей.

А так же, необходимо учитывать минимальный размер заказа, который допускается поставщиком. Зачастую бывает выгодно немного переплатить за относительно небольшую партию продукции, пользующейся спросом, чем скупить полный ассортиментный ряд по низкой цене.

Необходимо определить потребности в сырье, материалах и так далее и убедиться, что поставщик может удовлетворить эти потребности. Но не стоит забывать и о его надежности, нарушении сроков поставки. Одним из немаловажных критериев является возможность возврата, так как вы можете столкнуться с необходимостью возвращать испорченный, бракованный или просроченный либо неходовой товар. Поэтому лучше выбрать поставщика, который будет готов вернуть деньги за "не кондицию" вам обратно. Лучший способ выяснить это, узнать отзывы бывших и нынешних партнеров поставщика.

Требуйте у поставщика предъявления всех необходимых документов. Лучше переплатить за поставляемую продукцию фирме, работающей строго по закону, нежели разбираться с налоговой и прочими контролирующими службами.

Как упоминалось выше, особое внимание стоит уделять качеству продукции. Прежде чем, покупать товар у поставщиков, попросите их предоставить образцы товара или купите небольшую пробную партию, что бы понять, соответствует ли их продукция вашим ожиданиям.

Договоритесь с поставщиком заранее о способе и сроках оплаты товара. Обращайте внимание и на возможность отсрочки платежа. До заключения договора купли-продажи, выясните у поставщика о гарантиях (возврата товара, время для обработки претензий и т. п.).

Так же существуют и другие критерии<sup>2</sup>, по которым выбирается поставщик: опыт работы компании на рынке, качество обслуживания, конкурентные преимущества, уровень затрат на доставку и хранение товара, возможность длительного партнерства, готовность к поставке и ее гибкость, имидж поставщика, упаковка продукции и другие дополнительные услуги. Все критерии зависят от типа товаров. Например, при уникальности и эксклюзивности товара на первый план выходят надежность и бесперебойность поставок.

Существуют различные методы выбора поставщика<sup>3</sup>. Рассмотрим три наиболее надежных метода.

При использовании метода рейтинговых оценок анализ поставщиков проводится в несколько этапов. Для начала необходимо разработать перечень критериев выбора поставщика, а затем определить значимость (удельный вес) каждого из них по десятибалльной или пятибалльной шкале по каждому параметру. В качестве данных параметров могут выступать надежность поставщика, качество и цена товара, предоставление отсрочки платежа, возможность поставок различных партий товаров и другие. Выставленные оценки умножаются на удельный вес и суммируются, по каждому отдельному поставщику. На основании полученных баллов выбирается наиболее оптимальный партнер.

По методу оценки затрат выбирается поставщик, у которого сырье можно закупить с наименьшими издержками и получить при этом наибольшую прибыль. Для каждого поставщика анализируются все возможные затраты (транспортные, маркетинговые, страховые, в том числе и логистические риски) и доходы.

При использовании метода доминирующих характеристик учитывается только один критерий. Это может быть цена, надежность или график поставок и прочее. Таким образом, данный метод является максимально простым и игнорирует прочие факторы отбора. Также некоторые аналитики обращают внимание на коммуникации с поставщиком, то есть на значимость личных контактов и неформальную оценку поставщиков.

Теперь рассмотрим выбор поставщика на примере предприятий торговли, занимающихся реализацией труб.

Возьмем 4 потенциальных поставщика: АО "А и М продукция", АО "Металлес", АО "Абсолют-Сталь" и АО "Ариель".

Определим главные критерии отбора с учетом их значимости:

1. качество продукции;
2. соблюдение сроков и графиков поставки;
3. уровень цены на продукцию или услуги (сравнительный анализ цена/качество, цена/количество);
4. условия поставки и формы расчетов (плановые поставки, поставки по требованию, транспортные и страховые услуги, упаковка, валюта расчетов);
5. репутация и имидж фирмы;
6. надежность поставщика;

7. возможный объем поставки;

8. дополнительные услуги.

Рассмотрим краткую характеристику всех потенциальных поставщиков.

Таблица 1

**Характеристика поставщиков\***

| <b>Критерии</b>                      | <b>АО "А и М продукция"</b>                                                                                      | <b>АО "Метал-лес"</b>                             | <b>АО "Абсолют-Сталь"***</b>                                                                                                                                                                                                | <b>АО "Ариель"</b>                                                                  |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Репутация и имидж                    | Высокие                                                                                                          | Высокие                                           | Высокие                                                                                                                                                                                                                     | Средние                                                                             |
| Надежность                           | Высокая                                                                                                          | Средняя                                           | Высокая                                                                                                                                                                                                                     | Неизвестно                                                                          |
| Качество продукции                   | Среднее                                                                                                          | Среднее                                           | Высокое                                                                                                                                                                                                                     | Среднее                                                                             |
| Возможный объем поставки             | Любой                                                                                                            | От 10 тонн                                        | Любой                                                                                                                                                                                                                       | От 5 тонн                                                                           |
| Соблюдение сроков, графиков поставки | Точно                                                                                                            | Средне                                            | Точно                                                                                                                                                                                                                       | Точно                                                                               |
| Уровень цены                         | Средние                                                                                                          | Низкие                                            | Высокие                                                                                                                                                                                                                     | Средние                                                                             |
| Условия поставки и формы расчетов    | По требованию, предоплата, бартер                                                                                | Любые                                             | Любые                                                                                                                                                                                                                       | По требованию, предоплата                                                           |
| Дополнительные услуги                | Возможны взаиморасчеты по бартерным операциям, ценным бумагам, железным дорогам, зачетам по электроэнергии и др. | Оплата по факту и длительные отсрочки по платежам | Комплектация сложных заказов и поставка заказчику по графику. Изготовление металлоизделий по индивидуальному заказу. Порезка металла под размер. Доставка автомобильным и жд транспортом с предоставлением таможенных услуг | Возможен расчет ценными бумагами, векселями, товарообмен и проведение взаимозачетов |

\* Информация о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях.

URL: <http://www.rusprofile.ru>.

\*\* АО "Абсолют-Сталь". URL: <http://absolutsteel.com/ru>.

Исходя из характеристик, представленных в табл. 1, можно сделать следующие выводы:

1. АО "А и М продукция" имеет высокую репутацию, приемлемую цену, неплохое качество продукции и высокий уровень обслуживания.

2. Преимущества АО "Металлес" - это низкие цены, удобные условия поставки и оплаты, высокая репутация. Но при этом, фирма не обладает высокой надежностью.

3. АО "Абсолют-Сталь" - фирма с прекрасной репутацией, высокой надежностью, широким выбором услуг и качественной продукцией, но и с высокими ценами.

4. АО "Ариель" не обладает высокой репутацией, данных о фирме недостаточно, но цены приемлемые.

Проведем оценку потенциальных поставщиков по методу рейтинговых оценок, расставив удельный вес таким образом, что качество продукции обладает большей весомостью, а наименьшей дополнительные услуги, потому что их необходимость зависит от особенностей фирмы-производителя и потребностей клиента.

Обозначим АО "А и М продукция" как 1 поставщика, АО "Металлес" - как 2, АО "Абсолют-Сталь" - 3, АО "Ариель" - 4.

Таблица 2

Рейтинговая оценка потенциальных поставщиков

| Критерии                             | Удельный вес | Оценка поставщика |   |   |   | Удельный вес*Оценка |      |      |      |
|--------------------------------------|--------------|-------------------|---|---|---|---------------------|------|------|------|
|                                      |              | 1                 | 2 | 3 | 4 | 1                   | 2    | 3    | 4    |
| Репутация и имидж                    | 0,1          | 5                 | 5 | 5 | 4 | 0,5                 | 0,5  | 0,5  | 0,4  |
| Надежность                           | 0,1          | 5                 | 4 | 5 | 3 | 0,5                 | 0,4  | 0,5  | 0,3  |
| Качество продукции                   | 0,2          | 4                 | 4 | 5 | 4 | 0,8                 | 0,8  | 1    | 0,8  |
| Возможный объем поставки             | 0,1          | 5                 | 4 | 5 | 3 | 0,5                 | 0,4  | 0,5  | 0,3  |
| Соблюдение сроков, графиков поставки | 0,15         | 5                 | 4 | 5 | 5 | 0,75                | 0,6  | 0,75 | 0,75 |
| Уровень цены                         | 0,15         | 4                 | 5 | 3 | 4 | 0,6                 | 0,75 | 0,45 | 0,6  |
| Условия поставки и формы расчетов    | 0,15         | 4                 | 5 | 5 | 3 | 0,6                 | 0,75 | 0,75 | 0,45 |
| Дополнительные услуги                | 0,05         | 5                 | 5 | 5 | 5 | 0,25                | 0,25 | 0,25 | 0,25 |
| ИТОГО                                | 1            |                   |   |   |   | 4,5                 | 4,45 | 4,7  | 3,85 |



Исходя из расчетов, приведенных в табл. 2, можно сделать вывод, что наиболее оптимальным поставщиком является АО "Абсолют-Сталь", имеющий высшие оценки по всем показателям, кроме цены.

Таким образом, чтобы выбрать поставщика, нужно провести небольшое исследование, проанализировать собранную информацию и, исходя из Ваших потребностей, принять решение<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Сергеев В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / под общ. и науч. ред. В.И.Сергеева. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Инфра-М, 2013.

<sup>2</sup> Шульга М.В. Механизм формирования выбора поставщика // Бизнес в законе. 2012. № 5. С. 130-133.

<sup>3</sup> Динукова О.А. Логистические методы оптимизации снабжения // Наука XXI века: актуальные направления развития : сб. науч. ст. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 137-141.

<sup>4</sup> См. также: Развитие комплекса логистических активностей в цепях поставок : монография / под общ. ред. Л.А.Сосуновой. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. С. 122-145;

Карпова Н.П., Агафонова В.В. Управление качественными параметрами товаров и сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 10 (132). С. 26-32;

Карпова Н.П., Федечкина И.В. Концепции взаимодействия контрагентов в цепях поставок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4 (102). С. 39-43.

## CRITERIA AND METHODS OF SELECTION OF SUPPLIERS OF GOODS AND SERVICES

© 2017 Kalentyeva Margarita Alekseevna  
Student

© 2017 Tyuryakova Anastasiya Valeryevna  
Student

© 2017 Dinukova Olesya Anatolyevna  
Associate Professor

Samara State University of Economics  
E-mail: koffanastas@gmail.com

**Keywords:** suppliers, selection criteria, optimality, methods of supplier selection, rating assessment.

This article considers the problem of selecting suppliers of goods and services for the enterprise. The identified main criteria and methods of proper selection of counterparties. The article analyses the peculiarities of the selection of suppliers to trading enterprises, engaged in the sale of pipes.

## МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НЕФТЯНОЙ КОМПАНИИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

© 2017 Калимуллин Денис Маратович

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Асташкин Алексей Вадимович

магистрант

© 2017 Цыбулина Алина Олеговна

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: astashkin41@gmail.com, alina6394@mail.ru

**Ключевые слова:** мотивация персонала, управление человеческими ресурсами, нефтегазовая отрасль.

Раскрыты различные подходы кадровой политики, используемые на основных нефтяных субъектах отрасли. Описаны ключевые виды мотивации и способы воздействия на работников, разбираются наиболее значимые проблемы вахтовых форм организации труда, предлагаются различные пути их решения.

Вахтовый метод работы, который прошел качественную апробацию во второй половине XX в., прочно вошел в практику хозяйствующих субъектов мировой и отечественной экономики. Данный метод широко используется при освоении новых промышленных территорий, поскольку решает проблему дисбаланса осваиваемых ресурсов и необходимой рабочей силы.

В соответствии со Стратегией Правительства РФ предприятиям важнейшего сегмента экономики - нефтегазового комплекса - предстоит освоение месторождений на шельфе арктических морей, в Восточной Сибири, на Дальнем Востоке, а также на полуострове Ямал. Все указанные территории находятся в малообжитых районах Крайнего Севера.

Деятельность в этих районах будет организована методом внутрирегиональной вахты (с использованием трудовых ресурсов северных городов) или методом межрегиональной вахты (с использованием трудовых ресурсов других регионов России). При этом, несмотря на продолжающуюся уже не одно десятилетие дискуссию об эффективности и целесообразности использования вахтовых форм организации труда и появление высказываний о необходимости заселять Север, реальная жизнь заставляет постоянно расширять масштабы использования вахтового метода, а следовательно, формировать адекватный отмеченным условиям кадровый потенциал.

Решить данную проблему в значительной мере возможно путем проведения системной мотивационной политики. В ее основе должен лежать принцип

дифференцированного подхода к персоналу вахтовых коллективов, базирующийся на отличии данной категории от категории работающих по традиционной схеме.

Все чаще работодатели внедряют комплексные программы внутреннего и внешнего обучения, а также практику наставничества (65% компаний нефтегазовой отрасли пользуются этим проверенным методом). До 70% нефтегазовых компаний придерживаются политики ежегодного пересмотра зарплаты. Не стоит сбрасывать со счетов, набирающая популярность практику индивидуального подхода: повышение должностных окладов происходит сообразно изменению спроса на определенные профессии и конъюнктуре регионального рынка. На величину окладов влияют также оперативные и стратегические цели компании.

Существенным элементом материального стимулирования работников является индексация заработной платы. Она происходит с учетом нескольких факторов. Прежде всего это индекс потребительских цен (показатель инфляции), который принимают в расчет около 70% нефтегазовых компаний. Учитывается также ситуация на рынке труда. Например, если в 2014 г. данные о рыночном уровне зарплат для пересмотра вознаграждения работников использовали 60% компаний, то в 2015 г. - уже 66%, а в 2016 г. - 68%. Такая тенденция объясняется прежде всего тем, что официально публикуемый показатель инфляции не всегда объективно отражает реальное изменение цен и, соответственно, не обеспечивает сохранение реальных доходов работников. Кроме того, он не позволяет учитывать специфику регионов. Поэтому из года в год фактический рост зарплат оказывается выше уровня инфляции на 2-4%, что вполне естественно в свете указанных обстоятельств<sup>1</sup>.

Кроме повышения окладов, совершенствуются системы премирования, целью которых является сохранение персонала и повышение эффективности его работы. Предприятия все чаще переходят от ежемесячного премирования к выплатам премий за квартал, полугодие и год. По данным обзоров, годовые премии выплачивают 93% компаний, квартальные - 31 %, за полугодие - 16%. Часть вознаграждения (включающей все выплаты за период свыше одного месяца) варьируется в зависимости от должности, занимаемой сотрудником. У "верхушки" доля переменной части значительно разнится в зависимости от региона и в среднем составляет 34-44% в общем годовом вознаграждении. У высококвалифицированных специалистов и рабочих аналогичный показатель находится в среднем на уровне 18-20%.

Однако замечена тенденция все более частого применения нематериального поощрения. Состав социального пакета, предлагаемого сотрудникам, постоянно расширяется, а качество и объем входящих в него льгот увеличивается. Все чаще при предоставлении льгот сотрудникам используется дифференцированный подход: работникам разных категорий и должностей предлагается различный набор социальных программ.

Практически обязательным элементом социального пакета стала медицинская страховка. Эту услугу предоставляют около 80% нефтегазовых компаний.

Замечено что из года в год, компания старается расширить перечень услуг покрываемых договором страхования. Наряду с амбулаторной помощью и стационарным лечением в договор страхования могут быть включены приобретение лекарств, визиты врача по месту работы и ведение беременности. Примечательно, что медстрахование может распространяться и на членов семей сотрудников.

Возмещение средств за услуги мобильной связи предоставляется в 77%, а оплачиваемое или дотационное питание - в 74% нефтегазовых компаний. Более 70% предприятий рассматриваемой отрасли оплачивает санаторно-курортное лечение. Для сравнения, в других отраслях доля компаний, предлагающих полное или частичное спонсорство расходов на отдых сотрудников, не превышает 20%<sup>2</sup>.

В части мотивации персонала показателен ранжированный ряд ответов на поставленный вопрос "Что не устраивает Вас в трудовых отношениях по линии "работодатель - работник?"

1. Уровень заработной платы (36,4%).
2. Отсутствие средств для карьерного роста (11,5%).
3. Недостаточное внимание к индивидуальным особенностям (потребностям) работника (11,3%).
4. Обеспечение коллективного договора в части социальных льгот (10,5%).
5. Некорректно выстроенный план взаимодействия с персоналом, создать хорошую рабочую обстановку в коллективе (7,8%).

Серьезной проблемой для творчески мыслящих специалистов и руководителей является тот факт, что вертикально интегрированный подход к построению организационных структур управления, позволяющий мобилизовать человеческую энергию и кооперировать труд людей при реализации сложных проектов, не способствует росту потенциала сотрудников, каждый из которых использует только ту часть своих способностей, которая требуется для выполняемых работ, а исполнение спускаемых сверху решений вызывает потерю общего управленческого интеллекта.

Тенденции мотивационной политики во многом можно сформулировать, взяв за основу перечень ответов на вопрос "Какие, на Ваш взгляд, дополнительные меры могут повлиять на дальнейшее укрепление социально-трудовых отношений?" Ответы ранжируются следующим образом.

1. Обеспечение работнику условий для карьерного роста с информированием со стороны руководства о возможных вариантах карьеры и оценки прохождения ее этапов (235 человек).
2. Широкое информирование работников о перспективах развития предприятия и имеющихся проблемах (187 человек).
3. Системное обучение руководителей всех уровней умению работать с людьми (181 человек).

4. Формирование паспорта потребностей каждого работника и создание условий для их удовлетворения (в обмен на высокоэффективный труд и лояльность работника к предприятию) (160 человек).

5. Расширение видов неформального общения руководителей предприятия с работниками (102 человека)<sup>3</sup>.

На наш взгляд, эффективность стратегического менеджмента нефтегазовых корпораций может быть обеспечена только с помощью мотивационной политики, сутью которой является индивидуальный подход к каждому работнику (в том числе по причине "разношерстности" вахтовых коллективов).

Можно сделать вывод о том, что действенным инструментом реализации данной политики мог бы стать социальный паспорт работника, содержащий сведения по следующим аспектам:

- 1) возраст;
- 2) образование;
- 3) стаж работы по специальности;
- 4) место проживания;
- 5) санитарные условия по месту проживания;
- 6) семейное положение, в том числе количество детей на иждивении;

Детализация персонифицированного учета потребностей работника и приведение их в дальнейшем в состояние баланса с возможностями предприятия составляет основу политики мотивации персонала. Адресная работа с его данными, управление балансом интересов предприятия и работника должны стать действенным инструментом мотивационной политики субъектов кадровой работы.

Важным направлением мотивации персонала вахтовых коллективов, имеющим организационно-функциональное назначение, должен быть сам механизм процесса их формирования.

Таким образом, эффективный механизм мотивации вахтового персонала должен базироваться на институциональном позиционировании (придании каждому направлению или законодательного статуса, или нормативного в рамках отрасли, корпорации, территории, муниципалитета), мониторинге его потребностей и социально-трудовых отношений на основе стратегии дифференциации и методологии эффективного управления данным процессом. Опыт передовых отечественных компаний, в частности нефтегазовых корпораций, приобретающих статус транснациональных, доказывает справедливость данного утверждения, и задача хозяйствующих субъектов, практикующих вахтовую организацию труда, состоит в восприятии этого опыта.

Мотивировать подобные коллективы можно, на наш взгляд, только с помощью индивидуального подхода.

Периодический анализ содержания социального портрета, адресная работа с его данными, выявление динамики соотношения интересов предприятия и

работника должны стать действенными инструментами формирования эффективного персонала.

Представленный анализ мотивации персонала нефтегазовой отрасли, накопленный опыт, имеющиеся проблемы и тенденции, на наш взгляд, могут быть использованы специалистами других отраслей, что в целом обогатит российский бизнес в плане подготовки конкурентоспособного персонала<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Быков В.М. Управление персоналом в вертикально интегрированных нефтяных компаниях // Развитие системы управления персоналом в современных организациях : сб. науч. ст. I Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург : УрГПУ, 2009. С. 62-65.

<sup>2</sup> Быков В.М. Формирование конкурентоспособного персонала в условиях вахтового метода работы (на примере нефтегазовой отрасли) : монография. Ярославль : Аверс Плюс, 2011.

<sup>3</sup> Силин А.Н. Вахтовый метод в северном регионе: опыт 35-летнего социологического исследования // Современное общество и социология. Тюмень : ТюмГУ, 20012. С. 173-175.

<sup>4</sup> См. также: Косякова И.В. Специфика организации управления предприятием, функционирующим как управляемая динамическая экономическая система // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106). С. 38-42; Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. URL: [http://scenef.com/uploads/files/enrgo\\_strategy\\_rus\\_2030.pdf](http://scenef.com/uploads/files/enrgo_strategy_rus_2030.pdf);

Польнова Л.В., Кирилина Ю.Н. Проблемы совершенствования системы адаптации персонала: опыт российского производственного предприятия // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10 (ч. 1).

## **THE MOTIVATION OF OIL COMPANY'S EMPLOYEES: MAIN PROBLEMS, DEVELOPMENT TRENDS**

© 2017 Kalimullin Denis Maratovich  
Candidate of Economics, Associate Professor

© 2017 Astashkin Aleksei Vadimovich  
Undergraduate

© 2017 Tsybulina Alina Olegovna  
Undergraduate

Samara State University of Economics  
E-mail: [astashkin41@gmail.com](mailto:astashkin41@gmail.com), [alina6394@mail.ru](mailto:alina6394@mail.ru)

**Keywords:** personnel motivation, HR, the oil and gas industry.

The article discusses the current experience of economic entities in the oil and gas industry to use the most important instrument of personnel policy motivation of employees, analyzes the problems in this area and possible ways of their solution.

## СЕГМЕНТАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА

© 2017 Калышенко Валентина Николаевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
© 2017 Сталькина Ульяна Михайловна  
кандидат экономических наук, доцент  
Международный институт рынка, г. Самара  
E-mail: v-kalyshenko@yandex.ru, lyana@inbox.ru

**Ключевые слова:** потребители рабочей силы, факторы рынка труда, сегментация рынка.

Рассмотрены проблемные вопросы на рынке труда с учетом особенностей предложения "продукта" рабочей силы, составляющей основные сегменты.

Особое внимание при исследовании рынка труда уделяется его структуре, основная цель данного исследования заключается в получении сведений о возможных посредниках, с помощью которых можно подобрать рабочую силу или найти рабочее место.

При исследовании потребителей рабочей силы (предприятий, фирм, индивидуальных нанимателей рабочей силы) выявляются факторы, которыми руководствуются работодатели при выборе рабочей силы. Изучается структура производства, обеспеченность рабочей силой, тенденция спроса на нее, организационная культура. Представленные материалы на сайте HeadHunter раскрывают проблемы состояния и развития рынка труда.

Таблица 1

Соотношение резюме и вакансий на рынке труда

| Профессиональная область                    | Количество вакансий по данному направлению | Количество резюме по данному направлению | Соотношение резюме/вакансии |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------|
| 1                                           | 2                                          | 3                                        | 4                           |
| Инсталляция и сервис                        | 181                                        | 111                                      | 0,61                        |
| Информационные технологии/ Интернет/Телеком | 1065                                       | 1465                                     | 1,37                        |
| Медицина/Фармацевтика                       | 578                                        | 527                                      | 0,91                        |
| Строительство/ Недвижимость                 | 1485                                       | 1604                                     | 1,08                        |
| Страхование                                 | 391                                        | 434                                      | 1,10                        |
| Банки/Инвестиции/Лизинг                     | 4208                                       | 4987                                     | 1,18                        |
| Продажи                                     | 6985                                       | 9794                                     | 1,40                        |

| 1                                                   | 2    | 3    | 4    |
|-----------------------------------------------------|------|------|------|
| Бухгалтерия/Управленческий учет/Финансы предприятия | 5420 | 8123 | 1,50 |
| Административный персонал                           | 3029 | 5009 | 1,65 |
| Производство                                        | 1665 | 2757 | 1,66 |
| Консультирование                                    | 481  | 811  | 1,69 |
| Транспорт/Логистика                                 | 1607 | 2827 | 1,76 |
| Управление персоналом                               |      |      |      |
| Тренинги                                            | 1929 | 3463 | 1,80 |
| Маркетинг/Реклама/PR                                | 4408 | 8961 | 2,03 |
| Автомобильный бизнес                                | 466  | 1052 | 2,26 |
| Искусство/Развлечения/Массмедиа                     | 558  | 1552 | 2,78 |
| Юристы                                              | 1314 | 3868 | 2,94 |
| Безопасность                                        | 85   | 266  | 3,13 |
| Туризм/Гостиницы/Рестораны                          | 368  | 1213 | 3,30 |
| Высший менеджмент                                   | 655  | 2837 | 4,33 |
| Спортивные клубы/Фитнес                             | 20   | 119  | 5,95 |
| Начало карьеры/Студенты                             | 520  | 4474 | 8,60 |
| Некоммерческие организации                          | 22   | 205  | 9,31 |

Приведенные данные свидетельствуют о сложившемся рынке потребителя, или как отмечают маркетологи избыток со стороны предложения резюме и являющееся в определенной степени состоянием безработицы. Такое состояние требует изучения проблем, имеющих место.

Углубленное исследование рынка труда предполагает необходимость его рассмотрения как дифференцированной структуры в зависимости от предложения рабочей силы и спроса на нее.

Одной из таких проблем является расхождение в зарплатных ожиданиях.

Таблица 2

## Зарплатные ожидания соискателей резюме

| Специализация              | Зарплатные ожидания руб/мес соискателей в ноябре 2014 г. | Зарплатные ожидания руб/мес соискателей в ноябре 2016 г. | Изменение зарплатных ожиданий в % г. |
|----------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1                          | 2                                                        | 3                                                        | 4                                    |
| Администрирование          | 42000                                                    | 40000                                                    | - 0,9 %                              |
| Добыча сырья               | 42000                                                    | 42000                                                    | 0,00%                                |
| Инвестиции                 | 30000                                                    | 50000                                                    | 66,67%                               |
| Информационные технологии/ | 72000                                                    | 150000                                                   | 200,8%                               |
| Коммерческий Банк          | 150000                                                   | 175000                                                   | 16,67%                               |



| 1                                    | 2      | 3      | 4       |
|--------------------------------------|--------|--------|---------|
| Консультирование                     | 24000  | 28000  | 21,70%  |
| Маркетинг/ Реклама/ PR               | 90000  | 90000  | 0,00%   |
| Медицина/ Фарма-<br>цея              | 60000  | 40000  | -66,00% |
| Продажи <                            | 170500 | 150000 | -0,88%  |
| Производство/<br>Технология          | 27000  | 24000  | -0,9%   |
| Строительство/<br>Недвижимость       | 45000  | 40000  | -0,89%  |
| Транспорт/ Логи-<br>стика            | 28000  | 45000  | 126,00% |
| Туризм/ Гостини-<br>цы/ Рестораны    | 38000  | 30000  | -0,80%  |
| Управление малым<br>бизнесом         | 18000  | 40000  | 222,00% |
| Управление пер-<br>соналом/ Тренинги | 28000  | 30000  | 1,07%   |
| Финансы                              | 60000  | 55000  | -0,90%  |

Как видно из представленных данных в некоторой части имеет место "перегрев" заработной платы, информационные технологии. например, и обусловлено в первую очередь удержанием высококвалифицированных кадров, учитывая требования управленческих технологий. Противоположная ситуация на наш взгляд обусловлена современным состоянием социально-экономического развития.

Вторая проблема, которая требует развития - это сегментирование рынка труда. Объектами сегментации на рынке труда являются наемные работники и предприятия (работодатели).

Сегментация позволяет оценивать состояние рынка труда по каждой категории работников с точки зрения деятельности и безработицы, конкуренции между наемными рабочими и работодателями.

Процесс сегментирования на рынке труда требует проведения следующих основных мероприятий: разбивка рынка на сегменты; выбор целевых сегментов рынка; позиционирование - обеспечение предложению конкурентного положения на рынке труда и разработка детального комплекса маркетинга.

Разбивку рынка труда на сегменты целесообразно проводить по следующим признакам: профессионально-отраслевой, квалификационно-зарплатный и социально-демографический. Путем сочетания этих признаков могут быть выделены группы работников, различающиеся приоритетностью сферы деятельности и уровнем материальной обеспеченности.

Что касается незанятого населения, то здесь наиболее существенными признаками сегментации являются возраст и статус, предшествующий поиску работы.

В зависимости от данных признаков возможна следующая дифференциация незанятого населения: выпускники средних школ; выпускники ВУЗов и средних профессиональных учебных заведений; лица, уволенные с военной службы; инвалиды; женщины, воспитывающие детей дошкольного возраста и детей-инвалидов; длительно безработные; граждане, освобожденные из мест лишения свободы; беженцы и вынужденные переселенцы.

Выбор целевых сегментов рынка труда предполагает использование массового, дифференцированного и концентрированного маркетинга.

Позиционирование предложения на рынке труда должно убедить потребителя-работодателя, что ему предлагается товар "рабочая сила" с той потребительской стоимостью, которая специально сформирована для него. Эту работу на наш взгляд должны выполнять кадровые фирмы.

---

1. Беляева М.Г. Теоретические подходы к анализу рынка труда // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 12. С. 142.

2. Илюхина Л.А. Анализ рынка труда городского округа Самара // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 9. С. 31.

3. Макдоналд М., Данбар Я. Сегментирование рынка: Практическое руководство / пер. англ. изд. М. : Дело и Сервис, 2002.

4. Толмачева О.В., Фирсова И.А. Разработка системы механизмов управления региональным рынком труда на основе кластерного подхода // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 57. С. 91.

5. Хохлова И.И. Формирование системы маркетинговой информации на региональном рынке труда // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 5. С. 87.

## SEGMENTATION IN THE MARKET OF LABOR

© 2017 KalyshenkoValentina Nikolaevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics

© 2017 Stalkina Ulyana Mikhaylovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
International Market Institute, Samara  
E-mail: v-kalyshenko@yandex.ru, lyana@inbox.ru

**Keywords:** labor force customers, factors on labor market, market segmentation.

The problematic issues on labor market are considered with a glance to features of specificity of offer of labor "product" that form basic segments.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАБОТЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА

© 2017 Карасева Елена Александровна  
старший преподаватель

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: elenakaraseva063@gmail.com

**Ключевые слова:** информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), обучение, образование, учебный процесс, вуз, преподаватель, студент, высшая школа.

Статья посвящена вопросам использования информационно-коммуникационных технологий в процессе обучения студентов в вузе, приводятся положительные и отрицательные стороны использования ИКТ в образовательном процессе. Представленные выводы могут быть полезны при внедрении ИКТ в образовательный процесс вуза.

Во всем мире роль преподавателя стремительно меняется в связи с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательном пространстве, а в частности в высшей школе. Какова же роль преподавателя, использующего ИКТ в образовании? Было много дискуссий в научных кругах по поводу того, что придет время, когда технологии заменят преподавателя в аудитории, но со временем стало очевидно, что это невозможно, т.к. общение между преподавателем и студентом никакие технологии, даже самые инновационные, не смогут заменить, а могут лишь дополнить.

С помощью ИКТ люди могут научиться многому в любом месте и в любое удобное для них время, тем не менее, использование ИКТ не является решением ключевых проблем в образовании XXI века, так как технологии - это только методы, которые помогают в процессе обучения на любой стадии образовательного процесса. ИКТ не изменили роль преподавателя в образовательном процессе, а сделали его более эффективным, и открыли новые способы обучения студентов. Преподаватель играет важнейшую роль в образовании, и до сих пор является образцом и примером для студентов, транслирует новые знания и информацию, основанную на своем собственном опыте и научно-исследовательской работе.

Повсеместное использование компьютеров и других электронных устройств в аудитории предполагает не просто компьютерную грамотность среди преподавателей, а продвинутый уровень владения знаниями в этой области. Если преподаватели настроены использовать ИКТ эффективным образом, то их нужно сначала обучить, поскольку использование этих прогрессивных технологий требует большой подготовки и квалификации. Преподаватели должны по-

вышать свою квалификацию, чтобы обеспечить более эффективный и интересный процесс преподавания. Следовательно, педагог будет более осмысленно использовать технологии, и будет продвигаться в этом направлении дальше, критично анализируя свои действия и результаты работы, что, в свою очередь, расширит возможности использования ИКТ в будущем более эффективно.

Для успешного внедрения ИКТ в учебные курсы вуза многие аспекты должны быть приняты во внимание, например, такие как экономические ресурсы образовательного учреждения, социокультурные факторы участников образовательного процесса, а также количество знаний, которое студент может усвоить с использованием инновационных образовательных технологий и инструментов. Понимая, что оборудованных аудиторий по последнему слову техники не достаточно, и преподаватели и студенты также должны знать, как пользоваться предоставленным оборудованием, роль преподавателя здесь становится главной.

Стоит обратить внимание на проблему, с которой сталкивается высшая школа, пытаясь внедрить технологическое оборудование в учебные аудитории. До сих пор руководство многих вузов считает, что у них не хватает или нет вообще соответствующих условий, необходимых для выполнения конкретных технологических задач. Поэтому целесообразно будет выделять достаточное количество ресурсов на установку соответствующего оборудования и проведения специальных тренингов для преподавателей по успешному внедрению ИКТ в учебный процесс. С одной стороны, на обучение преподавателей и внедрение ИКТ должны выделяться ресурсы, с другой стороны, университеты могут оптимизировать затраты, заменив со временем бумажные носители информации на электронные.

Развитие технологий привело к появлению многих электронных гаджетов, таких, как смартфоны, планшеты, ноутбуки. Поэтому, использование технологий в образовании должно быть тщательно спланировано и организовано во избежание негативных последствий. Существует много преимуществ, которые преподаватель может извлечь из использования ИКТ в учебном процессе, перечислим основные из них.

Во-первых, студенты учатся самостоятельно решать проблемы, с которыми они сталкиваются в реальной жизни, и если они испытывают затруднения в их решении, то, могут обратиться за помощью к экспертам через всемирную паутину.

Во-вторых, преподаватели могут использовать на занятиях продвинутое профессиональные программы по своим дисциплинам, для работы с которыми студентам придется овладеть новыми знаниями и навыками.

В-третьих, процесс управления обучением становится более эффективным, затрачивается гораздо меньше времени на организацию образовательного процесса, например, обратная связь: отправка и проверка отчетов, докладов, курсовых работ, тестов, контрольных работ между студентом и преподавателем становится быстрее.

Четвертое преимущество заключается в том, что использование ИКТ в процессе обучения, выступает как промежуточное звено между аудиторией и

внешним миром. Это позволяет и студентам и преподавателям получать доступ к огромному количеству информации, в том числе массовым открытым онлайн курсам, а также делиться ее друг с другом.

Кроме того, ИКТ играют важную роль в обучении студентов с ограниченными возможностями. На сегодняшний день это актуально в рамках создания безбарьерной среды т.к. в современном обществе важно предоставлять равные возможности для всех категорий граждан.

Несмотря на все преимущества, есть и негативные воздействия на студентов особенно на молодое поколение, которое перестало совсем читать из-за повсеместного использования гаджетов. Если им необходима информация, то ее находят через поисковую систему Google в любой момент времени и без каких-либо усилий. Кроме того, злоупотребление технологическими новинками студентами может наверняка влиять на процесс обучения отрицательным образом, например, использование Интернета и мобильных телефонов во время занятий в тривиальных целях, таких как отправка сообщений.

Однако, положительных моментов гораздо больше, чем негативных. Благодаря использованию ИКТ, преподаватель создает благоприятный климат в аудитории, делает образовательный процесс более эффективным и интересным, налаживает взаимоотношения со студентами, выявляет пробелы в их знаниях, создает собственное программное обеспечение итп. В свою очередь, студенты учатся быть более самостоятельными, развивают критическое мышление, оттачивают различные навыки, которые пригодятся и в дальнейшем обучении и в процессе работы, делятся своими мнениями, мыслями, идеями итд.

В заключении можно сделать вывод о том, что роль преподавателя меняется, т.к. студенты становятся менее зависимыми от чьей-либо поддержки и рекомендаций в решении своих задач, но им все еще нужно руководство со стороны преподавателя. Это происходит, потому что ИКТ - это только инструменты в процессе обучения. Таким образом, роль преподавателя в образовании нельзя недооценивать, а технологии нужно рассматривать с точки зрения дополнения к образовательному процессу, в центре которого находится преподаватель, делая его более интересным и успешным. А задача преподавателя - приложить максимум усилий, чтобы внедрить ИКТ в вузы таким образом, чтобы быть в состоянии успешно управлять и аудиторией и ИКТ.

---

1. Aristovnik A. The impact of ICT on educational performance and its efficiency in selected EU & OECD countries: A non-parametric analysis // TOJET. 2012. № 11 (3). P. 144-152.

2. Geçer A. Lecturer-student communication in blended learning // Educational Consultancy and Research Center. 2013. № 13 (1). P. 362-367.

3. Geer R., Sweeney T. Students' voices about learning with technology // Journal of Social Sciences. 2012. № 8 (2). P. 294-303.

4. Prensky M. A huge leap for the classroom: true peer-to-peer learning, enhanced by technology // Educational Technology. 2011. № 1-4.

5. URL: <http://edtechreview.in/trends-insights/insights/277-role-of-technology-in-21st-century>.

6. Печерская Э.П., Гудкова М.Н. Международные образовательные проекты как один из важнейших инструментов повышения качества образовательных услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20).

7. Сырескина С.В. Интерактивные методы обучения в процессе формирования иноязычного общения у студентов неязыковых вузов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 4 (22).

## USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY IN THE PROCESS OF UNIVERSITY TEACHER WORK

© 2017 Karaseva Elena Aleksandrovna  
Senior Lecturer  
Samara State University of Economics  
E-mail: elenakaraseva063@gmail.com

**Keywords:** Information and Communication Technology (ICT), learning, education, teaching and learning process, higher educational institution, teacher, student, higher school.

The paper is devoted to using Information and Communication Technology in the process of teaching students, various advantages and disadvantages of ICT use in the educational process are given. The data presented in this paper could be useful in implementing Information and Communication Technology in a contemporary university.

УДК 338.5

## ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

© 2017 Касатов Алексей Дмитриевич  
доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kasatov47@mail.ru

**Ключевые слова:** транзакционные издержки, экономическая деятельность, интегрированные промышленные компании, количественная оценка транзакционных издержек.

Рассмотрена сущность и содержание транзакционных издержек в экономической деятельности интегрированных промышленных компаний. Изложены подходы к их количественной оценке как зарубежными, так и российскими экономистами.

Понятие транзакционных издержек было введено Р. Коузом, который их экономическую сущность выразил в двух своих работах: "Природа фирмы" (1937) и "Проблемы социальных издержек" (1960). Оно было использовано для объяснения существования таких противоположных рынку иерархических структур, как фирма. В статье "Природа фирмы" Р. Коуз обращает внимание на то, что при взаимодействии экономических агентов между собой появляются новые издержки, которые он назвал "транзакционными" (от слова "сделка" - транзакция). К ним относятся затраты на сбор информации о ценах, предпочтениях потребителей и намерениях конкурентов, на ведение переговоров, заключение и юридическое обеспечение сделок и т.д. Р. Коуз связывал образование фирм (этих "островков сознательности") с их относительными преимуществами в плане экономии на транзакционных издержках. По утверждению Р. Коуза, "внутри фирмы индивидуальные сделки между различными кооперированными факторами производства устранены, а рыночные транзакции заменены административными решениями"<sup>1</sup>. Поэтому специфику функционирования фирмы он усматривал в подавлении ценового механизма и замене его системой внутреннего административного контроля, т.е. административный контроль обеспечивает экономию транзакционных издержек, а организация, в свою очередь, вытесняет рынок. Однако административный механизм также не свободен от издержек, которые растут по мере увеличения размеров фирмы. Причем границы размеров фирмы будут проходить там, где предельные издержки, связанные с использованием рынка, сравняются с предельными издержками, связанными с использованием иерархической организации. Это привело к тому, что в состав транзакционных издержек стали включать и издержки, связанные с использованием административных механизмов контроля. В настоящее время понятие "транзакционные издержки" стало объединять любые виды расходов, сопровождающие взаимодействие экономических агентов как во внешнем, так и во внутрифирменном деловом сотрудничестве.

В экономической литературе представлено множество типологий транзакционных издержек. Наиболее распространенной является следующая:

1. *Издержки поиска информации.* Издержки такого рода складываются из затрат времени и ресурсов, необходимых для ведения поиска информации как со стороны продавца, так и со стороны покупателя, а также из потерь, связанных с неполнотой и несовершенством получаемой информации.

2. *Издержки ведения переговоров.* Рынок требует отвлечения значительных средств на проведение переговоров об условиях обмена, на заключение и оформление контрактов. Чем больше участников сделки и чем сложнее ее предмет, тем выше эти издержки. Дополнительным их источником являются потери из-за неудачно заключенных, плохо оформленных и ненадежно защищенных соглашений.

3. *Издержки измерения.* К издержкам измерения относятся затраты на соответствующую измерительную технику, на проведение собственного измере-

ния, на осуществление мер, имеющих целью обезопасить стороны от ошибок измерения, и, наконец, потери от этих ошибок.

4. *Издержки спецификации и защиты прав собственности.* В эту категорию входят расходы на содержание судов, арбитража, государственных органов, затраты времени и ресурсов, необходимых для восстановления нарушенных прав, а также потери от плохой их спецификации и ненадежной защиты.

5. *Издержки оппортунистического поведения.* Термин "оппортунистическое поведение" был введен О. Уильямсоном. Так называется недобросовестное поведение, нарушающее условия сделки или нацеленное на получение односторонних выгод в ущерб партнеру. Под эту рубрику попадают различные случаи лжи, обмана, бездельничанья на работе, манкирования взятых на себя обязательств и т.д.

6. *Издержки "политизации".* Этим общим термином можно обозначить издержки, сопровождающие принятие решений внутри организаций, к которым относятся: 1) издержки коллективного принятия решений и 2) издержки влияния - централизованное принятие решений.

В общем виде трансакционные издержки - все затраты, связанные с обменом и защитой прав собственности. По своей структуре трансакционные издержки неоднородны. Классификация трансакционных издержек включает следующие признаки: издержки на макроуровне и микроуровне, явные (эксплуатационные) и неявные (имплицитные), постоянные и переменные, издержки до и после заключения сделки и др.

Впервые деление производственных издержек на два класса - трансформационные и трансакционные - произвели Дж. Уоллис и Д. Норт, которые дали им следующее определение: "Трансформационные издержки есть издержки, связанные с превращением затрат в готовую продукцию, издержки по осуществлению трансформационной функции. Трансакционные издержки зависят от затрат труда, земли, капитала и предпринимательского таланта, которые используются в процессе рыночного обмена"<sup>2</sup>.

Необходимость количественной оценки трансакционных издержек связана с проблемой их экспотенциального роста, особенно в кризисных ситуациях. Например, в корпорациях США они достигают 30-40% от себестоимости продукции<sup>3</sup>. В агропромышленном комплексе России уровень трансакционных издержек по товарам кратковременного хранения (мясо, молоко, хлеб, масло сливочное и т.д.) еще выше - более 50%<sup>4</sup>. В целом, по существующим оценкам, трансакционный сектор занимает очень большое (более 50%) место в российской экономике, что, с одной стороны, вынуждает экономистов заниматься проблемами трансакционных издержек, а с другой - разработкой методов и путей их снижения<sup>5</sup>. Одним из механизмов снижения трансакционных издержек является создание различных форм интеграции компаний. Это, во-первых, создание корпоративных объединений вертикального, горизонтального и диверсифицированного типа и, во-вторых, это избавление от вспомогательных, обслуживаю-



щих и других непрофильных функций и сосредоточение только на основном производстве, т.е. аутсорсинг.

По мнению экономистов, вести практический учет трансакционных издержек очень сложно. В бухгалтерском учете не предусмотрены эти издержки как таковые. Они скрыты в различных статьях. Так, например, трансакционные издержки на поиск информации о потенциальном партнере могут учитываться в заработной плате тех лиц, которые заняты разработкой инвестиционного проекта и т.д.

В современной экономической теории существует два подхода к оценке величины трансакционных издержек: ординалистский и кардиналистский.

Ординалистский подход заключается лишь в определении направления изменения трансакционных издержек и последующем сопоставлении результатов для различных институциональных отношений<sup>6</sup>.

Кардиналистский подход - это поток абсолютной, количественной величины трансакционных издержек<sup>7</sup>. Использование того или иного подхода зависит в первую очередь от цели исследования.

Впервые попытку количественной оценки трансакционных издержек на микроуровне предпринял Х. Демсетц. Объектом анализа выступила Нью-Йоркская фондовая биржа (НФБ) как средство обеспечения быстрого обмена ценными бумагами и, соответственно, правами собственности на реальные активы. На этой основе трансакционные издержки были определены как издержки использования НФБ для осуществления быстрого обмена акций на деньги. Результаты этого исследования нашли отражение в статье Х. Демсетца "Издержки трансакционирования"<sup>8</sup>.

Попытка количественной оценки трансакционных издержек на макроуровне принадлежит Дж. Уоллису и Д. Норту. Используя макроэкономические показатели, они рассчитали динамику относительных величин трансакционных издержек в экономике США (в процентах от ВВП). В основе анализа лежит введенное ими различие между трансформационными и трансакционными издержками, о котором было уже сказано выше.

Согласно полученным оценкам, в ВВП США доля трансакционных услуг, оказываемых частным сектором, увеличилась с 23% в 1870 г. до 41% в 1970 г., оказываемых государством - с 3,6% в 1870 г. до 13,9% в 1970 г., что в сумме составило рост с 26,1% до 54,7%. Часть этого роста в течение столетия была отражением передвигки трансакционных затрат из внерыночной сферы на рынок, но другая часть представляет реальное инвестирование ресурсов.

Результаты исследования нашли отражение в статье Дж. Уоллиса и Д. Норта "Измерение трансакционного сектора в американской экономике 1870-1970 годов"<sup>9</sup>.

Количественная оценка трансакционных издержек в российской экономике была предпринята В. Кокоревым. Оценка динамики трансакционных издержек была осуществлена по выборке, охватывающей предприятия нескольких отрас-

лей промышленности. Элементами выборки стали предприятия с численностью занятых от 2 тыс. до 20 тыс. чел. В качестве показателя уровня транзакционных издержек на микроуровне он использовал отношение затрат, не связанных непосредственно с производством (так называемые накладные расходы), к прочим статьям себестоимости продукции. В исследовании В. Кокоревым были проанализированы такие косвенные признаки, как соотношение динамик ВВП с розничным товарооборотом, соотношение динамик количества занятых в отраслях, например, сокращение занятых в промышленности, строительстве и на транспорте и рост числа занятых в банковской, страховой сферах. В результате В. Кокорев выявил, что уже в 1993 г. темп роста транзакционных издержек по сравнению с 1992 г. был более чем в 2 раза выше темпа роста трансформационных издержек. Рост транзакционных расходов в российской экономике он объясняет действием следующих факторов: необходимостью адаптации предприятий к рыночной среде; снижением объемов выпуска продукции; ростом издержек, связанных с неразвитостью инфраструктуры связи; возникновением издержек, связанных с процессом приватизации.

Анализируя соотношение между отраслями промышленности, строительства и торговли, В. Кокорев приходит к выводу о росте транзакционного сектора также и на макроэкономическом уровне российской экономики<sup>10</sup>.

Свой количественный подход к оценке транзакционных издержек и методам их снижения предложил В.В. Радаев. Его оценка носит эмпирический характер, основываясь на анализе данных опроса, проведенного среди руководителей предприятий<sup>11</sup>.

Транзакционные издержки предприятия В.В. Радаев измеряет по стоимости следующих операций:

- получение доступа к ресурсам и правам собственности;
- получение прав на использование ресурсов и прав собственности;
- оценка ресурсов и прав собственности;
- защита ресурсов и прав собственности;
- поиск и отбор партнеров;
- заключение деловых соглашений и контроль за их соблюдением;
- поддержание деловых соглашений и применение санкций к нарушителям.

А.А. Блохиным предпринята попытка количественного измерения транзакционных издержек с применением методики, основанной на показателях межотраслевого баланса по системе национальных счетов (МОБ СНС). Для расчетов были использованы данным МОБ СНС по 25 отраслям за период 1990-1997 гг.<sup>12</sup>

Однако в экономической деятельности промышленных компаний важное значение имеет учет явных и неявных транзакционных издержек.

*Явные транзакционные издержки* - это транзакционные издержки, которые компания фактически несет в денежном выражении и которые могут быть отражены в бухгалтерских документах, например, затраты на рекламу, услуги адвоката, представительские расходы и др.

*Неявные транзакционные издержки* представляют собой не выраженные в денежной форме транзакционные издержки, которые не могут быть зафиксированы в бухгалтерских документах, например, затраты от различных потерь времени либо упущенные возможности вследствие управленческого решения, принятого на основе неполной информации, мотивационные потери и т.д.

Из типологии транзакционных издержек А. Суворова делает вывод, что в бухгалтерском учете явными транзакционными издержками частично признаются следующие виды:

- издержки поиска информации (внешний поиск подтверждается договорами по оказанию информационно-консультационных и других аналогичных услуг, расчетно-платежными документами; внутренний поиск - это организационно-управленческая структура, представленная штатным расписанием);
- издержки ведения переговоров (документально оформленные как представительские расходы);
- издержки измерения количества и качества вступающих в обмен товаров (признание количественного характера сделок в соответствии с представленными документами);
- издержки спецификации и защиты прав собственности (имеющие документальную обоснованность претензионными письмами, исковыми заявлениями, полученными сертификатами, удостоверениями качества и пр.).

Потери, связанные с недолжным исполнением агентами обязательств акта экономического взаимодействия, практически не признаются в финансово-налоговой учетной подсистеме вследствие ограничений, которые ей присущи (есть исключения, как, например, потери по безнадежной дебиторской задолженности при соблюдении определенных условий). Нерыночные компоненты транзакций не могут быть признаны в финансовом и налоговом учете, так как их существование свидетельствует о несовершенстве законодательства, рыночных механизмов и неэффективности государственного менеджмента<sup>13</sup>.

Подвести итог анализу сущности и содержания транзакционных издержек в интегрированных промышленных компаниях можно словами Т.А. Корнеевой, которая отмечает<sup>14</sup>:

1) оба вида издержек (трансформационные и транзакционные) являются производственными, а их совокупность формирует себестоимость конечного продукта холдинга;

2) необходимо вести отдельный учет этих издержек исходя из различия их функционального назначения в кругообороте средств предприятия;

3) отдельный учет транзакционных и трансформационных издержек является действенным инструментом информационного обеспечения финансового управления холдингом<sup>15</sup>.

---

<sup>1</sup> Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 1993. С. 6.

<sup>2</sup> Wallis J., North D. Measuring the Transactional Sector in American Economy, 1870-1970 // Long-term factors in American Economic Growth. The Income and Wealth Series / ed. by S. Engerman, R. Gallman. Chicago : University of Chicago Press, 1986.

<sup>3</sup> Сарайкин А.В. Разработка моделей оценки и сокращения транзакционных издержек машиностроительных корпораций : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Набережные Челны, 2005.

<sup>4</sup> Остапенко Т.В. Особенности формирования транзакционных издержек в агропродовольственном комплексе : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Саратов, 2002.

<sup>5</sup> Блохин А.А. Институциональный аспект анализа цены российских реформ // Проблемы прогнозирования. 2001. № 1. С. 116-135.

<sup>6</sup> Олейник А.Н. Институциональная экономика : учеб.-метод. пособие. Тема 10. Анализ организации: прикладные аспекты // Вопросы экономики. 1999. № 10. С. 133-158.

<sup>7</sup> Олейник А.Н. Институциональная экономика. М. : Инфра-М, 2002.

<sup>8</sup> Demsetz H. The Cost of Transacting // Quarterly J. of Economics. 1968. № 1. P. 67-95.

<sup>9</sup> Wallis J., North D. Measuring the Transactional Sector ...

<sup>10</sup> Кокорев В. Институциональные преобразования в современной России: анализ динамики транзакционных издержек // Вопросы экономики. 1996. № 12. С. 61-72.

<sup>11</sup> Радаев В.В. Российский бизнес: структура транзакционных издержек // Общественные науки и современность. 1999. № 8. С. 5-19.

<sup>12</sup> Блохин А.А. Институциональный аспект анализа цены российских реформ ...

<sup>13</sup> Суворова А. Транзакционные издержки: особенности признания в учетной системе для целей управления // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 10. С. 50-51.

<sup>14</sup> Корнеева Т.А. Транзакционные и трансформационные издержки в системе функционирования консолидированных групп предприятий // Аудит и финансовый анализ. 2006. № 4. С. 135.

<sup>15</sup> См. также: Татарских Б.Я. Основные организационно-экономические проблемы инновационно-технологического развития машиностроения РФ // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7 (117). С. 74-80.

## TRANSACTIONAL EXPENSES IN ECONOMIC ACTIVITY OF INTEGRATED INDUSTRIAL COMPANIES

© 2017 Kasatov Aleksey Dmitrievich

Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kasatov47@mail.ru

**Keywords:** transactional expenses, economic activity, integrated industrial companies, quantitative assessment of transactional expenses.

In the article the essence and the content of transactional expenses in economic activity of the integrated industrial companies are considered. Approaches to their quantitative assessment are given by both foreign and Russian economists.

## ПЕРСОНАЛ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2017 Каширская Ольга Андреевна  
аспирант

© 2017 Чернова Дана Вячеславовна  
доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: olga.kashirskaya.sam14@gmail.com, danacher@rambler.ru

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, персонал организации, процесс обслуживания клиентов, качество обслуживания.

Приводится одна из основных тенденций развития современного рынка товаров, работ, услуг, описываются характеристики качественного процесса обслуживания клиентов и принципы организации процесса обслуживания.

В настоящее время конкурентоспособность организаций во многом зависит от скорости получения рыночной информации (о новых потребностях клиентов, стратегиях конкурентов, технологических возможностях совершенствования продуктов), от ее обработки и анализа, от трансформации имеющейся информации в новые потребительские качества или ключевые конкурентные преимущества производимых компанией товаров, услуг, работ.

Соответственно появляются новые требования к качеству персонала организации: ценится умение получать и анализировать информацию из различных источников, стимулируются адаптивность и креативность мышления сотрудников, их предпринимательская способность и вовлеченность, умение работать в команде и развивать проектную деятельность.

Развитие интернета, цифровых и IT технологий способствует смене тенденций развития: от экономики, основанной на материальных активах, к экономике знаний, при которой компании сконцентрированы не на продукте, а на знаниях и услугах. В новой экономике более успешными окажутся предприятия не только с производственными мощностями, но и с высоким и устойчивым интеллектуальным капиталом. Учитывая, что большинство рынков сегодня находится на той стадии развития, где высока конкуренция при сниженном потребительском спросе, и не работают агрессивные маркетинговые стратегии, наиболее актуальными становятся сервис и персональный подход к потребителю. Смещение акцента с производства на сервис заставляет компании переходить от совершения разовой сделки к установлению более долгосрочных отношений с клиентом<sup>1</sup>.

Процесс предоставления услуги неразрывно связан с обслуживанием клиентов персоналом организации. Обслуживание - это любое действие, совершаемое одной стороной для другой стороны, имеющее нематериальный характер и не приводящее к возникновению права собственности на что бы то не было.

Развитие системы обслуживания клиентов является одной из форм участия предприятия в конкуренции на потребительском рынке, формирования его конкурентного преимущества, достижения высоких коммерческих показателей. Высокий уровень обслуживания клиентов и достигнутый соответствующий имидж предприятия в этой области на потребительском рынке повышает рыночную стоимость предприятия за счет неосязаемых активов.

Можно сделать вывод, что развитие системы обслуживания является фактором повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия сферы услуг и его конкурентоспособности на рынке<sup>2</sup>.

Американские исследователи установили самые важные характеристики качественного процесса обслуживания клиентов:

1. Надежность - клиенты хотят, чтобы обслуживание было безошибочным, стабильным. Главный источник недовольства клиентов - невыполнение обещания;

2. Отзывчивость - компания всегда должна быть готова помочь клиенту и обеспечить оперативное обслуживание. Если фирма быстро отвечает на телефонные звонки или перезванивает в ответ, она соответствует этим ожиданиям;

3. Уверенность - сотрудники должны быть вежливыми, компетентными;

4. Материальная составляющая - помещения и оборудование должны быть чистыми и исправными, сотрудники опрятными;

5. Участие - клиенты хотят индивидуального подхода и готовности выслушать их<sup>3</sup>.

К основным принципам организации процесса обслуживания клиентов можно отнести:

Планирование повышения качества функционирования и обслуживания, стабильности достигнутых результатов;

Обязательное воздействие на качество услуг и организацию труда во всех звеньях и на всех стадиях оказания услуг;

Постоянный и действующий контроль за качеством обслуживания на всех уровнях;

Систематический пересмотр, обновление и совершенствование комплекса нормативной и методической документации на основе достижений передовых коллективов, добившихся высоких результатов повышения качества и культуры обслуживания;

Участие всех категорий сотрудников в управлении качеством организации и культуры обслуживания<sup>4</sup>.

Таким образом, для сервисно-ориентированных предприятий ключевую роль в привлечении и удержании клиентов играет качество обслуживания. Предоставление персоналом услуг на высоком уровне непосредственно влияет на прибыль и рост предприятия; оказывает прямое воздействие на уровень конкурентоспособности на современном рынке услуг и, как следствие, на финансовые результаты деятельности организации и их устойчивость.

---

<sup>1</sup> Шульгина Е., Сосновцева Е. Человеческий ресурс или человеческий капитал? // Кадровик.ру. 2014. № 6.

<sup>2</sup> Каширская О.А., Алексущин Г.В. Стандарты обслуживания как один из элементов сервисной стратегии на предприятии сферы услуг // Образование и наука в XXI веке. Т. 1. София : Совр. науч. вестн. : Урал. науч. вестн., 2016. С. 42-45.

<sup>3</sup> Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество : пер. с англ. 7-е изд., доп. и перераб. М. : Альпина Паблишер, 2015.

<sup>4</sup> Чернова Д.В., Толмачева О.В. Сервис в торговле : учеб. пособие. Самара : АсГард, 2012.

## PERSONNEL AS A NECESSARY FACTOR FOR ENSURING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

© 2017 Kashirskaya Olga Andreevna  
Postgraduate

© 2017 Chernova Dana Vyacheslavovna  
Doctor of Economics, Professor

Samara State University of Economics

E-mail: olga.kashirskaya.sam14@gmail.com, danacher@rambler.ru

**Keywords:** competitiveness, personnel of organization, customer service process, quality of service.

There are one of the main trends in the development of the modern market of goods, works, services, are described the characteristics of a quality customer service process and the principles of the organization of the service process.

УДК 339.7

## ГЛОБАЛЬНЫЕ ДИСБАЛАНСЫ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2017 Кильметова Алина Рустэмовна  
магистрант

© 2017 Носков Владимир Анатольевич  
доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alinakilmetova@aol.com, noskov1962@inbox.ru

**Ключевые слова:** глобальные дисбалансы, сальдо текущего платежного баланса, мировой финансовый кризис, избыток сбережений, развитые страны, развивающиеся страны.

В статье описывается одна из ключевых проблем в развитии мировой валютно-финансовой системы, а именно глобальные дисбалансы в сальдо счетов текущих операций между развитыми и развивающимися странами. Авторами проведен анализ возникновения глобальных дисбалансов и предложены пути их преодоления.

На современном этапе глобальные дисбалансы (global imbalances) стали играть существенную роль в развитии мировой валютно-финансовой системы.

Глобальные дисбалансы в широком смысле - это проявление диалектических противоречий мирового развития между целями и задачами современного общества и сложившимися инструментами и механизмами рыночной экономики. Глобальные дисбалансы охватывают такие сферы общественной жизни, как экономика, экология, геополитика, социальные и технологические процессы<sup>1</sup>. Однако наращивание глобальных дисбалансов наиболее остро наблюдается в дефиците счета текущих операций у одних стран и профиците - у других стран, внешней задолженности, несоответствия регулирования мировой валютно-финансовой системы глобальным вызовам, что ведет к неэффективному распределению ограниченных ресурсов.

С начала мирового финансового кризиса 2007 года большое расхождение в сальдо счета текущих операций разных стран, особенно между Китаем и США, занимает одно из важных мест в перспективах развития мировой экономики.

Одним из факторов появления положительного сальдо счета текущих операций у Китая является искусственное поддержание заниженного курса юаня посредством накопления валютных резервов, что дает преимущество китайским экспортерам (Goldstein, Lardy, 2009). Таким образом, Китай производит больше, чем потребляет (сбережения превышают инвестиций)<sup>2</sup> и вывозит капитал в другие страны, особенно в Америку, вкладывая в американские векселя и облигации. Положительное сальдо счета текущих операций наблюдается у развивающихся стран (Малайзия, Венесуэла, Иран, Россия).

Следовательно, развивающиеся страны являются нетто-экспортерами капитала, что противоположно подходу традиционной экономической теории.

На сегодняшний день произошло три случая крупных дисбалансов в сальдо счета текущих операций: один в середине 1980 - х годах, второй, начиная с конца 1990 - годов. Последний достиг своего пика в 2006 году<sup>3</sup> (рис. 1).

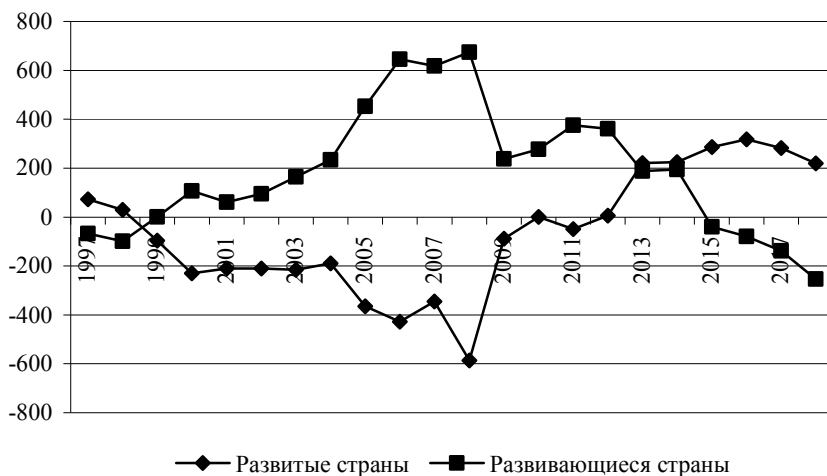


**Рис. 1. Данные о сальдо по счетам текущих операций в развитых и развивающихся странах за 1997-2021 гг., млрд долл.\***

\* 2016-2021 гг. - прогноз МВФ.



Глобальные дисбалансы появились в течение 1996-2000 годов. В основном они были обусловлены ожидаемыми перспективами в США, особенно в Японии и в развивающихся странах Азии, что привлекло значительный объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и потоков частных портфельных инвестиций.

В период с 2001 года по 2004 год дефицит счета текущих операций США отражал уменьшение объема сбережений. Количество стран с профицитом счета текущих операций расширился и стал включать Германию и страны-экспортеры нефти. Покупка американских облигаций мировыми правительствами и Центробанками стало преобладать, с увеличивающейся ролью правительств стран.

В течение 2005-2008 гг. к США присоединились много других стран (в особенности страны в Южной и Центральной Европе) с дефицитным счетом текущих операций, чей дефицит, часто был связан с ростом финансовых активов. В количественном выражении, наибольший профицит в счете текущих операций приходится на Германию и особенно на Китай и стран-экспортеров нефти, где важную роль играют накопление резервов и цены на биржевые товары<sup>4</sup>.

Глобальные дисбалансы впоследствии уменьшились почти на одну треть в 2009 году в разгар глобального экономического кризиса. Они немного увеличились в 2010 году, но в последствии вновь сократились в 2013 году.

В период с 2008 по 2013 гг. сокращение дисбалансов в основном происходило за счет снижения спроса ("сокращения расходов")<sup>5</sup>, т.е. значительное увеличение внутренних дисбалансов в странах, имеющих дефицит, или за счет различий в темпах роста, особенно с более быстрым ростом экономики в странах с формирующимся рынком и странах-экспортеров биржевых товаров<sup>6</sup> (рис. 2).

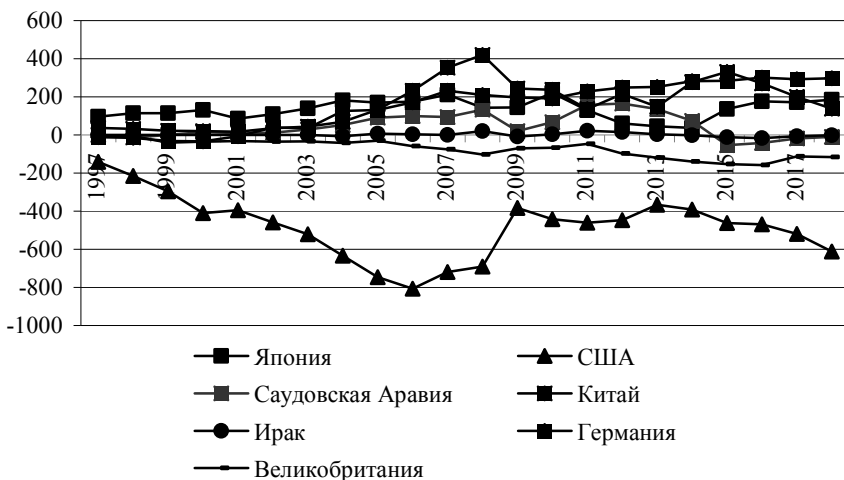


Рис. 2. Данные о сальдо по счетам текущих операций стран за 1997-2021 гг., млрд долл.\*

\* 2016-2021 гг. - прогноз МВФ.

Эксперты ЮНКТАД видят выход из застоя, сложившегося в мировой экономике, в восстановлении потребительского спроса. Так, развитые страны видят привлечение дешевых иностранных капиталов путем расширения заимствований на глобальном рынке капиталов. Например, в целях стимулирования экономического роста 22 января 2016 г. Европейский центральный банк (ЕЦБ) объявил о запуске программы количественного смягчения - покупок гособлигаций еврозоны на сумму 1,1 трлн. евро, что должно помочь снизить стоимость заимствований в ЕС и стимулировать рост ВВП и инфляцию.

Программа количественного смягчения ФРС США, начавшиеся в ноябре 2008 года, была начата для выхода из финансового кризиса, которая привела к росту долларовых заимствований развивающихся стран и превращению их в нетто-должников.

Наиболее значимыми факторами, объясняющими сокращение профицита Китая, были резкое увеличение инвестиций, стимулирующая рост налогово-бюджетная политика увеличения расходов в ответ на мировой финансовый кризис, бурный рост кредита и цен на активы, а также снизившийся внешний спрос; все эти факторы нашли отражение в значительном укреплении номинального и реального эффективного валютных курсов<sup>7</sup>.

Существуют меры, способствующие снижению глобальных дисбалансов для стран с различным состоянием платежного баланса через изменение сбережений и инвестиций. Например, страны, которые имеют профицит необходимо повысить уровень потребления относительно объема инвестиций через:

1. переход производства и экспорт продукции с большой долей низкоквалифицированного труда к производству с большой долей высококвалифицированного труда;

2. увеличение ПИИ, направляемых в другие страны;

3. повышение располагаемых доходов домашних хозяйств;

4. улучшение системы социальной защиты;

5. повышение стоимости вводимых ресурсов и улучшение корпоративного управления;

6. реформу финансового сектора<sup>8</sup>.

Страны имеющие дефицит (США) должны повысить национальные сбережения через бюджетную консолидацию и усилить регулирование за финансовой системой, чья слабость контролирующих органов привела к потребительскому буму, а также проводить меры по сдерживанию частного спроса, для ограничения роста кредитования и возникновения "пузырей" цен на активы.

---

<sup>1</sup> Сенчагов В.К., Соловьев А.И. Глобальные дисбалансы, риски и экономическая безопасность // Вестник Финансового университета. 2015. № 6. С. 19-29.

<sup>2</sup> Носков В.А., Носков И.В. Роль транспортных услуг в устойчивом развитии регионов в мировой экономике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 12 (110). С. 102-107.

<sup>3</sup> URL: <http://www.imf.org>.

<sup>4</sup> Global imbalances: past, present, and future. URL: [http://fsaraceno.free.fr/Deb6\\_GlobalImbalances.pdf](http://fsaraceno.free.fr/Deb6_GlobalImbalances.pdf).

<sup>5</sup> Болгова Е.В., Носков В.А., Носков И.В. Инфраструктурный каркас экономического пространства региона : монография. Самара : Изд-во СамГУПС, 2011.

<sup>6</sup> URL: <http://www.imf.org>.

<sup>7</sup> Перспективы развития мировой экономики: наследие кризиса, угрозы, неопределенность Вашингтон, округ Колумбия : Междунар. валютный фонд, 2014. URL: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/weo/2014/02/pdf/texttr.pdf>.

<sup>8</sup> Изменение направленности. Финансы и развитие. 2012, сент. URL: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2012/09/pdf/nabar.pdf>.

## GLOBAL IMBALANCES IN THE WORLD ECONOMY

© 2017 Kilmetova Alina Rustemovna  
Student

© 2017 Noskov Vladimir Anatolyevich  
Doctor of Economics, Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: [alinakilmetova@aol.com](mailto:alinakilmetova@aol.com), [noskov1962@inbox.ru](mailto:noskov1962@inbox.ru)

**Keywords:** global imbalances, current account balance, financial crisis, saving glut, advanced economies, emerging countries.

The article describes one of the key problems in the development of the world monetary and financial system, namely global imbalances in the current account balance between developed and developing countries. The authors analyzed the causes of global imbalances and suggested ways to overcome them.

УДК 338.2

## ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

© 2017 Кирякина Виктория Андреевна  
студент

© 2017 Никитина Наталья Владиславовна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: [vkiryakina@gmail.com](mailto:vkiryakina@gmail.com)

**Ключевые слова:** кризис перепроизводства, банкротство, индекс предпринимательской уверенности, недостаток финансирования.

Статья посвящена анализу состояния строительной отрасли Российской Федерации в условиях современных рыночных реалий. Авторы рассматривают основные факторы, имеющие влияние на рынок строительства, а также предлагают меры по улучшению состояния отрасли.

В условиях сложившейся ситуации экономической нестабильности правильная и своевременная оценка состояния строительной отрасли является одним из определяющих факторов для развития всего народного хозяйства. Более высокие темпы роста в строительстве и связанное с ними увеличение инвестиционной активности, - характерный показатель улучшения состояния экономики страны. Именно строительная отрасль является лакмусовым индикатором последствий кризиса в финансовой и экономических сферах, нестабильных цен на нефть, введения санкций и программы импортозамещения, а также кризис перепроизводства 2014 года.

Рынок жилищного строительства неслучайно считается одним из самых уязвимых рынков в условиях кризиса в экономике страны. В частности, санкции повлияли на объемы ипотечного кредитования - закрытие доступа на внешние рынки капитала привели к сокращению доли проектного финансирования на рынке возводимого жилья<sup>1</sup>.

Падение платежеспособного спроса населения, впервые наблюдаемое также и в кризис 2008-2009 годов, привело к появлению значительного объема непроданных квартир. В региональных центрах данная проблема встает особенно остро. Стремительный рост цен на стройматериалы является одной из причин нехватки оборотных средств. Решением данной проблемы могло бы быть привлечение новых кредиторов, но в условиях кризиса это может стать непосильной задачей даже для крупных строительных компаний. Такая ситуация в финансах предприятия приводит к тому, что застройщик признается банкротом, а расчеты по обязательствам откладываются на неопределенный срок.

Статистика Рейтингового Агентства Строительного Комплекса (РАСК), приведенная в разные периоды 2016 года, выражает критичность сложившейся ситуации. Согласно проведенным исследованиям в августе 2016 года банкротами были признаны 61 компания. В январе 2017 уже 149 компаний были включены в этот список. Ситуация с компаниями-подрядчиками также оставляет желать лучшего. По данным РАСК, в минувшем 2016 году более 3000 компаний-подрядчиков, что составляет чуть более 2% от общего числа, вошли в одну из стадий банкротства.

Еще одной причиной возникновения кризиса перепроизводства в жилищном строительстве стало различие в представлениях застройщиков и покупателей квартир о том, как должен выглядеть продукт на рынке жилищного строительства. Взгляды стали меняться к началу кризиса 2008-2009 годов, что в итоге кардинально поменяло портрет покупателя. Примерно до середины двухтысячных главным фактором, определяющим выбор на рынке, были преимущественно квадратные метры. Однако, в последующие годы сформировалась абсолютно новая парадигма потребления. Средний возраст покупателей заметно снизился, они также приобрели опыт пребывания за границей, что не могло не отразиться на потребительских ожиданиях, особенно на рынке недвижимости<sup>2</sup>.

Потребители стали уделять внимание таким деталям, как качество строительных материалов, квалификация строителей, а также удобство и рациональность планировочных решений. Особое внимание теперь уделяется наличию мест общего пользования, в частности детским площадкам, прогулочным зонам и элементам ландшафтного дизайна<sup>3</sup>. Жизненно важной опцией в оценке новой недвижимости

оказались инфраструктурные ожидания покупателей: транспортная доступность, близость школ, детских садов, супермаркетов, парикмахерских и прачечных. Большинство компаний, занимающих стойкую позицию на рынке, оказались не готовы к изменениям такого характера. Это открыло дорогу для компаний с новаторскими идеями, отвечающим новым потребительским ожиданиям.

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ исследовал деловой климат в строительной отрасли и отметил, что падение объемов жилищного строительства было вызвано снижением реальных располагаемых доходов населения, продолжающимся уже более полутора лет. Они также утверждают, что подобная по продолжительности негативная динамика не наблюдалась уже почти двадцать лет<sup>4</sup>. Вывод исследования подтверждаются официальной статистикой (рис. 1)

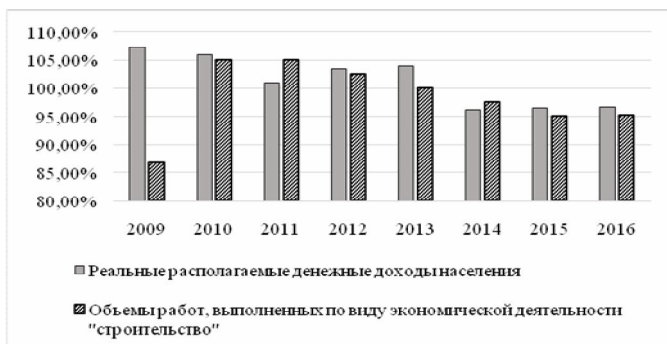


Рис. 1. Динамика взаимосвязанных показателей

По данным Федеральной службы государственной статистики, индекс предпринимательской уверенности в строительстве пока не достиг своих докризисных значений (рис. 2).

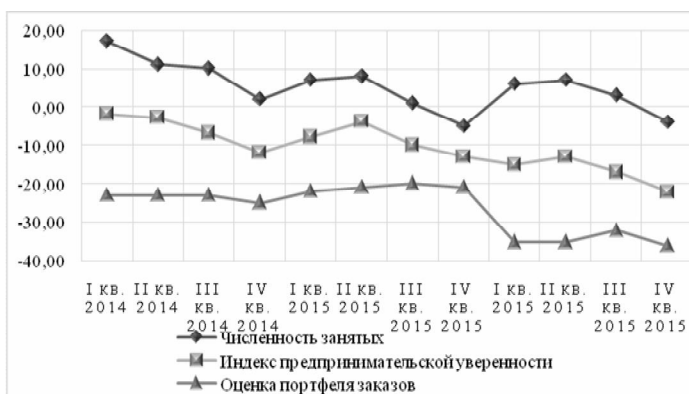


Рис. 2. Динамика индекса предпринимательской уверенности в строительстве\*

\* Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 15.04.2017).

Что касается анализа ситуации последних лет, то главной причиной ухудшения состояния строительной отрасли в 2016 году стало не только ограничение финансовых вливаний. Высокий уровень инфляции в период 2015-2016 годов привел к росту процента за кредит, который превысил уровень рентабельности по возводимым объектам. В такой ситуации многим застройщикам (заказчикам) России стало невыгодно возводить объекты. Наряду с этим кредитные займы стали недоступны населению. Негативное влияние на развитие отрасли в 2016 году имеет еще три фактора - высокое налогообложение, высокая стоимость материалов, недостаток финансирования и другие (рис. 3).

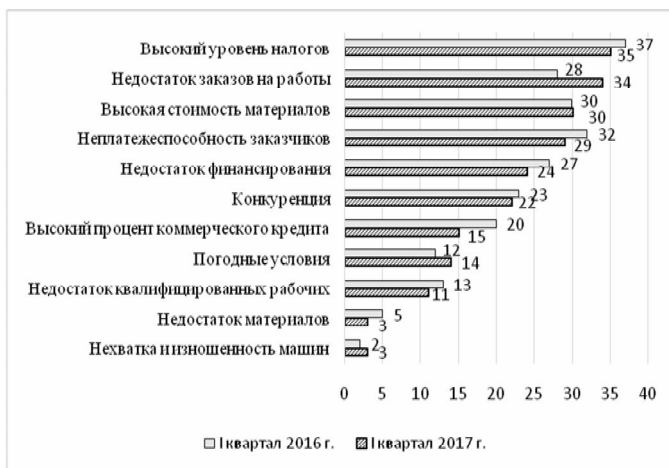


**Рис. 3. Факторы, ограничивающие производственную деятельность строительных организаций\***

\* Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 15.04.2017).

Однако нельзя не отметить положительной эффект от Государственной программы поддержки ипотечного кредитования. Несмотря на то, что в сравнении с 2014 годом падение объема выданных кредитов составило 35%, программе следует считать успешной. Так в 2009 году, во время предыдущего кризиса в отрасли, данный показатель упал почти в 4 раза (с 561 млрд руб. до 143 млрд руб.), когда ипотечный рынок не поддерживался государством.

Эксперты сообщают, что благодаря государственной поддержке каждый месяц в бюджет поступают порядка 40-45 млрд рублей. Свою эффективность программа поддержки ипотечного кредитования впервые доказала после резкого обвала курса рубля в декабре 2014 года. Действия ЦБ РФ по поднятию уровня ключевой ставки кредитования помогли предохранить рынок жилья от краха. Правда, надо признать, что данный механизм более выгоден для крупных мегаполисов и городов-миллионников, где средний уровень доходов населения выше чем по стране. Соответственно влияние данной программы на регионы довольно ограничено.

Подводя итог вышесказанному, стоит отметить, что основными проблемами, влияющими на строительный сектор страны в 2016 году стали:

- Высокие ставки по ипотечному кредитованию. Это привело к застою на рынке как первичного, так и вторичного жилья.

- Отсутствие доверия к долевого типу строительства из-за разразившихся по стране в предыдущие годы скандалов с обманутыми дольщиками.

- Нехватка опытных инвесторов, готовых вкладывать деньги в производство и развитие строительной отрасли России в целом.

- Отсутствие достаточных гарантий со стороны государства. Люди стараются избежать покупки жилья на стадии строительства, так как они не уверены в безопасности вложения собственных средств. Договор лишь частично гарантирует возврат средств в случае замораживания (остановки проекта). Официальная статистика показывает, что за последние 2-3 года в целом снизилось число как оформляемых займов, так и участников долевого строительства. Данная тенденция наблюдалась и в 2016 году.

- Невысокий уровень развития инфраструктуры, особенно в инженерной сфере, а также острый дефицит энергии. Все это усугубляется действующими санкциями, которые усложняют общение с зарубежными партнерами (если они принимают участие в производстве или строительстве).

Несмотря на существующий кризис строительной отрасли, нельзя не забывать о перспективах развития. Основная задача правительства РФ - внести ряд корректировок в законодательство, защитить покупателей жилья и обеспечить им должный уровень безопасности.

Кроме этого, улучшать состояние отрасли можно следующими направлениями:

- Стимулированием ипотечного кредитования. Доступные займы повышают количество людей, желающих воспользоваться таким предложением.

- Вложением средств в жилищные программы. Несмотря на значительные подвижки в данной области, количество качественно проработанных жилищных программ недостаточно. Многие проекты существуют либо на бумаге, либо же пока не работают в достаточном объеме.

- Совершенствованием существующей инфраструктуры, а также комплексной разработкой инфраструктуры на всех уровнях строительного сектора России.

- Переходом от существующей практики точечной застройки к разработке и проектированию жилых кварталов с развитой инфраструктурой.

Кроме этого, для улучшения ситуации и развития строительного сектора в России необходимо предпринимать следующие меры:

- Повышение спроса на рынке жилья в России. Люди должны быть уверенными в сохранности своих средств,

- Увеличение доступности жилья, в частности с помощью программ поддержки ипотечного кредитования и других мероприятий

- Обеспечение государственной поддержки со стороны различных структур.

- Повышать энергетическую и ресурсную эффективность в строительстве.

- Разработка комплекса мер, направленных на поддержку строительных компаний и компаний, связанных со строительной сферой.

Несмотря на вышеперечисленные проблемы, у строительной отрасли в России есть огромный потенциал. Толчком к развитию данной сферы, в первую очередь, должен стать импульс к инвестированию в эту строительную сферу, с постепенным увеличением эффективности использования капиталов и ресурсов, и применению качественных материалов, которые было бы рационально использовать в строительстве. Российские компании уступают зарубежным в глубине проработки проекта, привлечении инвестирования, а также техническому обеспечению. Немаловажной проблемой является то, что выигрыш в ценовой политике в российских компаниях чаще всего достигается через увеличение объемов продукции низкого качества и включение в оборот малоэффективных проектов<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Анпилов С.М. Финансовые индикаторы устойчивого развития строительных организаций. 2011. № 11 (85).

<sup>2</sup> Васютченко И.Н. К вопросу о формировании внешнеэкономической стратегии России и ее регионов в условиях глобализации // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2012. № 2.

<sup>3</sup> Кияткина Е.П. Методический подход к формированию стратегии антикризисного управления в строительном комплексе. 2010. № 10 (72).

<sup>4</sup> Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <http://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 14.04.2017).

<sup>5</sup> См. также: Заркова Т.Ю. Оценка состояния строительной отрасли России и возможные пути адаптации в условиях ВТО // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки : сб. ст. по материалам IV междунар. студ. науч.-практ. конф. URL: <http://sibac.info/archive/economy/4.pdf> (дата обращения: 12.04.2017);

Никитина Н.В., Балановская А.В. Типы угроз системы информационной безопасности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 8 (130).

## ASSESSMENT OF THE STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY IN RUSSIA

© 2017 Kiryakina Viktoria Andreevna  
Student

© 2017 Nikitina Natalya Vladislavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [vkiryakina@gmail.com](mailto:vkiryakina@gmail.com)

**Keywords:** the crisis of overproduction, bankruptcy, the index of business confidence, the lack of funding.

The article is devoted to the analysis of the construction industry of the Russian Federation in the conditions of modern market realities. The authors consider the main factors that have an impact on the construction market, and propose measures to improve the state of the industry.



## ВЕКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

© 2017 Климук Владимир Владимирович

кандидат экономических наук, доцент

Барановичский государственный университет, Республика Беларусь

E-mail: klimuk-vv@yandex.ru

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, факторы воздействия, вектор развития, индикатор, подход, мониторинг, прогнозирование, импортозамещение, интеграция.

Система безопасности страны формирует платформу устойчивости функционирования, предвидение будущего. Возможность мониторинга состояния экономической безопасности, основной компоненты национальной системы, обеспечивает оперативность реагирования на изменяющиеся условия, разработку стратегии и тактики действий. Следовательно, целью исследования выступает определение направлений экономической безопасности государства на основе проведенного анализа по предложенной методике в новых экономических условиях функционирования.

Современная ситуация на мировом подиуме экономического дефице стран демонстрирует состояние спада динамичного развития в большинстве компонент структурного отраслевого механизма. Отмеченная тенденция снижения показателей объемов производства, заработной платы, наряду с сокращением покупательной способности национальной денежной единицы, ростом инфляции, зависимостью от импортеров формирует настоятельную необходимость выработки стратегии защиты и плавного развития страны.

Исследованию динамики, факторного воздействия на уровень безопасности страны посвящены работы Еркеева И.Х., Кирьянова А.Ю., Матвеевой Л.Г., Черновой О.А., Мирошниченко И.С. и других ученых. В их основе - отражение методологического базиса и практическое его использование для оценки безопасности и стратегирования развития страны.

Безопасность государства выступает интегральным индикатором эффективности фактической реализуемой стратегии развития. Национальная безопасность, по нашему мнению, определяются комплексом компонент, отражающих полинаправленность функционирования государства.

Экономическая система представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, участвующих в процессах закупки, производства, сбыта, посреднических операциях, формирования инфраструктурной сети, условий для успешного ведения бизнеса и др. элементов. Качество деятельности каждого из выделенных секторов и их конечный результат определяется комплексом воздействующих факторов, которые можно разделить на экзогенные (влияющие со

стороны, формируемые внешними агентами-участниками) и эндогенные (действующие изнутри, формируемые самой страной) (см. рисунок).



Рис. Факторы воздействия на уровень экономической безопасности страны

В рамках соблюдения условий ограниченности объема работы, детально комплекс индикаторов представим относительно ведущей компоненты - экономической, включающей следующие показатели.

ВВП, номинальная заработная плата, экспорт, импорт, доля внешнего госдолга в ВВП, золотовалютные резервы, чистая прибыль организаций, инфляция, инвестиции, доля убыточных организаций.

Уровень достижения безопасности относительно каждой компоненты ( $B_i$ ) определяется как средневзвешенная величина на основе ранжирования системы выбранных показателей и соответствующих им весовых коэффициентов. С целью дифференциации полученного результата и формирования общей картины и тенденции изменения уровня развития в качестве *критерия* отбора будет выступать динамический индекс (ДИ), отражающий темп изменения исследуемых показателей, - касательно абсолютных показателей оценки, и идентифицируемый индекс (ИИ), отражающий отношение фактического значения с минимальным (максимальным) по стране, - касательно относительных показателей.

В качестве предлагаемых направлений усиления экономической безопасности страны (регионов) необходимо остановиться на формах сотрудничества, ресурсоэффективности, импортозамещения (см. таблицу).

## Направления усиления экономической безопасности государства

| Направление              | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Интеграция            | Создание производственных альянсов вертикальной и горизонтальной интеграции с целью уменьшения добавочных стоимостей и, соответственно, оптимизации цены, что является основой конкурентоспособности для отечественной экономики; а также возможность пропорционального распределения полученных доходов, наличия постоянных клиентов (поставщиков, посредников, покупателей) |
| 2. Ресурсоэффективность  | Комплексное сбережение стратегических ресурсов (нефть, газ, уголь и др.), переориентация на использование альтернативных источников энергии, что обеспечит сохранение экологического фона, удешевление производимой продукции (услуг) в будущем, обеспечение доступности энергетических ресурсов                                                                              |
| 3. Замещение продукции   | Рациональное импорто- и экспортозамещение продукции, заключающиеся в замене зарубежной продукции на отечественные, производимые внутри страны дешевле, аналоги и массовой, избыточной, качественной продукции (с целью привлекательности отечественного товара, узнаваемости отечественной марки, валютного притока) соответственно                                           |
| 4. Индустриализация      | Обеспечение условий для создания производственных комплексов, развития новых форм и методов организации промышленных объектов, создания инновационной продукции. Материализованный продукт создает реально подкрепленную денежную основу в цене, а следовательно и будущих доходах страны                                                                                     |
| 5. Периферийное развитие | Обеспечение благоприятных финансовых, организационных, правовых, трудовых, экологических, технологических условий для развития периферийных регионов страны с целью нивелирования социально-экономической дифференциации                                                                                                                                                      |

Предложенный инструментарий количественной оценки может применяться для динамических моделей. Для статичных же моделей (при ограниченности данных, выборе периоде исследования) используется комплекс относительных показателей. Для количественной оценки экономической безопасности таковыми индикаторами выступают:

- импорто- и экспортноемкость (удельный вес импорта, экспорта в валовом внутреннем продукте);
- производительность труда;
- коэффициент обновления основных средств;
- инвестициоотдача (отношение объема продукции к вложенным средства в данный процесс);
- долговая зависимость (доля внешнего долга к валовому внутреннему продукту);
- зарплаотоотдача (отношение выпуска продукции к величине затрат на оплату труда) и другие показатели, характеризующие состояние экономического фона в данный момент развития страны.

- 
1. Еркеев И.Х. Экономическая безопасность государства как часть национальной экономической безопасности и безопасности государства // Черные дыры в Российском законодательстве. 2015. № 2. С. 36-40.
  2. Кирьянов А.Ю. Экономическая безопасность как особое направление обеспечения региональной безопасности в современном российском государстве // Адвокатская практика. 2006. № 1. С. 37-41.
  3. Матвеева Л.Г., Чернова О.А., Климух В.В. Оценка эффективности политики импортозамещения в промышленности: методический инструментарий // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2015. № 3 (75). С. 3-14.
  4. Мирошниченко И.С. Внешняя задолженность как фактор влияния на экономическую безопасность государства в условиях глобализации // Облік і фінанси. 2015. № 3 (65). С. 102-109.
  5. Статистический ежегодный Республики Беларусь, 2015. Минск, 2015.
  6. Указ Президента Российской Федерации от 29.04.96 № 608 "О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основных положениях)".
  7. Новикова И.В., Красников Н.И. Индикаторы экономической безопасности региона // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2011. Вып. 330. С. 132-139.
  8. Климух В.В. Воздействие факторов производства на уровень развития регионов Северо-Западного федерального округа // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 6-8.
  9. Климух В.В., Юрина В.С. Разработка методического инструментария оценки устойчивого развития региональной экономики // Балтийский экономический журнал. 2014. № 2 (12). С. 60-69.
  10. Астратова Г.В., Климух В.В., Минин В.В. Качество жизни в созидательном аспекте регионального благополучия // Стандарты и качество. 2015. № 1 (931). С. 72-74.

## VECTORS OF ECONOMIC SECURITY OF STATE

© 2017 Klimuk Vladimir Vladimirovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Baranovich State University, Belarus Republic  
E-mail: klimuk-vv@yandex.ru

**Keywords:** economic security, impact factors, development vector, indicator, approach, monitoring, forecasting, import substitution, integration.

The country's security system forms a platform for the sustainability of functioning, foreseeing the future. The ability to monitor the state of economic security, the main component of the national system, provides operational response to changing conditions, the development of strategy and tactics of action. Consequently, the purpose of the study is to determine the directions of economic security of the state on the basis of the analysis carried out on the proposed methodology in the new economic conditions of functioning.

## **ПРОЦЕССЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РОССИИ: ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ**

© 2017 Ковальчук Инара Эмильевна  
студент

Саратовский социально-экономический институт  
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова  
E-mail: inara.kpp@mail.ru

**Ключевые слова:** сельское хозяйство, импортозамещение, агросектор, квалифицированные кадры, проблема нехватки кадров, сельская инфраструктура.

Рассмотрена проблема нехватки квалифицированных кадров в агросекторе. Подчеркнута важность профессионального потенциала в достижении импортонезависимости. Выявлены и обоснованы направления решения проблемы. Особое внимание обращается на необходимость комплексности мер.

Сельское хозяйство - одна из стратегических отраслей национального хозяйства России. Однако в 2010 году более 35% продовольственной продукции страны приходилось на импорт, а около 40% расходов населения на продукты питания - на импортируемые товары. По оценкам экспертов, для достижения продовольственной независимости страны доля импорта не должна превышать 25%. Поэтому 30 января 2010 года указом Президента была утверждена "Доктрина продовольственной безопасности РФ", которая предусматривает достижение самообеспечения ключевыми продуктами питания на 80-95% к 2020 году<sup>1</sup>. В 2014 году страны Евросоюза и США в связи с событиями в Украине ввели политические и экономические санкции в отношении России. В качестве ответных мер 6 августа 2014 года Президент РФ подписал указ о запрете на ввоз большинства импортируемых продуктов из стран Евросоюза, США, Австралии и Норвегии. В результате, в январе-июне 2015 года по сравнению с аналогичным периодом 2014 импорт свинины снизился на 44%, мяса домашней птицы - на 52%, молочной продукции - на 20-30%, сыра и творога - на 45%, а ввоз свежей рыбы сократился в 3 раза. Эти обстоятельства "подстегнули" Правительство РФ к более решительным мерам в вопросе обеспечения продовольственной независимости. С этой целью 19 декабря 2014 года было принято Постановление "О внесении изменений в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы", стратегические цели которого теперь сводятся к повышению конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внешнем и внутреннем рынках и достижению эффективности использования имеющихся ресурсов.

Итак, сельское хозяйство в России уже на протяжении длительного периода не может снять "ярлык" отстающей отрасли. Неэффективность использования имеющихся ресурсов, слабое развитие технической базы обусловили зависимость важнейшей сферы экономики от внешнеэкономической конъюнктуры, неконкурентоспособность отечественной продукции даже на внутреннем рынке и снижение инвестиционной привлекательности российских производителей. В России был запущен активный процесс импортозамещения, под которым понимается частичная или полная замена импортных товаров отечественными. Здесь можно выделить два основных направления: снижение импорта сельскохозяйственной продукции и обеспечение технологической импортонезависимости. На сегодняшний день российский агрокомплекс буквально "наводнен" зарубежными кормовыми добавками, препаратами, удобрениями и оборудованием - то есть основой производственного процесса. Доказательство технологической зависимости России от стран Запада - структура импорта: 50% приходится на машины и оборудование<sup>2</sup>. Отсюда вытекает необходимость развивать собственные НИОКР и повышать спрос на отечественное оборудование на внутреннем рынке.

Основополагающим фактором для развития сельского хозяйства и освоения нового оборудования становится подготовка квалифицированных кадров. На сегодняшний день в стране действует 54 аграрных вуза, выпускающих по 25 000 специалистов ежегодно - цифра достаточная для покрытия потребностей АПК. Однако большая часть выпускников оказываются незаинтересованными в работе по специальности. Отсюда вывод - созданная образовательная база неэффективна в связи со слабыми стимулами к работе, которые стали логичным результатом неразвитости сельской инфраструктуры. Таким образом, очевидна необходимость модернизации системы образования в агросекторе.

Ответственность за реализацию данной миссии в нашем регионе лежит на Саратовском государственном аграрном университете им. Н. И. Вавилова. В настоящее время аграрный университет является одним из крупнейших учебно-производственных центров по подготовке специалистов для агропромышленного комплекса не только Саратовской области, но и всей России. Здесь ведется обучение агрономическим специальностям, ветеринарной медицине, пищевой и биотехнологий, инженерии и природоустройству, а также традиционным экономическим специальностям в спектре агрокомплекса. Половина преподавательского состава - доктора наук и профессора. Университет обладает мощной научно-исследовательской базой: научная библиотека, технопарк "Волгоагроэнергетика", совет молодых ученых, испытательная лаборатория, ветеринарная клиника и др.<sup>3</sup> Казалось бы, созданная научно-техническая база служит весомой предпосылкой воспитания профессиональных кадров. В чем же причина нехватки специалистов в агросекторе и потери существенной позиции в подготовке кадров?

Дело в том, что агроспециальности считаются не престижными среди молодежи, отдающей предпочтение профессиям "белых воротничков". Преобладает мнение, что в аграрный университет поступают те, кто не прошел конкурс в

другие ВУЗы. Сформировавшийся имидж неблагоприятно влияет на привлечение молодых перспективных кадров. Причина этого кроется в неразвитости инфраструктуры сельских территорий, социальной сферы села и жизнедеятельности тех, кто работает на земле: от управленцев до машинистов. В этой связи особую значимость приобретает вопрос развития сельских территорий. С этой целью постановлением Правительства 15 июля 2013 года была утверждена Федеральная целевая программа "Устойчивого развития сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года". За период реализации планируется ввести 5,4 млн. кв. м жилья для сельских граждан, в том числе 3 млн. кв. м для молодых семей и молодых специалистов, ввести в действие общеобразовательные учреждения на 22,3 тыс. мест, учреждения культурно-досугового типа на 9,9 тыс. мест<sup>4</sup>. Однако в этой области важно повышать эффективность вложений. Зачастую молодые специалисты получают бесплатное жилье в селах на условии обязательной работы в течение определенного периода, по истечении которого специалисты продают предоставленное жилье и уезжают обратно в город. Чтобы государственные программы давали желаемый результат необходимо осуществлять целый комплекс мер для развития инфраструктуры местности.

Существует также серьезная проблема с практическим обучением студентов. Предприятия на рынке труда выступают в качестве потребителей готовых специалистов, при этом не оказывая поддержки в их профессиональной подготовке. В этом направлении важно наладить взаимодействие производств с образовательными учреждениями. Вполне перспективным видится расширение целевых направлений. Предприятия смогут воспитывать специалистов, основываясь на специфике конкретного производства, что обеспечит эффективность его работы в будущем. В рамках данной проблемы можно выделить и привлечение частного капитала в образовательный процесс в целях совершенствования научно-исследовательской базы, реализации программ зарубежных стажировок. Однако вышеуказанное порождает необходимость развития сельскохозяйственного производства в совокупности, для которого в процессе реализации программы импортозамещения создаются наиболее благоприятные условия.

Привлечение инвестиций в агросектор по-прежнему остается одной из главных проблем. Срок окупаемости инвестиций в АПК - 4-5 лет. Но связанные с ними риски стали значительной преградой для больших вложений. Здесь приобретает актуальность государственная поддержка инвесторов и сельхоз предпринимателей. Всего на развитие сельского хозяйства было выделено 1,5 трлн. рублей - сумма, не соответствующая нормам ВТО. Однако за последние годы даже при таких масштабах финансирования наблюдаются высокие показатели. Так, государство гарантирует возмещение инвестору 20% прямых затрат по капитальному строительству. Еще одна мера поддержки - субсидирование части процентной ставки по долгосрочным кредитам и части первого взноса по лизингу сельхозтехники. Сельхозпроизводители имеют возможность получить грант до 1,5 млн. рублей на создание хозяйств, до 300 000 на их бытовое устройство. Расширение программ финансирования агросектора приведет к обостре-

рению потребности предприятий в специалистах, что станет мощным катализатором вложений в образовательный процесс.

Таким образом, можно выделить следующие направления совершенствования системы подготовки и привлечения кадров для сельскохозяйственного сектора страны: расширение программ государственно-частного партнерства с образовательными учреждениями; стимулирование взаимодействия предприятий с аграрными университетами, в частности, реализация целевых направлений; всестороннее развитие инфраструктуры и социальной сферы села, создание комфортных условий жизнедеятельности специалистов; повышение престижа сельхозпрофессий посредством информирования и пропаганды в общеобразовательных учреждениях; создание программ переобучения кадров для работы на новом оборудовании; овершенствование системы финансирования инфраструктуры ВУЗов с целью достижения ее соответствия современным стандартам и уровню научно-технического прогресса; развитие и финансирование студенческой науки.

Вышеизложенное доказывает, что Россия обладает огромным потенциалом для развития АПК. Однако ряд проблем являются серьезной преградой для его реализации. Наиболее остро стоит технологический вопрос. Внедрение современных технологий позволит окончательно перейти к интенсивному использованию ресурсов. Недостаточные отечественные разработки ставят в зависимость российский рынок от зарубежных исследований. Все это порождает необходимость подготовки квалифицированных кадров и их привлечения в сельскую местность. Однако Россия уже достигла весьма убедительных результатов в сельхозпроизводстве. Так, по итогам 2015 года сельское хозяйство стало лидирующим сектором по росту производства - производство сельхозпродукции увеличилось на 3,5 %<sup>5</sup>. В 2016 году впервые за 50 лет Россия сместила с первого места по экспорту пшеницы США. Созданные программы ставят своей целью достижение самообеспеченности ключевыми продуктами питания на 80-95% уже к 2020 году. Подъем сельхозпроизводства создает предпосылки для еще большей актуализации вопроса подготовки профессиональных кадров. Этот факт в очередной раз подтверждает взаимосвязь всех звеньев экономической жизни страны, что определяет необходимость проведения комплекса мероприятий, прежде всего, с государственной поддержкой.

---

<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 30.01.2010 N 120 "Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации" // Российская газета. 2010. 3 февр.

<sup>2</sup> Моисеев В.В. Импортзамещение: проблемы и перспективы в России : монография. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. С. 36.

<sup>3</sup> Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова. URL: <http://sgau.ru> (дата обращения: 14.04.2017).

<sup>4</sup> Постановление Правительства РФ от 15.07.2013 N 598 "О федеральной целевой программе "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года" // Собрание законодательства РФ. 29.07.2013. N 30 (ч. II).

<sup>5</sup> Федеральная служба государственной статистики. URL: [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (дата обращения: 14.04.2017).



# THE PROCESS OF IMPORT SUBSTITUTION IN AGRICULTURE OF RUSSIA: THE PROBLEM OF EDUCATION AND ATTRACTING OF PROFESSIONAL STAFF

© 2017 Kovalchuk Inara Emilyevna

Student

Saratov Socio-Economic Institute of the Russian Economic University  
named after G.V. Plekhanov  
E-mail: inara.kpp@mail.ru

**Keywords:** agriculture, import substitution, agricultural sector, qualified personnel, shortage of personnel, rural infrastructure.

This article deals with the problem of shortage of qualified personnel in the agricultural sector. The author emphasizes the importance of professional capacity to achieve import-dependence. The directions of the problem solution are offered and justified. Particular attention is drawn to the need for comprehensive measures.

УДК 001.892

# НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

© 2017 Кожемякина Екатерина Юрьевна

аспирант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Kozhemyakinaey@mail.ru

**Ключевые слова:** научно-исследовательская организация, НИОКР, эффективность труда.

Статья посвящена анализу значения научно-исследовательских организаций на современном этапе развития экономики, кадровой составляющей научно-исследовательских организаций. Подчеркнута значимость повышения эффективности труда сотрудников, занимающихся умственным трудом.

Усиление роли научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на предприятиях является одним из условий повышения эффективности последних, что в свою очередь, способствуют экономическому развитию страны.

Именно научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы являются "двигателем" научно-технического прогресса и его результаты находят отражение в повседневной жизни, во всех сферах экономики, в производстве и не только<sup>1</sup>.

В условиях глобальной конкуренции и открытой экономики невозможно достичь уровня развитых стран по показателям благосостояния и эффективности, не обеспечивая опережающее развитие тех секторов российской экономики, которые определяют ее специализацию в мировой системе хозяйствования и позволяют в максимальной степени реализовать национальные конкурентные преимущества<sup>2</sup>.

Можно заметить, что число организаций, выполнявших научные исследования и разработки в Российской Федерации, имеет волнообразную тенденцию. Наибольшее количество таких организаций приходится на 2000 и 2007 годы, в то время как в кризисный и посткризисный периоды (2008-2010гг.) наблюдается их спад, поскольку исследования не всегда являются привычным источником доходов, и предприятия, в первую очередь, стремились сокращать затраты на НИОКР<sup>3</sup>.

На современном этапе производство продукции характеризуется научной обоснованностью и инновационным подходом. Этапу разработки продукции оказывается все больше внимания в целях снижения издержек и повышения качества продукции. В этой связи тенденция роста, которая берет свое начало с 2014 года, организаций, выполняющих научные исследования и разработки в Российской Федерации, является вполне обоснованной.

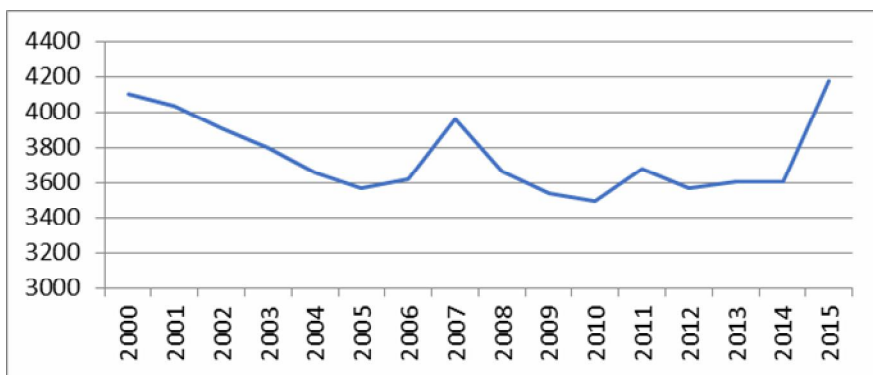


*Рис. 1. Динамика количества организаций, выполнявших научные исследования и разработки в Российской Федерации\**

\* Федеральная служба государственной статистики. URL: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).

Вместе с тем, численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками в Российской Федерации (рис. 2), неуклонно снижается, что

может свидетельствовать об оптимизации численности сотрудников в виду недостаточного финансирования НИОКР. Но, в том же время, ключевая роль в научно-исследовательских организациях отводится персоналу, поскольку он является главным производительным ресурсом в организациях такого типа, и именно повышение его эффективности, а не ошибочное сокращение, должно стать приоритетной задачей предприятий.

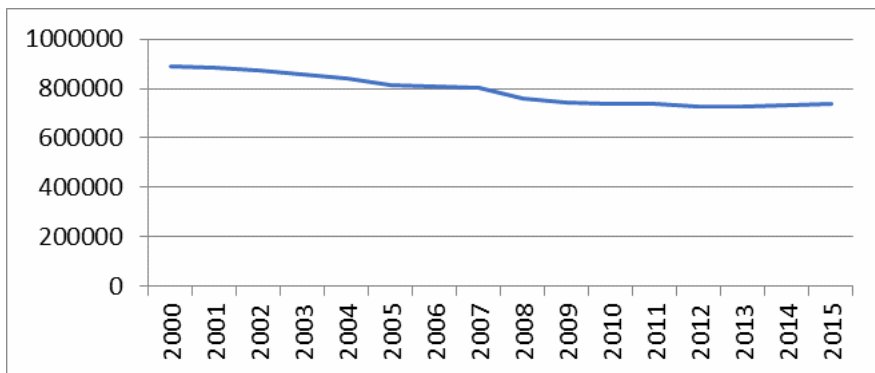


**Рис. 2. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками в Российской Федерации**

Повышение эффективности труда сотрудников, занятых умственной деятельностью, - непростая задача, которая требует учета особенностей научно-исследовательского труда, - его вероятностный характер, творческую составляющую, сложность в оценке результативности и трудоемкости выполненных работ. Как показывают многие исследования, работники умственного труда тратят большое количество времени на взаимодействия между собой, компаниям, в первую очередь, надо изучить причины, которые препятствуют этим взаимодействиям<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Татарских Б.Я. Основные организационно-экономические проблемы инновационно-технологического развития машиностроения РФ // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7. С. 74-80.

<sup>2</sup> Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р "О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года" (вместе с "Концепцией долгосрочного социально-экономического развития (ред. от 10.02.2017)).

<sup>3</sup> The McKinsey Quarterly, февраль 2009 г. Совершенствование НИОКР в условиях кризиса.

<sup>4</sup> Eric Matson и Laurence Prusak "McKinsey & Company" об оптимизации работы сотрудников умственного труда.

# SCIENTIFIC RESEARCH ORGANIZATIONS AT THE PRESENT STAGE OF THE ECONOMY DEVELOPMENT

© 2017 Kozhemyakina Ekaterina Yuryevna  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: Kozhemyakinaey@mail.ru

**Keywords:** scientific research organization, research and development, labor efficiency.

The article is devoted to the analysis of the importance of research organizations at the present stage of economic development, the personnel component of research organizations. The article emphasizes the importance of increasing the efficiency of labor of employees engaged in mental work.

УДК 354

## О РОЛИ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ ЛЕГКОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА (ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН)

© 2017 Койчубаев Александр Сергеевич  
кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Жолдаспеков Жасулан Райымұлы  
магистрант

© 2017 Кажибаев Саят Сайлаубаевич  
магистрант

Государственный университет имени Шакарима города Семей,  
Республика Казахстан

E-mail: koychubayev\_as@mail.ru

**Ключевые слова:** электронное правительство и бизнес, индекс развития электронного правительства, легкость ведения бизнеса.

Статья посвящена роли электронного правительства в развитии экономики государства, в частности, обоснованы преимущества от перехода к новому электронному формату государственных услуг для развития бизнеса. Проанализированы данные Индекса развития электронного правительства (на примере Республики Казахстан) и влияние данного показателя на легкость ведения бизнеса в стране.

За последние десятилетия все больше стран осуществляют переход к формату Электронного правительства (на англ. - "E-government"). И с каждым годом наблюдаются глобальные тренды по переходу к более совершенным уровням информационных разработок электронного правительства. Правительства мно-

гих стран все больше применяют инновации и информационные технологии для оказания более качественных государственных услуг, увеличения их прозрачности и вовлечения людей во все этапы принятия решений<sup>1</sup>.

В Республике Казахстан идея создания электронного правительства была впервые озвучена главой государства Нурсултаном Назарбаевым в 2004 году. В том же году в стране была утверждена Программа формирования электронного правительства, определяющая его основные этапы. В 2006 году был впервые запущен портал электронного правительства Республики Казахстан.

В настоящее время в Казахстане сформированы нормативно-правовая база, архитектура и инфраструктура электронного правительства. Созданы все необходимые базовые компоненты электронного правительства, базы данных, государственные и межгосударственные шлюзы. За счет интеграции информационных систем обеспечена доступность электронного правительства для каждого гражданина<sup>2</sup>.

Проводимый Организацией Объединенных Наций обзор электронных правительств позволяет увидеть динамику Индекса развития электронного правительства (The UN E-Government Development Index(EGDI)<sup>3</sup>. Все страны, охваченные данным исследованием, ранжируются в рейтинге на основе взвешенного индекса оценок по трем основным составляющим: степень охвата и качество интернет-услуг, уровень развития ИКТ-инфраструктуры, человеческий капитал.

Согласно обзору 2016 года, в списке лидеров по индексу EGDI следующие страны: первое место по уровню развития электронного правительства в этом году заняла Великобритания, сразу за ней - Австралия, лидер прошлых лет - Южная Корея - на 3 месте. США - на 12 месте общемирового рейтинга, Россия - на 35 позиции, Китай - 63, Узбекистан и Кыргызстан - на 80 и 97 позициях соответственно<sup>4</sup>.

За счет системного подхода при формировании электронного правительства за период с 2008 по 2016 годы в рейтинге ООН по развитию электронного правительства Казахстан поднялся с 81 на 33 место.

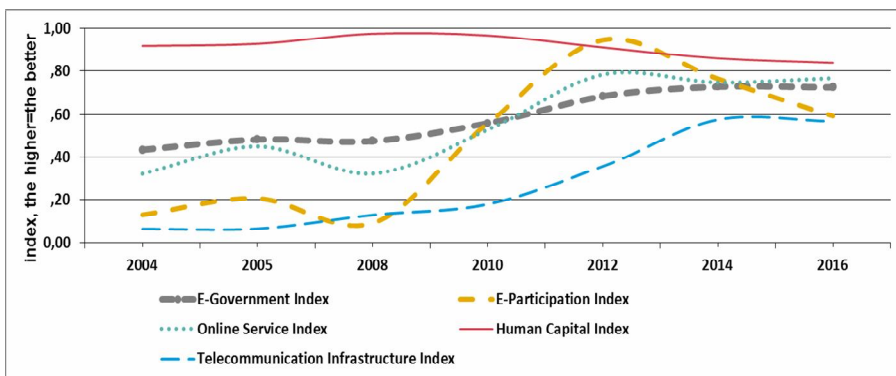


**Рис. 1. Динамика индекса развития электронного правительства в Республике Казахстан в 2004-2016 гг.\***

\* Составлено авторами на основе данных информационного портала UN E-Government Knowledge DataBase.

Для совершенствования государственного управления в Республике Казахстан был запущен План нации "100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ" Главы государства Нурсултана Назарбаева, который был представлен на Экономическом Форуме Астаны в 2015 году. Инновационное видение позволило сформировать современную, профессиональную и независимую систему государственной службы, которая гарантирует высококачественную реализацию экономических программ и оказания социальных услуг.

В настоящий момент через инфраструктуру электронного правительства оказывается более 900 услуг и сервисов. Популярность портала среди казахстанцев подтверждается статистическими данными. Пользователями портала являются более 50% экономически активного населения страны или более 5,3 миллиона человек, которым оказано более 130 миллионов электронных услуг.

Происходит постоянное совершенствование и оптимизация процессов. Так, например, значительно упрощена процедура регистрация бизнеса. Раньше этот процесс был очень сложным и долгим, занимал более 30 дней, то сейчас за счет интеграции систем - не более 4 часов.

Особая роль электронного правительства отводится оказанию услуг субъектам бизнеса и предпринимательства. Информационные технологии обеспечивают более быструю и эффективную обработку запросов, снижению расходов на оказание государственных услуг, развитию новых видов государственных услуг и пр. Так, Европейская Комиссия в 2012 году подсчитала экономию затрат на оказанные государственные услуги за счет внедрения систем E-government, что составило 100 млн. Евро за один год (снижение затрат на 20%)<sup>5</sup>.

Современные тренды в области развития электронных правительств оказывают прямое влияние на развитие бизнес среды, т.е. имеется сильная связь показателей Индекса развития электронного правительства (EGDI) и Индексом легкости ведения бизнеса (Doing Business)<sup>6</sup>.

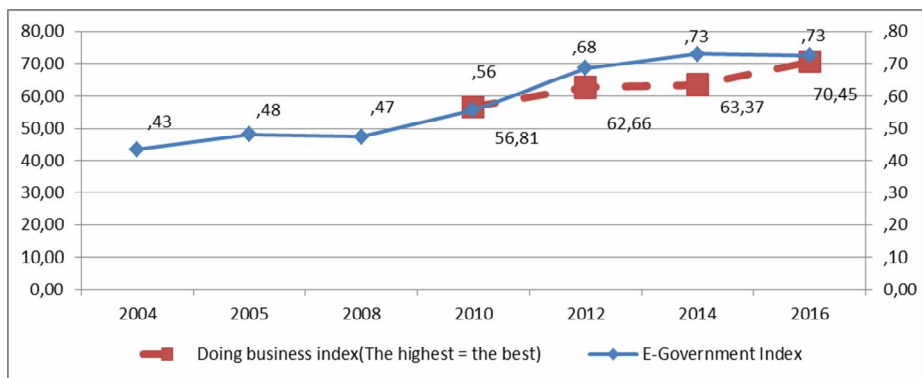


Рис. 2. Связь индекса EGDI и Doing Business в Республике Казахстан\*

\* Составлено авторами на основе данных World Bank.

Казахстан в рейтинге Всемирного Банка "Doing Business 2017" занял 35-ю позицию, повысив свой рейтинг на 16 пунктов по сравнению с "Doing Business 2016", в котором наша республика занимала 51 место.

Улучшению позиций в рейтинге "Doing Business" способствовала системная работа Правительства Республики Казахстан, проводимая в соответствии с поручением Главы государства по кардинальному улучшению бизнес-климата. Так, приняты беспрецедентные меры по улучшению деловой среды и снижению административного давления на бизнес через реформирование действующего законодательства, совершенствование разрешительной системы, упрощение процедур создания бизнеса и оптимизации государственной контрольно-надзорной деятельности.

Министерством национальной экономики Республики Казахстан проведены значительные реформы по улучшению позиций Казахстана в рейтинге "Doing Business" по индикаторам упрощения процедур получения разрешений на строительство, а также по международной торговле.

Так, в целях реализации поставленной задачи приняты три пакета поправок в законодательство, направленных на сокращение количества процедур, сроков и финансовых затрат бизнеса, что, в свою очередь, позволит значительно снизить нагрузку на предпринимателей<sup>7</sup>.

Реализации вышеуказанных мероприятий способствовало активное внедрение системы Электронного правительства Республики Казахстан, что позволило снизить сроки оказания государственных услуг субъектам бизнеса и предпринимательства.

Бизнес и электронное правительство стали ключевой частью мировой экономики. Цифровые технологии продолжают развиваться быстрыми темпами, а вместе с ними развивается новый формат бизнеса - электронный бизнес и коммерция. Именно это определяет необходимость дальнейшего развития электронного правительства, которое существенно улучшает качество оказания государственных услуг и способствует легкости ведения бизнеса.

---

<sup>1</sup> Tan Wee Kwang. Enterprise innovation. URL: <http://www.enterpriseinnovation.net/article/e-government-global-trends-integrated-services-open-data-e-participation-and-digital>.

<sup>2</sup> Электронное правительство Республики Казахстан. 31.08.2016. URL: <http://mic.gov.kz/ru/pages/elektronnnoe-pravitelstvo-respubliki-kazahstan>.

<sup>3</sup> Индекс развития электронного правительства (The UN E-Government Development Index(EGDI) - комплексный показатель, характеризующий уровень развития электронного правительства в странах мира.

<sup>4</sup> United Nations E-Government Survey 2016. United Nations, 2016.

<sup>5</sup> Davies, R. E-Government / European Parliamentary Research Service. European Union, 2015.

<sup>6</sup> Doing Business 2017 / World Bank Report. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Profiles/Country/KAZ.pdf>.

<sup>7</sup> В 2016 году Казахстан занял 35 позицию в рейтинге Всемирного Банка "Doing Business". 27.01.2017. URL: [http://egov.kz/cms/ru/articles/doing\\_business\\_2016](http://egov.kz/cms/ru/articles/doing_business_2016).

# THE ROLE OF THE E-GOVERNMENT IN INCREASE LEVEL OF EASE OF DOING BUSINESS (EXPERIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN)

© 2017 Koichubayev Aleksandr Sergeevich  
Candidate of Economics, Associate Professor

© 2017 Zholdaspekov Zhasulan Raiymuly  
Undergraduate

© 2017 Kazhibaev Sayat Saylaubaevich  
Undergraduate  
Shakarim State University of Semey, Kazakhstan  
E-mail: koychubayev\_as@mail.ru

**Keywords:** E-government and Business, the UN E-Government Development Index, Doing Business Index.

This article is devoted to a role of the E-government in development of economy, advantages of transition to a new electronic format of the public services for business development. Analysed the data of E-Government Development Index (on the example of the Republic of Kazakhstan) and influence of this indicator on Doing Business Index.

УДК 338.5:614.2

## ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

© 2017 Коржова Галина Анатольевна  
кандидат экономических наук

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

**Ключевые слова:** медицинские услуги, инструменты продвижения, позиционирование, лояльность потребителя, социальная значимость, стратегия продвижения.

Рассмотрены специфические особенности продвижения социально значимых услуг населению. Учитывая законодательные ограничения и проблемы в адекватном восприятии широкой общественностью и целевой аудиторией маркетингового воздействия медицинских учреждений на выбор потребителя, возникает острая необходимость в соответствующем наборе инструментов продвижения, наиболее подходящих в отдельных ситуациях.

Развитие конкурентных отношений во всех сферах экономики привело к необходимости использования рыночных инструментов не только в сфере про-



изводства и потребления товаров и услуг коммерческих предприятий, но стимулирует социальную среду к использованию подобных подходов и в своей деятельности. Однако не всегда, те подходы, которые успешны и результативны в одной сфере рынка, таким же образом поведут себя в другой сфере. Зачастую, качественная и успешная маркетинговая программа продвижения может принести лишь временный результат.

Выбирая инструменты продвижения, необходимо пройти следующие этапы:

- анализ и оценка рыночных условий функционирования медицинского учреждения;
- определение целевой аудитории, выявление потребительских предпочтений и наиболее значимых атрибутов предложений конкурентов;
- выбор средств маркетинговых коммуникаций и разработка детальной программы продвижения;
- формирование бюджета и реализация выбранных стратегий;
- оценка и контроль эффективности реализации маркетинговой программы продвижения.

Проводя исследование рынка следует понимать, что наиболее значимым этапом является выявление конкурентов, в том числе и среди частных компаний, а также существующих способов самолечения и игнорирования симптомов заболеваний. Определив конкурентов среди компаний, предлагающих схожий комплекс медицинских манипуляций, необходимо определить их преимущества и недостатки с точки зрения потребителей данных услуг.

При выборе средств продвижения и информационного посыла важную роль будет играть уровень конкуренции и воспринимаемая значимость диагностики и лечения отдельных органов и всего организма в целом.

Прежде чем определить свою целевую аудиторию, компания должна провести сегментирование<sup>1</sup>. Определив признаки и критерии, по которым возможно деление населения на группы, медицинское учреждение выделяет ключевых потребителей, которые больше других могут быть заинтересованы в услугах компании.

Целевая аудитория формируется не только по показателям важности и значимости предоставляемых медицинской организацией услуг, но и по ответному отклику на маркетинговое воздействие, что способствует формированию более точного набора инструментов продвижения и их соответствующего использования.

Для каждого отдельного потребителя необходимыми атрибутами качественной услуги являются различные элементы, составляющие общую картину отношения медицинской организации к своим клиентам, а также указывает на выполнение этой организацией социальной роли.

Зная преимущества собственной компании перед конкурентами, определив те элементы, которые, с точки зрения потребителей, являются наиболее привлекательными, выбираются те средства передачи ценности услуги, которые будут наиболее восприняты потребителями и рынком в целом.

При продвижении компании или отдельных услуг необходимо использовать аргументы двух типов:

- аргументы объективного характера, то есть информация, логически раскрывающая особенности продвигаемой продукции, показывающая явные преимущества и предполагаемый результат от использования данного продукта.

- аргументы субъективного характера направлены на формирование у потребителя определенных эмоций и ассоциаций с отдельными событиями в их жизни.

Чтобы продвижение было успешным информация, которая направлена во внешнюю среду была нужной и актуальной. Понятная и быстро запоминающаяся информация способна повлиять на выбор потребителя не только при оценке деятельности конкурентов, но и на различных уровнях конкуренции.

Как правило выбор инструментов продвижения медицинских услуг происходит из следующих альтернатив:

- реклама в средствах массовой информации, то есть неличная форма передачи информации с помощью платных форм коммуникационного воздействия;

- прямые продажи, представляют собой личное представление товара или услуги, описание его преимуществ, данный способ предоставляет возможность индивидуального подхода к каждому потенциальному клиенту с целью предоставления большого объема информации;

- стимулирование продаж включает в себя комплекс мероприятий, способных оказывать влияние на потребителей посредством специально разработанных программ лояльности, предоставления скидок или особых условий при повторном потреблении услуг медицинской организации, а также льготные условия предоставления услуг для отдельных категорий граждан;

- связи с общественностью (PR) - то есть формирование имиджа и репутации компании на рынке и среди различных групп общественности, при этом положительное отношение общественности также влияет на выбор потребителя.

Учитывая существующий выбор средств и методов продвижения, которыми на сегодня располагает маркетинг, возможен наиболее оптимальный выбор для отдельной организации. Например, для лечебно-профилактического учреждения, работающего по территориально-участковому принципу, могут использовать раздачу листовок и информацию в местных средствах массовой информации, в то же время, учреждения, оказывающие лечебно-диагностическую помощь больным, нуждающимся в круглосуточном лечении, уходе и лечебно-охранительном режиме, могут использовать средства PR или личные продажи.

Большинство частных клиник использует более современные методы продвижения. К таким методам можно отнести смс-рассылку, общение с клиентами по телефону, напоминание и уточнение информации, а также Интернет ресурсы.

На сегодняшний день Интернет позволяет в полной мере осуществлять взаимодействие с целевым рынком. Реклама, маркетинговые исследования, адресные предложения, лотереи и розыгрыши призов, запись на прием и получение скидок - это и многое другое позволяет современный Интернет. Отсутствие очередей и прием строго по времени позволяет положительно повлиять на потребительские решения в области выбора медицинского учреждения. Выбор врача, описание методики лечения и все медицинские услуги в одном месте стимулируют

ют потребителя более тщательно следить за своим здоровьем, тем самым подобные медицинские организации, улучшая качество обслуживания и информируя потребителя об изменениях, наиболее полно выполняют свою главную задачу - сохранение здоровья населения, повышение уровня и качества жизни и лечение заболеваний передовыми методиками, признанными во всем мире.

Создание сайта для медицинской организации скорее уже необходимость, нежели просто инструмент продвижения. Первый источник информации это Интернет. И если информации о компании нет в информационной среде, то потенциальный потребитель может и не узнать от ее существования и о перечне предоставляемых услуг. Несмотря на явное преимущество, предоставляемое сайтом компании, большая часть медицинских организаций забывает о его наличии и о необходимости его обновления. Информация часто неактуальна, либо не полная, что не позволяет потребителю сделать выводы и определиться с выбором.

Для того чтобы достичь наилучшего результата в плане продвижении, целесообразно использовать интегрированные маркетинговые коммуникации. Данный подход позволяет оптимизировать расходы на продвижение и использовать перечисленные инструменты в том объеме, который наилучшим образом повлияет на рынок и конкурентоспособность компании.

Учитывая скорость развития рынка, изменения запросов потребителей и информационные технологии, позволяющие компании занять лидирующие позиции на рынке, без должного маркетингового сопровождения ни одна компания не сможет противостоять конкуренции, а соответственно не сможет повлиять на выбор потребителя.

Любая гениальная идея, передовая методика или высокие технологии потеряются в потоке повседневной информации, которая поступает к жителям населенных пунктов из различных источников. При всем при этом, грамотно составленный текст, своевременно представленный на правильно выбранных носителях информации, позволит сконцентрировать внимание целевого рынка на конкретной медицинской организации и предоставить необходимые аргументы в пользу правильного выбора.

При использовании всего комплекса продвижения следует учитывать законодательные ограничения, прописанные в нормативных актах. Нормативно-правовым актом, устанавливающим правила размещения и распространения рекламы, является Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"

Особенности размещения рекламы лекарственных средств, методов лечения, медицинской техники регламентированы ст. 24 Закона о рекламе. В соответствии с ее нормами такая реклама должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к применению лекарственных средств и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалистов.

Достаточно большое количество судебных разбирательств касается именно некорректного размещения медицинской информации как рекламного характера, так и информационного. Подобные разбирательства негативно отражаются на компании, тем самым, влияя на ее репутацию и имидж.

В целом, политика продвижения, в совокупности с применяемыми современными технологиями, методиками диагностики и лечения, позволит компании сообщить о себе, а потребителю, в свою очередь, сделать выбор в пользу компании.

---

<sup>1</sup> Агафонова А.Н. Методические и практические подходы к сегментации рынка услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 9 (143).

## THE FORMATION OF POLICY TO PROMOTE MEDICAL SERVICES

© 2017 Korzhova Galina Anatolyevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: Korzhova-Galina@yandex.ru

**Keywords:** medical services, promotion tools, positioning, customer loyalty, social importance, promotion strategy.

The article considers specific features of promotion of socially significant services to the population. Given the legislative limitations and problems in adequate perception of the General public and target groups marketing impact of medical institutions on consumer choice, there is an urgent need in the relevant set of promotion tools, the most appropriate in certain situations.

УДК 656.078.8

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ДИЛЕРСКОГО АВТОТЕХЦЕНТРА (НА ПРИМЕРЕ ОФИЦИАЛЬНОГО ДИЛЕРА КОНЦЕРНА "SCANIA")

© 2017 Короткая Мария Васильевна  
доцент

Калининградский государственный технический университет  
E-mail: mariya.korotkaya@klgtu.ru

**Ключевые слова:** конкурентное преимущество, конкурентоспособность предприятия.

Осуществлена оценка конкурентных преимуществ дилерского автотехцентра, определены задачи по реализации предложенных конкурентных преимуществ. Предлагаются основные мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, способные укрепить позиции предприятия на рынке Калининградской области.

Устойчивое конкурентное преимущество является долгосрочной выгодой от осуществления уникальной стратегии, направленной на создание ценности, которая в то же время не применяется ни существующими, ни потенциальными конкурентами и выгоды от использования которой не могут быть скопированы<sup>1</sup>.

Рассматриваемое предприятие "Скания Центр Калининград" является официальным дилером концерна Scania в Калининградской области.

Основное направление деятельности - продажа, ремонт и обслуживание грузовых автомобилей марки Scania. "Скания Центр Калининград" соответствует самым высоким стандартам Scania DOS 4. Предприятие располагает крупнейшей сервисной станцией в Калининградской области, которая работает 6 дней в неделю, а также 27-ю постами, где осуществляется одновременное обслуживание и ремонт грузовых автомобилей, а также автобусов.

В распоряжении компании "Скания Центр Калининград" - собственный склад оригинальных запасных частей. Ассортимент запасных частей, имеющихся на складе компании, позволяет обеспечивать быстрый и качественный ремонт.

Компания "Скания Центр Калининград" предоставляет своим клиентам возможность выбора между новыми деталями и восстановленными, что позволяет сэкономить при необходимости крупных ремонтов автомобилей. Все детали из обменного фонда проходят восстановление на заводе Scania, что гарантирует рабочее состояние агрегатов. Компанией для удобства клиентов широко использует лизинговые программы.

В настоящее время быстрых перемен и гиперконкуренции перед "Скания Центр Калининград" стоят сложные задачи: сделать свои конкурентные преимущества более устойчивыми и сформировать новые. Какими бы ни были хорошими текущие конкурентные преимущества организации, они постоянно будут подвергаться атакам со стороны конкурентов в отрасли.

В теории конкурентных преимуществ, разработанной известным американским ученым М. Портером, можно выделить два вида конкурентного преимущества организации: низкие издержки и дифференциация товаров. Низкие издержки отражают собой способность организации разрабатывать и предлагать товары и услуги с меньшими затратами, чем у конкурентов. Дифференциация - это способность обеспечить потребителя уникальной, большей ценностью в виде высокого качества товаров, товаров рыночной новизны, высокого качества послепродажного обслуживания, сервиса и т.д.<sup>2</sup>

Конкурентное преимущество любого типа подразумевает собой обеспечение организации более высокой эффективностью, отличной от конкурентов. Предприятия с низкими издержками, имеющие равные с конкурентами цены на сравнимые аналогичные товары, имеют возможность получить большую прибыль. Соответственно, у организаций с дифференцированной продукцией, прибыль с единицы продукции будет выше<sup>3</sup>.

Дифференциация позволяет организации устанавливать высокие цены, что при равных с конкурентами издержках дает, соответственно, большую прибыль.

Как конкурентное преимущество организации может рассматриваться также высокая компетентность, которая может проявляться в превосходстве в эко-

номической, инновационной, технической, технологической, организационной областях деятельности организации.

Зачастую выделяют две группы факторов, которые могут обеспечить организации конкурентные преимущества, - это превосходство в ресурсах (лучшее качество, низкие цены и др.) и квалификацию персонала, лучшее мастерство, умение, способности (все, что связано с эффективностью и качеством выполнения всех видов работ: исследовательских, проектных, плановых, сервисных и др.). Особое значение имеют конкурентные преимущества, которые достигнуты через улучшение второй группы факторов, поскольку, зачастую, они требуют сложной, системной организации работы и значительного приложения интеллектуальных усилий, но зато их трудно скопировать конкурирующим организациям<sup>4</sup>.

Конкурентные преимущества должны обязательно находить свое реальное воплощение в услугах, товаре, цене, качестве и уровне обслуживания, низких издержках и других показателях деятельности организации, а также восприниматься потребителем. Они должны измеряться, оцениваться экономическими показателями организации: более высокой рентабельностью, большей долей рынка, большим объемом продаж и др. Нереализованные в конкурентной борьбе преимущества не могут считаться конкурентными преимуществами как таковыми, поскольку они не нашли свое воплощение в новых результатах деятельности, не привели к новому состоянию компании на рынке.

Конкурентные преимущества должны быть:

- значимыми, заметно выделяться на фоне существующих конкурентов;
- видимыми, различимыми покупателями организации;
- значимыми для потребителя, приносить ему ощутимую выгоду;
- устойчивыми, сохранять свою значимость в условиях изменений среды организации, невоспроизводимыми или трудновоспроизводимыми конкурентами;
- уникальными, предоставляемую выгоду нельзя получить у других производителей товара или конкурирующей организации;
- прибыльными для компании, то есть объемы производства, структура затрат и рыночные цены на предлагаемый товар или услуги должны позволять успешно работать в выбранной сфере деятельности и получать достаточную прибыль<sup>5</sup>.

Существуют три основных стратегии формирования конкурентных преимуществ:

- ценовое лидерство;
- дифференциация;
- фокусирование.

Стоит отметить, что какую бы цель не преследовало предприятие, его стратегия будет направлена на поиск такой позиции в отрасли и занятие им определенной ниши, чтобы защитить себя от влияния этих сил и, по возможности, оказывать со своей стороны влияние на них. Ясное представление и понимание этих основных источников давления дают возможность предприятию управлять своими стратегическими ресурсами. Оно позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, определить позицию предприятия в своей отрасли, рас-

смотреть потенциальные возможности и угрозы в отрасли, а также понять, в какой области изменение стратегических направлений даст оптимальный положительный эффект.

Рассматривая каждую отрасль в отдельности, прослеживается ее уникальность, определенные экономические и технические характеристики, которые и являются конкурентными преимуществами.

Для "Скания Центр Калининград" наиболее применима стратегия дифференциации.

Продажа автомобилей, в том числе, грузовых, а также автосервис, как сфера услуг, самым непосредственным образом ориентирован на удовлетворение спроса физических и юридических лиц, которые заинтересованы в быстром и качественном техническом обслуживании или ремонте.

Так же немаловажную роль играет и стоимость обслуживания и ремонта. Современные автомобили стали настолько сложными, что их обслуживание без использования современного оборудования и квалифицированных кадров становится не возможным. Данную возможность предоставляет автосервис.

В секторе продаж коммерческого транспорта важно создать для клиента долгосрочные удобные преимущества.

На основании экспертных оценок, "Скания Центр Калининград" серьезно отстает от конкурентов по качеству обслуживания, количеству предоставляемых сервисных услуг.

"Скания Центр Калининград" - дилерский центр концерна "Scania", в котором по многим направлениям деятельности политику и стандарты диктует головное предприятие (цены, требования к качеству, скидки и проч.). Они устанавливаются одинаковые для всех дилерских центров в России. В связи с этим руководство "Скания Центр Калининград" не может по большинству направлений проявлять самостоятельность.

Поэтому, ориентируясь и руководствуясь программой дифференциации услуг, компании необходимо выбирать направления и мероприятия по повышению конкурентных преимуществ "Скания Центр Калининград", которые не затрагивают вопросы, контролируемые концерном.

В ходе проведенного анализа, выявился значительный дисбаланс в количестве предоставляемых услуг клиентам автотехцентра. При внедрении стратегии дифференциации, конкурентным преимуществом становится лучшее удовлетворение потребностей клиента.

На собственной территории "Скания Центр Калининград" оказывается широкий спектр услуг для клиентов, имеющих автомобили "Scania". С целью расширения количества предоставляемых услуг, улучшения качества обслуживания клиентов, владеющих автомобилями других европейских производителей (не "Scania"), необходимо создание дополнительных условий для привлечения новых клиентов и поддержание лояльности постоянных клиентов автотехцентра, заинтересованных в долгосрочном сотрудничестве.

Для решения задач, определенных приоритетными направлениями развития, необходимо разработать основные мероприятия, направленные на повышение

ния конкурентоспособности предприятия, способные укрепить позиции предприятия на рынке Калининградской области.

Наиболее перспективными мероприятиями являются:

1. Переоборудование топливного участка для диагностики и ремонта насос-форсунок, топливных секций, и насосов высокого давления BOSCH, DENSO, DELPHI, SIEMENS, PIEZO, устанавливаемых на автомобилях всех европейских и азиатских производителей грузовой и строительной техники.

2. Организация линии шиномонтажа, балансировки и ремонта грузовых колес для грузовиков любых марок, а также спецтехники.

3. Организация передвижной линии инструментального контроля и диагностики грузовых автомобилей и автобусов.

Выполнение предложенных мероприятий, позволит в значительной степени улучшить как финансовые, так и имиджевые показатели работы автотехцентра.

Предложенные мероприятия являются достаточно эффективными, осуществимыми и, в конечном итоге, окажут положительное влияние на "Скания Центр Калининград", повысят уровень его конкурентных преимуществ, что в результате позволит привлечь большее число клиентов и увеличить долю рынка. Безусловно, в процессе реализации данных мероприятий могут возникнуть риски, например высокие финансовые затраты.

---

<sup>1</sup> Каменева Н.А. Инновационная активность как фактор обеспечения конкурентоспособности российской экономики // Проблемы современной экономики. 2011. № 4. С. 19-21.

<sup>2</sup> Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. М. : Альпина Паблишер, 2008.

<sup>3</sup> Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М. : Эксмо, 2006.

<sup>4</sup> Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина. М. : Альпина Паблишер, 2011.

<sup>5</sup> Харламов О.И., Ильницкая В.С. Конкурентные преимущества на примере компании Samsung // Молодой ученый. 2014. № 6.2. С. 70-72.

## **DETERMINATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE AUTO DEALER (FOR EXAMPLE, THE OFFICIAL DEALER OF THE CONCERN "SCANIA")**

© 2017 Korotkaya Mariya Vasilyevna  
Associate Professor  
State Technical University of Kaliningrad  
E-mail: mariya.korotkaya@klgtu.ru

**Keywords:** competitive advantage, the competitiveness of the enterprise.

Assess competitive advantages of the auto dealer identified tasks to implement the proposed competitive advantage. The article proposes measures to improve the competitiveness of enterprises could strengthen the position of enterprises on the market of the Kaliningrad region.



## СУЩНОСТЬ МЕТОДИКИ КАЙДЗЕН

© 2017 Кривоножкина Надежда Валерьевна  
студент

© 2017 Черняева Кристина Николаевна  
студент

© 2017 Федоренко Роман Владимирович  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: christinachernyaeva@mail.ru

**Ключевые слова:** логистика, логистическая система, методика Кайдзен, совершенствование производства.

Рассматривается крайне популярная не только в Японии, но и во всем мире методика Кайдзен. Приведены принципы, на которых она основана. Особое внимание уделяется отличиям японской методики от российского подхода к ведению бизнеса.

Японская методика Кайдзен существует уже несколько десятилетий и успешно применяется во всем мире. Она заключается в постепенном совершенствовании бизнеса и его результатов путем изменения принципов мышления сотрудников: от производственных рабочих до высшего руководства. Постоянное улучшение, открытая система управления, бережливое производство - данную методику отличает особый стиль становления внутренних стандартов.

Внедрение в менеджмент любой организации системы Кайдзен означает отказ от имеющихся принципов работы и отношения к сотрудникам, направленность на устранение существующих проблем (согласно методике, без них нет ни одной компании), долгосрочное, почти незаметное, совершенствование всего механизма предприятия по крупицам. Начинается такое изменение с "верхушки", когда деятельность по улучшению бизнеса провозглашается целесообразной, а сама концепция фиксируется в документах<sup>1</sup>.

Яркий пример успешного применения техники Кайдзен - крупнейшая японская корпорация Toyota. В ней эта философия была внедрена после Второй Мировой войны и действует до сих пор. Практика улучшения не только помогла компании удержаться на рынке, но и сделала ее ведущим автопроизводителем мира. Примеру Toyota последовало множество других предприятий, чей успех трудно недооценить: Canon, Honda, Komatsu и прочие великие компании.

Главная цель методики - достигаться до всех умов, участвующих в процессе производства и реализации. Каждый сотрудник должен понимать, что совершенствование его собственной работы - это необходимо и значимо для всего предприятия, и совершенствоваться нужно непрерывно и ежедневно. В Кайдзен

существует даже "принцип минуты", когда человек каждый день отводит на определенное дело ровно одну минуту. Это может быть уход за рабочим местом, заучивание нового иностранного слова, контроль данных<sup>2</sup>.

Основной принцип методики Кайдзен - ежедневное совершенствование всех направлений деятельности и непрерывный процесс саморазвития, но можно выделить ряд ее вспомогательных принципов:

1. Главное - удовлетворить потребности клиента. Японский подход предполагает отказ от спонтанного производства и больших запасов материалов и готовой продукции, цель - произвести то, что нужно потребителю, не больше.

2. Проблемы надо признавать и решать. Причем их не стоит выносить на всеобщее обсуждение, организуя собрания и мозговые штурмы непосредственно с работниками производственных цехов.

3. Начальник должен быть в гембе (так в методике Кайдзен обозначается место, где производится продукция или отпускаются услуги: цеха, стойки администраторов, зал в ресторане) чаще, чем в своем кабинете.

4. Информация о компании должна быть открытой. Нерациональна психологическая пропасть между руководящим составом и подчиненными. Сотрудники чувствуют большую ответственность за работу в компании, о которой знают все.

5. Качество в приоритете. Если ради него нужно жертвовать штатными единицами или дополнительными средствами, выбирается такой путь.

6. Мотивация на результат. Непременное условие стимулирования нового мышления персонала - это достойное вознаграждение за идею или качественное предложение по улучшению производства<sup>3</sup>.

В России технология Кайдзен еще не прижилась в полном объеме. Виной тому постоянно меняющиеся условия жизни, русский менталитет, высокие издержки на производство и низкое качество продукции, не соответствующее мировым стандартам. Эксперты считают, что опыт японских гуру бизнеса нашей стране крайне необходим. Постепенно крупные российские компании, среди которых можно выделить ГАЗ, РУСАЛ, КамАЗ, встают на путь совершенствования бизнеса с помощью японской методики<sup>4</sup>.

В России же существуют некоторые отличия техники Кайдзен от Японского подхода к ведению бизнеса:

1. Следует не побеждать конкурентов, а завоевывать своих потребителей.

2. Ориентироваться нужно не на конечный результат, а на сам процесс, который и определяет результат.

3. Нет нужды искать виновного в возникновении какой-то проблемы. Куда важнее найти причину и ликвидировать ее (неисправность станка, низкое качество материала, несоответствие температуры нормам).

4. Непрерывное изменение менее затратно и более эффективно, чем разовые капиталовложения в новаторское оборудование и технологии. Японцы считают, что постоянный внутренний рост в совокупности с технологическими "прыжками" могут сделать компанию оптимально успешной.

5. Производственная структура и отдел продаж - это единое целое, а не два полярных сегмента бизнеса.

6. Руководители не являются начальниками в полном смысле, а выступают в роли тренеров и союзников для низших звеньев.

7. Сотрудники являются основным активом, а не одной из статей затрат.

8. Обучение персонала необходимо не ради новой квалификации и повышения оплаты труда, а ради возможности показать высокий результат и улучшить производительность всей компании.

В заключение хочется еще раз отметить, что успешный процесс постоянного совершенствования может стать лишь в том случае, когда будут обеспечены благоприятные условия производства. Для большинства предпринимателей смена принципов работы может показаться непосильным грузом и лишней проблемой. Однако, согласно данной проблеме - это стимул, благодаря которому происходят совершенствования.

---

<sup>1</sup> Альгина Т.Б. Инновационные методы управления затратами на основе стратегического подхода // Инновации. 2013. № 1. С. 92-96.

<sup>2</sup> Майорова Е. Метаморфозы технологии кайдзен в России // Управление персоналом. 2012. № 21. С. 35-37.

<sup>3</sup> Чая В.Т. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. 2014. № 1. С. 327-336.

<sup>4</sup> Шилкина А. Постоянное улучшение деятельности компании // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 8. С. 102-110.

## THE ESSENCE OF THE METHODOLOGY OF KAIZEN

© 2017 Krivonozhkina Nadezhda Valeryevna  
Student

© 2017 Chernyaeva Christina Nikolaevna  
Student

© 2017 Fedorenko Roman Vladimirovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [christinachernyaeva@mail.ru](mailto:christinachernyaeva@mail.ru)

**Keywords:** logistics, logistics system, Kaizen methodology, production improvement.

It is considered extremely popular not only in Japan, but all over the world Kaizen methodology. The principles on which it is based are given. Particular attention is paid to the differences between the Japanese method and the Russian approach to doing business.

## ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

© 2017 Кузьмина Юлия Валерьевна  
студент

© 2017 Тойменцева Ирина Анатольевна  
доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kuv96@rambler.ru, tia67@rambler.ru

**Ключевые слова:** online-покупка, логистические услуги, ритейлеры, транспортировка, цепочка поставок, потребность.

Рассматриваются проблемы электронной коммерции на предприятиях розничной торговли по доставке, хранению, транспортировке заказов, определяются последовательность и способы доставки, подчеркивается высокая значимость применения автоматизированной интегрированной системы управления заказами для удовлетворения требований потребителей и повышения эффективности функционирования распределительной сети.

Электронная коммерция продолжает быть двигателем роста в розничной торговле с 15-процентным увеличением в 2016 по сравнению с 2015 годом (см. рисунок). Интернет-магазины стимулируют развитие логистики, так как почти каждая on-line покупка должна быть доставлена к дому потребителя. Это привело к увеличению инвестиций и рабочих мест в розничной торговле и связанных с ней секторах логистики.

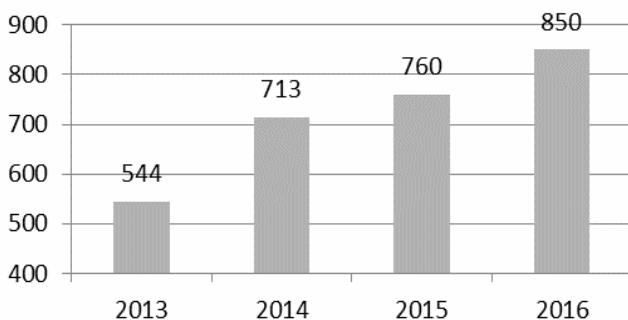


Рис. Объем рынка интернет-торговли в России, млрд руб.

Тем не менее, сезон праздников, который отличается более высоким уровнем розничных продаж, требует, чтобы предприятия розничной торговли и поставщики логистических услуг добавляли необходимые ресурсы для удовлетво-

рения растущего спроса. Однако задача состоит в том, чтобы минимизировать количество необходимого сезонного найма, поэтому многие предприятия розничной торговли пытаются оптимально решить задачи по доставке и хранению в целях повышения эффективности своей работы<sup>1</sup>.

Сложность доставки на дом - одна из самых больших проблем электронной коммерции для многих предприятий розничной торговли, особенно имеющих несколько способов доставки. Наличие огромного сочетания больших и маленьких по размерам товаров может составить некоторые трудности. Последовательность доставки становится главной проблемой, поскольку у клиентов может сложиться негативное впечатление о компании, которое в последствие может разрушить лояльность к бренду.

Возможность отслеживания товаров уменьшается при отсутствии единой транспортной платформы для управления несхожими способами доставки. Ритейлеры, которые прибегают к сторонней помощи при доставке онлайн заказов, теряют контроль и возможность отслеживать заказ как только он добирается до посредника.

С общей системой отслеживания для всех поставок ритейлеры могут сделать выбор способа доставки на основе новых заказов и на основе заказов, которые уже направляются в то же место. Логически группируя заказы независимо от размера и доступного режима транспортировки, компании могут понизить затраты на доставку, уменьшая время ее выполнения. Также хорошим решением может быть предоставление ритейлеру и клиенту возможности отслеживания заказа с помощью статуса поставки.

Доставка играет решающую и все возрастающую роль в электронной коммерции<sup>2</sup>. Поскольку потребители все больше делают решения о покупке онлайн на основе удобства, ритейлеры вынуждены модернизировать цепочки поставок и сбытовые сети, чтобы удовлетворять изменяющиеся потребности.

Успешные компании обращаются к автоматизированной интегрированной системе управления заказами для удовлетворения различных требований по доставке их распределительной сети и растущие требования потребителей. Они осваивают сложную технологию для автоматизации бизнес-процессов, чтобы снизить свои издержки.

Объединяя доставку с планированием ресурсов предприятия (ERP) и системой электронной коммерции, компании преодолевает информационный разрыв между приложениями в целях повышения эффективности рабочего процесса и видимости, поддержания целостности данных заказа, а также снижения затрат на рабочую силу<sup>3</sup>.

Для компаний со стратегией распределения omni-канала поддержка нескольких каналов распределения также оказывает огромное влияние на склад. После размещения заказа следующим приоритетом становится осуществление доставки эффективно, точно и вовремя. Благодаря автоматизированному процессу выполнения заказа, который делится информацией между ERP, электронной коммерцией и сервисными заявками перевозчика, компании могут оптимизировать склад и операции с запасами, чтобы удовлетворить требования каждого канала распределения<sup>4</sup>.

Различные модели комплектации на складе также необходимы для повышения эффективности, и наилучшим решением здесь может быть выбор кон-

кретного способа комплектации для отдельных каналов распределения. Например, методы сбора и упаковки для заказов электронной коммерции, которые обычно имеют меньшие объемы и сроки, будут отличаться от тех, которые используются, чтобы выбрать и упаковать крупные оптовые заказы. С помощью беспроводного сбора и сканирования штрих-кодов, компании могут повысить точность исполнения и контроля затрат путем проверки заказа, последовательно обеспечивая доставку заказчику нужного товара<sup>5</sup>.

Из-за взрыва электронной коммерции и увеличивающихся запросов покупателей, которые требуют бесперебойную доставку товара по всем каналам, компании наращивают их состав, включают инновационные поставки и складскую технику, особенно в сезон праздников.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что успешные компании на рынке интернет-торговли в России все чаще обращаются к автоматизированной интегрированной системе управления заказами, способствующей максимально полно удовлетворить изменяющиеся запросы потребителей.

---

<sup>1</sup> Современная логистика : пер. с англ. 7-е изд. М. : Вильямс, 2012.

<sup>2</sup> Голиков Е.А., Пурлик В.М. Основы логистики и бизнес-логистики : монография. М. : Изд-во Рос. экон. акад., 2013.

<sup>3</sup> Тойменцева И.А., Швецова Е.В. Создание транспортно логистической системы как залог развития инфраструктуры региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 4. С. 15-17.

<sup>4</sup> Тойменцева И.А., Карпова Н.П., Фомин Е.П. Маркетинг в стратегическом управлении и планировании предприятиями сферы услуг // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1 (135). С. 66-78.

<sup>5</sup> О складском учете: законодательная база, инструкции и методические рекомендации. М. : Буквица, 2012.

## THE PARTICULAR PROVISION OF LOGISTICS SERVICES IN THE MARKET THE INTERNET-TRADE

© 2017 Kuzmina Yulia Valeryevna  
Student

© 2017 Toymentzeva Irina Anatolyevna  
Doctor of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: tkuv96@rambler.ru, tia67@rambler.ru

**Keywords:** on-line purchase, logistics services, retailers, transportation, supply chain, requirement.

In article problems of electronic commerce on retail companies on delivery, storage, transportation of orders are considered, the sequence and delivery modes is determined, the high importance of application of the automated integrated management system with orders for satisfaction of consumer requirements and increase in efficiency of functioning of a distribution network is emphasized.

## АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГБУЗ "САМАРСКИЙ ОБЛАСТНОЙ НАРКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР"

© 2017 Курносова Мария Викторовна\*

студент

© 2017 Джулай Дарья Вячеславовна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mariya.kurnosova2014@yandex.ru, dashajuly343@gmail.com

**Ключевые слова:** анализ, экономический анализ, экономические показатели.

Осуществлен анализ экономических показателей ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер". Даны рекомендации.

Оценка финансового состояния является одной из важнейших задач финансового анализа. Это связано с тем, что подобный анализ помогает своевременно и оперативно найти и оценить отклонения по определенным показателям и принять меры по их устранению<sup>1</sup>.

Для оценки финансового состояния ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" были проведены анализ финансовой устойчивости, рентабельности, ликвидности, платежеспособности и вероятности банкротства диспансера. Все расчеты производились на основании финансовой отчетности ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" за 2014 и 2015 годы<sup>2</sup>.

Для анализа финансовой устойчивости диспансера были выбраны следующие показатели<sup>3</sup>:

Коэффициент автономии =  $СК / КАП$ ,

где СК - собственный капитал учреждения;

КАП - капитал учреждения - валюта баланса.

Коэффициент концентрации привлеченных средств =  $ПК / КАП$ ,

где ПК - привлеченный капитал;

КАП - капитал учреждения - валюта баланса.

Коэффициент капитализации =  $ПК / СК$ ,

где ПК - привлеченный капитал, т.е. сумма долгосрочных и краткосрочных обязательств учреждения;

СК - собственный капитал учреждения.

Коэффициент финансовой устойчивости =  $СК / ПК$ ,

---

\* Научный руководитель - **Измайлов Айрат Маратович**, кандидат экономических наук, старший преподаватель.

где СК - собственный капитал учреждения;

ПК - привлеченный капитал.

Индекс постоянного внеоборотного актива =  $BA / СК$ ,

где BA - внеоборотные активы;

СК - собственный капитал учреждения.

Доля дебиторской задолженности в совокупных активах =  $ДЗ / КАП$ ,

где ДЗ - сумма дебиторской задолженности учреждения;

КАП - капитал учреждения - валюта баланса;

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами =  $СОС / ТА$ ,

где СОС - собственные оборотные средства;

ТА - текущие активы.

Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами =  $СОС / МПЗ$ ,

где СОС - собственные оборотные средства;

МПЗ - материально-производственные запасы.

Итогом расчета данных коэффициентов может стать интегральный показатель финансовой устойчивости ИН(ФУ).

$ИН(ФУ) = Кавт * МанСК * Кобесп. \text{ сос} * Кфу$ ,

где Кавт - коэффициент автономии;

МанСК - коэффициент маневренности собственного капитала;

Кобесп. сос - коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

Кфу - коэффициент финансовой устойчивости.

По результатам оценки показателей были получены следующие выводы:

Динамика показателей неоднозначна, нельзя определить общую тенденцию. Коэффициент автономии показывает, что предприятие может покрыть все свои обязательства собственными средствами. Но значение коэффициента к 2015 году уменьшается.

Доля привлеченных средств достаточно низкая, но увеличение коэффициента концентрации привлеченных средств является отрицательным фактором и повышении уровня зависимости от внешних инвесторов.

На 1 рубль собственного капитала происходит увеличение заемного капитала.

Коэффициент маневренности собственного капитала находится в норме (0,2-0,5). Но ежегодное снижение данного коэффициента предупреждает об ухудшении структуры баланса и снижении финансовой устойчивости.

В 2013 году 50% собственного капитала вложено в основной капитал, в 2015 же произошло увеличение до 76%

Коэффициент финансовой устойчивости с 2013 по 2015 годы снизился в 5 раз, а также коэффициенты обеспеченности собственными оборотными средствами и обеспеченности запасов собственным оборотными средствами упали, но вошли в норму, несмотря на это, можно говорить о критическом ухудшении состояния.



Динамика интегрального показателя финансовой устойчивости отрицательна, а значит, это негативно сказывается на финансовой устойчивости.

Таблица 1

**Показатели финансовой устойчивости**

| <b>Наименование показателя</b>                                        | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Коэффициент автономии                                                 | 0,91        | 0,84        | 0,75        |
| Коэффициент концентрации привлеченных средств                         | 0,09        | 0,16        | 0,25        |
| Коэффициент капитализации                                             | 0,10        | 0,19        | 0,34        |
| Коэффициент финансовой устойчивости                                   | 10,22       | 5,40        | 2,94        |
| Индекс постоянного внеоборотного актива                               | 0,50        | 0,61        | 0,76        |
| Доля дебиторской задолженности в совокупных активах                   | 0,17        | 0,05        | 0,10        |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами         | 0,45        | 0,33        | 0,18        |
| Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами | 0,84        | 0,68        | 0,42        |
| Коэффициент маневренности собственного капитала                       | 0,50        | 0,39        | 0,24        |
| Интегральный показатель финансовой устойчивости                       | 2,10        | 0,59        | 0,10        |

Анализ показателей деловой активности<sup>4</sup>.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости активов} = \frac{BP}{(A_{нп} + A_{кп})/2},$$

где BP - выручка от реализации за расчетный период;

A<sub>нп</sub>, A<sub>кп</sub> - величина активов на начало и конец периода.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости собственных средств} = \frac{BP}{(СК_{нп} + СК_{кп})/2},$$

СК<sub>нп</sub> и СК<sub>кп</sub> - величина собственных средств на начало и конец периода.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости текущих активов} = 365 / \frac{BP}{(ТА_{нп} + ТА_{кп})/2},$$

ТА<sub>нп</sub> и ТА<sub>кп</sub> - величина текущих активов на начало и конец периода.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости текущих активов} = 365 / \frac{C}{(З_{нп} + З_{кп})/2},$$

C - себестоимость продукции;

З<sub>нп</sub> и З<sub>кп</sub> - величина запасов на начало и конец периода.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности} = 365 / \frac{BP}{(ДЗ_{нп} + ДЗ_{кп})/2},$$

ДЗ<sub>нп</sub> и ДЗ<sub>кп</sub> - величина дебиторской задолженности на начало и конец периода.

$$\text{Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности} = 365 / \frac{C}{(KЗнп + KЗкп) / 2},$$

KЗнп и KЗкп- величина дебиторской задолженности на начало и конец периода.

$$\text{Фондоотдача основных средств} = \frac{BP}{(OCнп + OCкп) / 2},$$

ОС - основные средства.

Произошло изменение в управлении активами и собственными средствами предприятия, оно стало более эффективным.

Можно судить об ухудшении финансового положения предприятия. В этом случае для поддержания нормальной производственной деятельности предприятие вынуждено привлекать дополнительные средства. Это связано с тем, что оборачиваемость текущих активов замедлилась.

Замедление оборачиваемости запасов негативно сказывается на деятельности учреждения.

Исходя из соотношения показателей оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженностей, можно судить об эффективности управления ими в 2013-2014 г., так как дебиторская задолженность оборачивалась быстрее. В 2015 году соотношение стало обратным, что можно отметить, как негативный момент в деятельности учреждения, это вызывает финансовые затруднения.

Положительная динамика прослеживается в фондоотдаче основных средств, данный показатель вырос, а значит, можно сделать вывод об эффективности использования основных средств.

Таблица 2

#### Показатели деловой активности

| Наименование показателя                           | 2013  | 2014  | 2015  |
|---------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Коэффициент оборачиваемости активов               | 3,10  | 3,06  | 4,61  |
| Коэффициент оборачиваемости собственных средств   | 3,57  | 3,50  | 5,74  |
| Оборачиваемость текущих активов в днях            | 63,28 | 61,15 | 36,86 |
| Оборачиваемость запасов в днях                    | 6,95  | 10,19 | 8,03  |
| Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях  | 15,17 | 12,59 | 5,64  |
| Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях | 7,76  | 11,80 | 13,51 |
| Фондоотдача основных средств                      | 9,42  | 8,97  | 13,01 |

Для оценки способности предприятия приносить доход на вложенный капитал оптимально рассчитать показатели рентабельности.

Для данного анализа были выбраны следующие показатели<sup>5</sup>.

| Наименование показателя              | 2013 | 2014 | 2015  |
|--------------------------------------|------|------|-------|
| Рентабельность собственного капитала | 0,20 | 0,01 | -0,44 |
| Рентабельность основной деятельности | 0,07 | 0,01 | -0,07 |
| Рентабельность продаж                | 0,06 | 0,00 | -0,08 |
| Рентабельность активов               | 0,17 | 0,01 | -0,42 |

$$\text{Рентабельность собственного капитала} = \frac{\text{ЧП}}{(\text{СК}_{\text{нп}} + \text{СК}_{\text{кп}})^2},$$

где ЧП- чистая прибыль;

СК - собственный капитал.

$$\text{Рентабельность основной деятельности} = \frac{\text{ПР}}{\text{С/С}},$$

где ПР - прибыль от реализации;

С- себестоимость реализации.

$$\text{Рентабельность продаж} = \frac{\text{ЧП}}{\text{БР}},$$

где БР - выручка от реализации готовой продукции.

$$\text{Рентабельность активов} = \frac{\text{ЧП}}{\text{А}},$$

где А-активы.

Как видно из таблицы с показателями рентабельности в 2015 году все показатели отрицательные.

Исходя из того, что рентабельность является основным показателем эффективности работы предприятия, то не о какой эффективности нельзя говорить, если этот показатель даже не равен нулю, а ниже его.

Прежде всего, были рассчитаны показатели для подхода к анализу ликвидности при помощи системы неравенств (табл. 3).

Таблица 3

**Анализ ликвидности ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" при помощи системы неравенств, тыс. руб.**

| 2013 год                  | 2014 год                 | 2015 год                  |
|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| A1: 7 977 ><br>П1: 1 561  | A1: 8 923 ><br>П1: 3 596 | A1: 4 524 <<br>П1: 5 042  |
| A2: 4 210 ><br>П2: 0      | A2: 1 342 ><br>П2: 0     | A2: 2 019 ><br>П2: 0      |
| A3: 9 731 ><br>П3: 680    | A3: 12 728 ><br>П3: 680  | A3: 9 178 ><br>П3: 0      |
| A4: 3 230 <<br>П4: 22 906 | A4: 4393 <<br>П4: 23 110 | A4: 4 153 <<br>П4: 14 832 |

Результаты, приведенные в таблице, говорят о том, что баланс диспансера ликвиден как за последний год, так и в динамике. Несмотря на то, что наблюдается невыполнение первого неравенства в 2015 году, это отклонение является незначительным, так как последнее неравенство соблюдается.

Несоблюдение первого неравенства может говорить о недостаточном объеме наиболее ликвидных активов, выражающихся в краткосрочных финансовых вложениях, а также денежных средствах и их эквивалентах.

Однако финансовое состояние диспансера остается устойчивым.

Затем, с целью подтверждения результатов, полученных при анализе системы неравенств, были рассчитаны коэффициенты ликвидности диспансера (табл. 4).

Таблица 4

**Значения коэффициентов ликвидности ГБУЗ  
"Самарский областной наркологический диспансер"**

| Показатели                         | 2013 год | 2014 год | 2015 год | Норма     |
|------------------------------------|----------|----------|----------|-----------|
| Коэффициент текущей ликвидности    | 10,8     | 8,51     | 2,35     | 1,5 - 2,5 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 5,11     | 2,48     | 0,9      | 0,2 - 0,5 |
| Коэффициент срочной ликвидности    | 5,13     | 2,49     | 0,9      | 0,7 - 1   |

Значения коэффициентов говорят о том, что в диспансере имеются определенные отклонения, но в целом финансовое состояние достаточно стабильное и устойчивое.

Отклонения по значениям коэффициента текущей ликвидности наблюдаются на протяжении трех рассмотренных лет в большую сторону говорят о возможном нерациональном использовании денежных средств диспансера.

Отклонение коэффициента абсолютной ликвидности следует воспринимать как слишком высокую долю неработающих активов в виде наличных денежных средств и средств, находящихся на расчетных счетах.

Отклонения по коэффициенту срочной ликвидности в меньшую сторону также наблюдаются в динамике, что подтверждает значения, полученные при анализе системы неравенств. Значения этого показателя говорят о том, насколько ликвидные активы диспансера способны покрыть наиболее срочные обязательства.

В совокупности это может означать, что большинство денежных средств оставляются "про запас" и не идут на развитие или наиболее срочные нужды, что отражается показателем срочной ликвидности.

После этого был рассчитан коэффициент платежеспособности ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" и проверена платежеспособность при помощи методики анализа арбитражного управляющего. Коэффициент платежеспособности показал следующие результаты (табл. 5).

Таблица 5

**Значения коэффициента платежеспособности ГБУЗ "Самарский областной  
наркологический диспансер"**

| Показатели                     | 2013 год | 2014 год | 2015 год | Норма     |
|--------------------------------|----------|----------|----------|-----------|
| Коэффициент платежеспособности | 10,22    | 5,4      | 2,94     | 0,5 - 0,7 |

Как видно из результатов, приведенных в таблице, значения в течение трех лет значительно выше нормы, что говорит о высокой платежеспособности как

на текущий момент времени, так и в перспективе. Однако следует обратить внимание на то, что имеет место тенденция к снижению значения показателя, а это говорит о необходимости наблюдения за изменениями значений показателя.

Для подтверждения или опровержения результатов был проведен анализ платежеспособности методом арбитражного управляющего. Результаты анализа приведены в табл. 6.

Таблица 6

**Значения показателей оценки платежеспособности  
методом арбитражного управляющего**

| <b>Показатели</b>                  | <b>2013 год</b> | <b>2014 год</b> | <b>2015 год</b> | <b>Норма</b> |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 5,11            | 2,48            | 0,9             | 0,2 - 0,5    |
| Коэффициент текущей ликвидности    | 10,8            | 8,51            | 2,35            | 1,5 - 2,5    |
| К об.обяз. акт                     | 11,22           | 6,4             | 3,94            | -            |
| Степ. пл-ти по тек.обяз.           | 0,25            | 0,54            | 0,56            | -            |

Значения показателей говорит о том, что ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" являлось платежеспособным в 2013 году и остается таковым в 2015 году. Он может покрыть имеющиеся обязательства, реализуя ликвидные активы.

ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" в 2013 году могло покрыть 1122% обязательств имеющимися активами, а в 2015 году - 394%. Наблюдается снижение показателя, но критических изменений не наблюдается. При этом срок возможного погашения имеющихся обязательств при помощи выручки в 2013 году составлял 0,25 месяца, а в 2015 году срок вырос до 0,56 месяца.

В результате можно говорить о платежеспособности диспансера и необходимости отслеживания динамики ряда показателей.

Проведенный ранее анализ ликвидности и платежеспособности ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" показал, что диспансер находится в стабильном финансовом состоянии, баланс диспансера ликвиден, диспансер платежеспособно. Как следствие, вероятность банкротства диспансера крайне мала.

Для проверки данных, полученных при анализе ликвидности и платежеспособности диспансера, была проведена диагностика вероятности его банкротства.

Для подобной диагностики разработано множество как зарубежных методов, так и отечественных. Из всего многообразия были отобраны модель Z - счета Альтмана, система показателей У. Бивера, модель Зайцевой и модель Блинова - Давыдовой<sup>6</sup>.

Первым был рассчитан показатель Z - счета Альтмана, который является одной из самых авторитетных методик прогнозирования банкротства за рубежом. Эта методика является количественной, что связано с тем, что она основывается на конкретных финансовых параметров. Показатель был рассчитан по следующей формуле:

$$\begin{aligned}
 Z - \text{счет} = & 0,717 \cdot \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Активы}} + 0,847 \\
 & \cdot \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Активы}} + 3,107 \\
 & \cdot \frac{\text{Прибыль до уплаты налогов}}{\text{Заемный капитал}} + 0,42 \\
 & \cdot \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Земный капитал}} + 0,995 \cdot \frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}}
 \end{aligned}$$

В результате были получены следующие значения:

$$Z - \text{счет} = 1,69$$

Распределение значение:

<1,81 - вероятность высокая;

От 1,81 до 2,77 - средняя;

От 2,77 до 2,99 - незначительная;

>2,99 - минимальная.

Подобный результат говорит о том, что вероятность банкротства диспансера очень высокая, так как значение показателя ниже минимальной границы в 1,81.

Далее была рассчитана система показателей У. Бивера. Эта методика основана на расчете таких показателей, как коэффициент Бивера, рентабельность активов, финансовый леверидж, коэффициент покрытия активов собственными оборотными средствами и коэффициент текущей ликвидности.

Коэффициент Бивера - классический показатель, разработанный создателем модели. Рассчитывается как:

$$K_{\text{Бивера}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Заемный капитал}}$$

Рентабельность активов - показывает отдачу от использования активов диспансера.

$$R_3 = \frac{\text{Чистая прибыль} \cdot 100}{\text{Активы}}$$

Финансовый леверидж - характеризует соотношение заемного и собственного капитала.

$$\text{ЭФР} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Активы}}$$

Коэффициент покрытия активов собственными оборотными средствами - отражает обеспеченность организации собственными оборотными средствами, которые необходимы для финансовой устойчивости диспансера.

$$K_{\text{ПАОС}} = \frac{\text{Собственный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Оборотные активы}}$$

Расчет показателей дал следующие результаты (табл. 7).

Таблица 7

Значение показателей У. Бивера

| Показатели                                              | Нормальное финансовое положение | Неустойчивое финансовое положение | Кризисное финансовое положение |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| Коэффициент Бивера                                      | $>0,35(0,78)$                   | От 0,17 до 0,3                    | От 0,16 до -0,15               |
| Рентабельность активов                                  | От 6 до 8                       | От 5 до 2                         | От 1 до -22 (- 41,65)          |
| Финансовый леверидж                                     | $<35$<br>(0,25)                 | От 40 до 60                       | $>80$                          |
| Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом | $>0,4$<br>(0,42)                | От 0, 3 до 0,1                    | $<0,1$                         |
| Коэффициент текущей ликвидности                         | От 2 до 3,2<br>(2,35)           | От 1 до 2                         | $<1$                           |

Видно, что по четырем показателям из пяти диспансер находится в нормальном финансовом положении, а один показатель характеризует состояние как кризисное. Так как большинство показателей оказались в пределах нормы, можно сказать, что диспансер не станет банкротом в достаточно длительной перспективе.

Далее были рассчитаны показатели отечественных моделей диагностики банкротства.

Модель прогнозирования Зайцевой основана на сравнении фактического значения с нормативным. Нормативное значение рассчитывается как:

$$K_{\text{норм}} = 0,25 \cdot 0 + 0,1 \cdot 1 + 0,2 \cdot 7 + 0,25 \cdot 0 + 0,1 \cdot 0,7 + 0,1 \cdot \frac{\text{Активы}}{\text{Выручка}_{\text{прошл}}}$$

Нормативное значение составило:

$$K_{\text{норм}} = 1,60402$$

Фактическое значение рассчитывается как:

$$K_{\text{факт}} = 0,25 \cdot \frac{\text{Прибыль до уплаты налогов}}{\text{Собственный капитал}} + 0,1 \cdot \frac{\text{Кредиторская задолженность}}{\text{Дебиторская задолженность}} + 0,2 \cdot \frac{\text{Краткосрочные обязательства}}{\text{Ликвидные активы}} + 0,25 \cdot \frac{\text{Прибыль до уплаты налогов}}{\text{Выручка}} + 0,1 \cdot \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}} + 0,1 \cdot \frac{\text{Активы}}{\text{Выручка}}$$

Фактическое значение составило:

$$K_{\text{факт}} = 0,3864$$

Так как фактическое значение не превышает нормативное, то можно сказать, что вероятность банкротства минимальна.

Модель Беликова - Давыдовой основана на ряде коэффициентов, взятых из зарубежных моделей (Альтмана и Таффлера) и собственных финансовых коэффициентов.

Модель выглядит следующим образом:

$$Z = 8,38 \cdot \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Активы}} + \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} + 0,054 \cdot \frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}} + 0,63 \cdot \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Себестоимость проданной продукции}}$$

Был получен результат, равный:

$$Z = 1,30567$$

Распределение значений:

<0 - максимальная (90 - 100%);

От 0 до 0,18 - высокая (60 - 80%);

От 0,18 до 0,32 - средняя (35 - 50%);

От 0,32 до 0,42 - низкая (15 - 20%);

>0,42 - минимальная (меньше 10%).

Из этого следует, что вероятность банкротства ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" минимальная.

В заключении следует сказать, что, несмотря на то, что одна из моделей дала отрицательный результат, остальные подтвердили тот факт, что банкротство диспансеру не грозит. Результаты анализа ликвидности платежеспособности были подтверждены диагностикой вероятности банкротства.

Оценка финансового состояния ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер", проведенная ранее, заключалась в анализе финансовой устойчивости, рентабельности, ликвидности, платежеспособности и вероятности банкротства диспансера. Все расчеты производились на основании финансовой отчетности ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" за 2014 и 2015 годы.

Подобный финансовый анализ необходим не только для определения стратегии развития данного медицинского учреждения, но и для контроля за финансовой составляющей предприятия со стороны вышестоящих органов, а также для оценки эффективности его деятельности в целом.

В процессе финансового анализа применялись различные методики, использовались различные показатели. Например, показатели финансовой устойчивости, рентабельности, ликвидности, платежеспособности и вероятности банкротства. Такое разнообразие обусловлено необходимостью всестороннего анализа предприятия, оценки его активов, соотношения собственного и заемного капитала, деловой активности и т.д.



После проведения анализа были выявлены следующие проблемы:

1. Наблюдается резкое снижение показателей покрытия обязательств собственными средствами до критической зоны;
2. Выявлен высокий уровень зависимости от сторонних инвесторов;
3. Происходит увеличение доли заемного капитала в общей его сумме, что тоже является неблагоприятной тенденцией;
4. Показатели финансовой устойчивости за год снизились в 5 раз, но остались в пределах нормы. Однако это также говорит о резком, даже критическом ухудшении состояния;
5. Произошло замедление оборачиваемости текущих активов;
6. Оборот дебиторской задолженности стал выше оборота кредиторской задолженности;
7. Все показатели рентабельности имеют отрицательное значение;
8. Наблюдается снижение показателей платежеспособности;
9. Увеличился срок погашения имеющихся обязательств при помощи выручки.

Исходя из выявленных проблем, можно сделать однозначный вывод о необходимости принятия мер по контролю над имеющимися отклонениями. Для решения этих проблем предлагаются следующие пути их решения:

1. Необходимо контролировать соотношение уровня активов с имеющимися обязательствами и принимать меры по снижению последних. Это возможно сделать путем привлечения средств от основной деятельности, а не от сторонних лиц и организаций;
2. Вторая проблема связана с первой, и также касается управления обязательствами диспансера. В той же ситуации и проблема номер три, номер шесть и номер 9. Решение остается прежним.
3. Ухудшение финансовой устойчивости в 5 раз связано с резким снижением выручки учреждения, из чего вытекают и ранее упомянутые риски. Для того, чтобы увеличить выручку, необходимо ввести новые платные услуги, которые бы привлекли потребителей;
4. Замедление оборачиваемости активов говорит о неправильном, нерациональном их использовании. Это также может говорить о простое производственных мощностей, которые могли бы быть задействованы для оказания услуг потребителям, в том числе и платных;
5. Отрицательная рентабельность говорит об абсолютной неэффективности деятельности предприятия, то есть предприятие практически не получает прибыли от собственной деятельности. Тут также требуется увеличение объема услуг, интересных для потребителей. Эти интересы должны выясняться путем маркетинговых исследований;

Несмотря на то, что проанализированные показатели платежеспособности, ликвидности и вероятности банкротства говорят о стабильном финансовом положении предприятия, в целом ситуация по предприятию кризисная.

Положительное значение показателей обеспечивалось высоким уровнем имеющихся денежных средств, но в последнее время спрос на услуги данного учреждения значительно снизился. Как следствие, имеющиеся денежные средства были потрачены на более срочные обязательства, а новых поступлений

было крайне мало для обеспечения его деятельности. С подобной динамикой, уже через 2-3 года учреждение станет банкротом.

Отсюда можно сделать вывод о том, что если руководство диспансера не примет меры по привлечению потребителей и не активизирует использование производственных мощностей, учреждение в скором времени попросту разорится. Единственной предлагаемой стратегией для его дальнейшего развития является стратегия диверсификации, то есть введение новых услуг или модернизация уже имеющихся для привлечения потенциальных потребителей<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Стратегические образовательные альянсы как механизм трансформации инновационной образовательной среды. Самара, 2008;

Астафьева О.В., Юдина О.В. Подходы к обеспечению устойчивого развития экономических систем с отраслевой направленностью // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 10. С. 9-18.

<sup>2</sup> Александров Г.А. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Бек, 2017.

<sup>3</sup> Борисов Е.Ф. Экономическая теория : учебник. М. : Финпресс, 2016.

<sup>4</sup> Вартанян Ф.Е., Сомин М.П. Вопросы экономической оценки лечебно-диагностических мероприятий // Здравоохранение Российской Федерации. 2011. № 11. С. 7-10.

<sup>5</sup> Борисов Е.Ф. Экономическая теория ...

<sup>6</sup> Гордон Ю. Реформы топчутся на месте // Медицинская газета. 2013. 22 окт. С. 7.

<sup>7</sup> См. также: Давидьянц А., Латышева О. Финансовые источники медицинской помощи // Экономика и жизнь. 2006. № 10. С. 23-28;

Кадыров Ф.Н. Экономический анализ и планирование деятельности медицинских учреждений : учебник. М. : Грантъ, 2013;

Комаров Ю.М. К вопросу о стратегии и тактике развития здравоохранения в России // Здравоохранение Российской Федерации. 2011. № 9. С. 3-6;

Кудрин А.Л. Федеральный бюджет - важнейший инструмент реализации государственной политики // Финансы. 2014. № 1. С. 3-5.

## **ANALYSIS OF ECONOMIC INDICATORS GBUZ "SAMARA REGIONAL DRUG ADMINISTRATION DISPENSER"**

© 2017 Kurnosova Mariya Viktorovna  
Student

© 2017 Dzulay Darya Vyacheslavovna  
Student

Samara State University of Economics

E-mail: mariya.kurnosova2014@yandex.ru, dashajuly343@gmail.com

**Keywords:** analysis, economic analysis, economic indicators.

The analysis of economic indicators of the Regional Clinical Hospital "Samara Regional Narcological Dispensary" was carried out. Recommendations are given.

## ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО "АРКОНИК СМЗ"

© 2017 Курносова Мария Викторовна  
студент

© 2017 Смолина Екатерина Станиславовна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственной экономической университет

E-mail: mariya.kurnosova2014@yandex.ru

**Ключевые слова:** алюминий, Alcoa, финансовое состояние, ликвидность, финансовая устойчивость.

Рассматривается общеэкономическая ситуация на рынке алюминия, приведена характеристика исследуемой компании - "Арконик СМЗ", проанализировано ее финансовое состояние.

Американская компания Alcoa - безусловный лидер в области технологий, разработки, производства продукции из легких металлов. В России работает с 1993 года. В 2015 году в состав компании вошел Самарский металлургический завод, занимающийся выпуском алюминиевых полуфабрикатов<sup>1</sup>.

В 2016 году Alcoa разделилась на две самостоятельные компании: Arcelor, в которую вошли "Группа прокатной продукции, Группа инженерных продуктов и решений, Группа транспортных и строительных решений. В составе высококонкурентной Alcoa вошли пять основных подразделений: Группы первичной продукции - Добыча бокситов, Производство глинозема, Выплавка алюминия, Литье и Энергоактивы"<sup>2</sup>. Таким образом, Alcoa СМЗ стал частью компании Arcelor.

Снижение мирового спроса на алюминий, а также увеличение экспорта со стороны Китая, привели к падению цен на данный металл<sup>3</sup>. На рис. 1 можно увидеть, как варьировались цены на протяжении 2012-2017 годов.

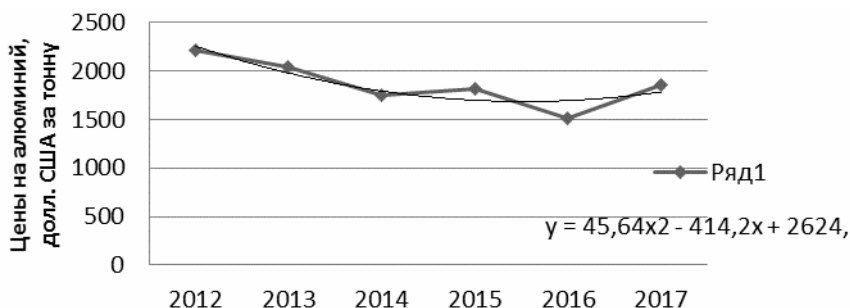


Рис. 1. Динамика цен на алюминий с 2012 по 2017 г. на 1 января каждого года (согласно Лондонской Бирже Металлов - LME)

С отрицательным изменением цен на рынке алюминия финансовое состояние многих предприятий отрасли ухудшилось. Рассмотрим данную тенденцию на примере "Арконик СМЗ".

На основе показателей бухгалтерской отчетности проведен финансовый анализ "Арконик СМЗ". Временной интервал для анализа был выбран 2013-2015 годы.

При расчете коэффициентов ликвидности можно оценить платежеспособность компании.

Таблица 1

Динамика коэффициентов ликвидности "Арконик СМЗ" с 2013 по 2015 г.

| Название показателя                | 2013 | 2014 | Абсолютное отклонение 2014/2013 | 2014 | 2015 | Абсолютное отклонение 2015/2014 |
|------------------------------------|------|------|---------------------------------|------|------|---------------------------------|
| Коэффициент общей ликвидности      | 1,93 | 2,68 | 0,75                            | 2,68 | 2,62 | -0,06                           |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,11 | 0,10 | -0,01                           | 0,10 | 0,09 | -0,01                           |
| Коэффициент текущей ликвидности    | 1,98 | 2,77 | 0,79                            | 2,77 | 2,69 | -0,08                           |

Таким образом, можно сделать вывод: коэффициент общей ликвидности в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличивается, а в 2015 снижается, что свидетельствует о снижении способности компании расплатиться по своим обязательствам. Коэффициент абсолютной ликвидности не входит в нормативный интервал (от 0,2 до 0,5), к тому же ежегодно снижается. А это значит, что у компании нет возможности немедленно покрыть краткосрочные обязательства за счет имеющихся у нее денежных средств. Коэффициент текущей ликвидности в 2014 году увеличивается, в 2015, также как и коэффициент общей ликвидности, снижается, данный факт свидетельствует о том, что в 2015 году оборотные активы использовались неэффективно, следовательно, необходимо снижать кредиторскую задолженность и величину оборотных активов

Рассмотрим, насколько финансово устойчива исследуемая компания.

Таблица 2

Динамика коэффициентов финансовой устойчивости "Арконик СМЗ" с 2013 по 2015 г.

| Название коэффициента                         | 2013 | 2014 | Абсолютное отклонение 2014/2013 | 2014 | 2015 | Абсолютное отклонение 2015/2014 |
|-----------------------------------------------|------|------|---------------------------------|------|------|---------------------------------|
| 1                                             | 2    | 3    | 4                               | 5    | 6    | 7                               |
| Коэффициент автономии                         | 0,27 | 0,13 | -0,14                           | 0,13 | 0,17 | 0,04                            |
| Коэффициент концентрации привлеченных средств | 0,73 | 0,87 | 0,14                            | 0,87 | 0,83 | -0,04                           |

| 1                                                   | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     |
|-----------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Коэффициент капитализации                           | 2,76  | 6,64  | 3,88  | 6,64  | 4,99  | -1,65 |
| Коэффициент финансовой устойчивости                 | 0,36  | 0,15  | -0,21 | 0,15  | 0,20  | 0,05  |
| Индекс постоянного внеоборотного актива             | 2,58  | 3,99  | 1,41  | 3,99  | 2,98  | -1,01 |
| Доля дебиторской задолженности в совокупных активах | 0,15  | 0,28  | 0,13  | 0,28  | 0,29  | 0,01  |
| Коэффициент маневренности                           | -1,28 | -0,82 | 0,46  | -0,82 | -0,66 | 0,16  |

Из таблицы 2 видно, что коэффициенты финансовой устойчивости, в основном, имеют направленность к ухудшению. Коэффициенты автономии в 2014 и 2015 годах ниже, показателя 2013 года, что увеличивает зависимость от заемных источников финансирования. Ухудшается финансовое положение. Также значение данного коэффициента за все три года ниже нормативного (от 0,5 до 0,7).

Коэффициент концентрации заемного капитала в 2014 году растет, а в 2015 году снижается, но его значение выше 2013 года, также коэффициент капитализации в 2014 и в 2015 году выше значения данного коэффициента в 2013 году, что говорит о падении инвестиционной привлекательности "Арконик СМЗ".

Коэффициент финансовой устойчивости имеет более низкие значения в 2014 и 2015 годах, чем в 2013.

Отрицательное значение коэффициента маневренности свидетельствует об очень низкой финансовой устойчивости. Оборотные активы формируются за счет заемных средств.

На основе анализа таблицы 3 и оценки деловой активности получены следующие выводы: происходит замедление оборачиваемости текущих активов в 2014 и 2015 году по сравнению с 2013 годом, а значит у компании появляется потребность в привлечении дополнительных финансовых ресурсов.

Таблица 3

**Динамика показателей деловой активности "Арконик СМЗ" с 2013 по 2015 г.**

| Название коэффициента                           | 2013 | 2014 | Абсолютное отклонение 2014/2013 | 2014 | 2015  | Абсолютное отклонение 2015/2014 |
|-------------------------------------------------|------|------|---------------------------------|------|-------|---------------------------------|
| 1                                               | 2    | 3    | 4                               | 5    | 6     | 7                               |
| Коэффициент оборачиваемости активов             | 1,47 | 1,66 | 0,19                            | 1,66 | 2,01  | 0,35                            |
| Коэффициент оборачиваемости собственных средств | 5,70 | 8,65 | 2,95                            | 8,65 | 13,44 | 4,79                            |

| 1                                                      | 2     | 3    | 4     | 5    | 6     | 7     |
|--------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| Коэффициент оборачиваемости текущих активов            | 4,60  | 4,04 | -0,56 | 4,04 | 4,09  | 0,05  |
| Коэффициент оборачиваемости запасов                    | 8,44  | 8,60 | 0,16  | 8,60 | 9,76  | 1,16  |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности  | 10,21 | 7,59 | -2,62 | 7,59 | 7,06  | -0,53 |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности | 9,88  | 9,15 | -0,73 | 9,15 | 10,35 | 1,20  |
| Фондоотдача основных средств                           | 3,25  | 4,42 | 1,17  | 4,42 | 6,62  | 2,20  |

Оборачиваемость дебиторской задолженности замедляется, а также из соотношения оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженностей в 2014 и 2015 годах можно отметить неэффективное управление ими, что повышает вероятность наступления финансовых рисков.

Оценить деловую активность можно и на основе неравенства:

$$100\% < T_{\text{акт}} < TVP_n < T_n,$$

где  $T_{\text{акт}}$  - темп роста активов;

$TVP_n$  - темп роста объемов реализации;

$T_n$  - темп роста прибыли.

Полученное неравенство выглядит следующим образом:  
 $100\% < 106,39\% < 137,27\% > 134,69\%$ .

Исходя из этого можно заключить, так как темп роста активов выше 100%, то растет имущественный потенциал, происходит расширение деятельности. Вторая часть неравенства говорит о том, что имущественный потенциал используется рационально для развития основного направления работы. Но несоответствие наблюдается в третьей части. Можно предположить о неэффективности осуществления затрат. Темп роста выручки ниже темпа роста совокупных затрат, так как прибыль представляет разницу между выручкой и производственными расходами. Следовательно, компании необходимо изыскивать резервы оптимизации расходов.

Таблица 4

Динамика показателей рентабельности "Арконик СМЗ" с 2013 по 2015 г.

| Название коэффициента                   | 2013  | 2014 | 2015 |
|-----------------------------------------|-------|------|------|
| Рентабельность совокупных активов       | 0,002 | -    | 0,05 |
| Рентабельность собственного капитала    | 0,01  | -    | 0,30 |
| Рентабельность продаж по чистой прибыли | 0,002 | -    | 0,02 |
| Рентабельность активов                  | 0,002 | -    | 0,04 |

Оценивая рентабельность нельзя не отметить, что в 2014 году спрос на продукцию был низкий, чистая прибыль отрицательная, деятельность "Арконик СМЗ" была убыточная, в связи с чем показатели рентабельности в этот год не считались.

В 2015 году положение несколько стабилизируется, но показатели остаются низкими.

Таким образом, негативные экономические факторы, рассмотренные выше: падение цен на алюминий, уменьшение экспорта оказали влияние на деятельность компании. В 2014 году заметно ухудшилось состояние "Арконик СМЗ". В 2015 году наблюдается улучшение, но все равно во многих показателях наблюдается отставание от значений 2013 года.

В условиях снижения мировых цен на алюминий, инвесторы вынуждены предъявлять повышенные требования к ликвидности и укреплению финансовой устойчивости компании, а значит "Арконик СМЗ" необходимо жестче контролировать финансовое положение<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> ЗАО "Алкоа СМЗ". URL: <http://www.ssau.ru/info/partners/smz> (дата обращения: 04.04.2017).

<sup>2</sup> "Арконик СМЗ" и ВСМПО-АВИСМА объявляют о создании совместного предприятия. URL: [http://www.vsmo.ru/ru/news/181/Arkonik\\_SMZ\\_i\\_VSMPOAVISMA\\_objavljajut\\_o\\_sozdanii\\_sovmestnogo\\_predprijatija](http://www.vsmo.ru/ru/news/181/Arkonik_SMZ_i_VSMPOAVISMA_objavljajut_o_sozdanii_sovmestnogo_predprijatija) (дата обращения: 04.04.2017).

<sup>3</sup> Борьба на падающем рынке алюминия. URL: <http://www.morvesti.ru/tems/detail.php?ID=55044> (дата обращения: 04.04.2017).

<sup>4</sup> Структура и динамика российского экспорта 2015. URL: [http://icss.ru/images/pdf/research\\_pdf/20160324.pdf](http://icss.ru/images/pdf/research_pdf/20160324.pdf) (дата обращения: 04.04.2017);

Оценка и анализ финансовых результатов. URL: <http://www.dist-cons.ru/modules/fap/section4.html> (дата обращения: 04.04.17).

## EVALUATION OF THE FINANCIAL CONDITION OF JSC "ARKONIK SMZ"

© 2017 Kurnosova Mariya Viktorovna  
Student

© 2017 Smolina Ekaterina Stanislavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [mariya.kurnosova2014@yandex.ru](mailto:mariya.kurnosova2014@yandex.ru)

**Keywords:** aluminium, Alcoa, financial condition, liquidity, financial stability.

This article examines the General economic situation in the aluminium market, the characteristics of the target company - "Arkonik SMZ", analyzed its financial condition.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТСОРСИНГА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СЕТИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ

© 2017 Ларина Юлия Витальевна  
магистрант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: twinnpigs@gmail.com

**Ключевые слова:** логистика распределения, розничная торговля, аутсорсинг.

Рассмотрены возможности применения аутсорсинга в процессе формирования распределительной сети торговой компании. Отмечены наиболее распространенные сферы применения аутсорсинга, выделены его риски и преимущества применения.

В условиях высокой рыночной конкуренции и разнообразия применяемых корпоративных стратегий представители сетевой розницы стремятся к созданию собственных, контролируемых сетей распределения. На сегодняшний день для реализации этих стремлений сложились идеальные рыночные условия: падение арендных ставок и высвобождение складских площадей под влиянием экономического кризиса привело к тому, что объем сделок по покупке или аренде складской недвижимости в стоимостном выражении по результатам 2015 года почти на четверть превысил объемы сделок в 2014 году. При этом 60% крупнейших сделок представляют собой приобретения складов в собственность<sup>1</sup>, что лишь подтверждает долгосрочные планы игроков рынка сетевой розничной торговли по развитию конкурентных преимуществ в сфере логистики распределения.

Важность исследования заявленной проблемы обусловлена тем фактом, что уровень организации ритейла в значительной мере определяет качество жизни населения, а изменения в розничной торговле, как правило, зеркально отражают общие тенденции развития региона и всей страны в целом<sup>2</sup>.

В работах подавляющего большинства исследователей темы решение задачи проектирования сети распределения рассматривается с точки зрения поиска такой ее конфигурации, которая обеспечивает минимальный уровень общих транспортных и складских затрат компании. Вместе с тем, далеко не всегда такое решение вопросов в полной мере отвечает целям корпоративной стратегии организации, стратегий маркетинговых каналов, требованиям отдельных регионов сбыта и звеньев логистической сети. В определенной ситуации сеть распределения, построенная на принципах минимизации затрат, может не позволить



компания реализовать свои стратегические преимущества и добиться рыночного превосходства над конкурентами.

Для достижения долгосрочного конкурентного преимущества компаниям сетевой розничной торговли необходимо проектировать и создавать рациональную сеть распределения, то есть такую, которая в наибольшей степени соответствует целям и требованиям корпоративной стратегии и особенностям выбранной бизнес-модели для различных региональных рынков. Для построения такой сети распределения многие компании вынуждены обращаться за помощью к профессиональным посредникам, передавая ключевые вопросы построения эффективной сети распределения на аутсорсинг.

Проблемам использования аутсорсинга в торговой и производственной сфере посвящено большое количество работ. В некоторых случаях использование аутсорсинга обусловлено спецификой решаемых вопросов. Так, например, компании, занимающиеся внешнеэкономической деятельностью, как правило, передают на аутсорсинг вопросы таможенного оформления<sup>3</sup>, что позволяет им повысить скорость прохождения всех таможенных формальностей и ускорить процесс товародвижения.

Важное значение имеют риски, связанные с возможностью неэффективного управления. При использовании аутсорсинга управление логистическими операциями остается сложной задачей. В некоторых случаях требования к профессионализму менеджеров, управляющих организацией взаимодействия с провайдерами логистических услуг, оказываются даже более высокими. Компания должна постоянно отслеживать все изменения в организации деятельности третьей стороны, знать ее финансовое состояние, учитывать изменения в организационной структуре, составе персонала и иметь четкое понимание того, как осуществляются все работы, переданные на аутсорсинг<sup>4</sup>.

При построении курпной распределительной сети торговые компании могут использовать аутсорсинг при решении разнообразных задач. Традиционным является привлечение посредников для обеспечения транспортировки или складирования продукции, осуществления IT-поддержки, проведения маркетинговых мероприятий.

Возможно также и решение специфических проблем, к которым можно отнести набор персонала для вновь открываемых торговых точек. В 2016 году торговая сеть "Пятерочка" привлекла IBS в качестве партнера на аутсорсинг всего бизнес-процесса найма для массовых позиций. В результате передачи процесса на аутсорсинг удалось существенно повысить управляемость и масштабируемость, обеспечить качество и контроль стоимости. Помимо возможности справляться с объемом, новый подход к найму позволил управлять параметрами процесса, доведя сроки замещения вакансии до недели<sup>5</sup>.

В целом применение аутсорсинга при формировании распределительной сети торговой компании направлено на увеличение объемов товарооборота при

одновременном сокращении всей совокупности издержек, включая логистические, управленческие и нормативные затраты. Привлечение профессиональных посредников позволяет торговым компаниям ускорить процесс проникновения на новые географические рынки, повысить удовлетворенность клиентов и увеличить собственную конкурентоспособность.

Вместе с тем, использование аутсорсинга неизбежно ведет к появлению новых типов рисков, среди которых рост зависимости от провайдеров используемых компанией услуг, ухудшение канала обратной связи с контрагентами и клиентами, увеличение рисков имиджевых потерь из-за ошибок привлеченных посредников. Для построения успешной сети распределения торговая компания должна в обязательном порядке проводить постоянный мониторинг качества работы привлеченных посредников, что требует выработки собственной системы показателей их работы.

---

<sup>1</sup> Точка зрения: Идеальный шторм поглощения // Ведомости. 2015. 26 окт.

<sup>2</sup> Агафонова А.Н., Федоренко Р.В. Развитие информационно-логистической инфраструктуры как фактор активизации региональной розничной торговли // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 10 (108). С. 109-112.

<sup>3</sup> Федоренко Р.В. Оценка перспектив развития аутсорсинга в таможенной сфере // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 4. С. 170-172.

<sup>4</sup> Федоренко Р.В. Риски логистического аутсорсинга // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 4 (36). С. 127-131.

<sup>5</sup> "Пятерочка" отдала массовый наем в аутсорсинг // Вестник цифровой трансформации CIO.RU. URL: <http://www.cio.ru/news/610>.

## **OUTSOURCING IN THE FORMATION OF THE NETWORK OF THE DISTRIBUTION OF TRADING COMPANIES**

© 2017 Larina Yulia Vitalyevna

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: [twinnpigs@gmail.com](mailto:twinnpigs@gmail.com)

**Keywords:** distribution logistics, retail trade, outsourcing.

The article discusses the possibilities of using outsourcing in the process of forming a distributive network of a trading company. The most common areas of outsourcing are highlighted, its risks and advantages are highlighted.

## СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

© 2017 Лихачев Антон Сергеевич  
магистрант

© 2017 Кириллова Лариса Константиновна  
кандидат экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

**Ключевые слова:** банковская деятельность, банковский продукт, прозрачность, маркетинговые коммуникации, бизнес-коммуникации, брендинг, реклама, PR, эффективность.

Обоснована актуальность исследования вопросов развития маркетинговых коммуникаций в банковской сфере в современных условиях. Доказано, что возможности реализации активной коммуникативной политики современными банками в последние годы постоянно наращиваются. Выявлен основной набор маркетингового инструментария, используемого в сфере коммуникационного обмена на банковском рынке - реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи. Максимальной эффективности от использования этих инструментов банки стремятся достигнуть путем их интегрирования, однако по сложившейся практике отдают предпочтение использованию рекламы и PR. Рассмотрены три коммуникационные стратегии банка, направленные на обеспечение системности коммуникативного комплекса, которые обуславливают воздействие на внешнюю среду, создание системы адаптивных маркетинговых коммуникаций.

Внешнеэкономические и внутриэкономические процессы, происходящие в мире и в России, заставляют нас оценить огромную роль маркетинга в деятельности современного банка и рассмотреть практически, соотносимые с целями современного бизнеса, его коммуникации<sup>1</sup>.

Изучение специфики банковских коммуникаций и разработка новых подходов к совершенствованию коммуникативных процессов в финансовых структурах в настоящее время представляют не только практический интерес, для специалистов банковской сферы, но интересно и ученым финансистам<sup>2</sup>.

Коммуникации выполняют важнейшую роль в банках: выступают в качестве средства включения банка во внешнюю среду, обеспечивают необходимый уровень взаимодействия с окружающими аудиториями, без связи с которыми невозможно или бесполезно существование банка.

В рамках стратегии бизнес-коммуникаций, перед банком стоят две важные задачи: создание и модернизация бренда, а также развитие и увеличение продажи банковских услуг.

Первая задача - создание имиджа банковской структуры, популяризация бренда и повышенное внимание к улучшению своей конкурентной позиции - уже пройдена большинством коммерческих банков, развивающих универсальность и транспарентность.

Данные банки в полном объеме использовали публичность и рекламу для развития бренда, чтобы установить взаимозависимость между продвижением продуктов и сложившегося у потребителя образа марки и продукта.

На сегодняшний день имиджевую рекламу используют только банки, которые работают с широкой клиентской базой для сохранения уровня популярности. Резерв использования коммуникационной стратегии популяризации бренда остается у небольших банков, ориентированных на обслуживание своих владельцев, при условии, что такие банки поменяют стратегию развития и приступят к осуществлению второй задачи: продвижение банковских продуктов и увеличение продаж. Она не в последнюю очередь связана с усиливающейся конкуренции за потребителей банковских продуктов и услуг.

В этой связи большинство банков сфокусировались на формировании долгосрочных отношений с клиентами для стимулирования и поддержания спроса на услуги. Добиться максимальной заинтересованности клиента банка невозможно в короткий срок. Данный процесс начинается с доверия и диалога, продолжается с ростом числа сервисов, которые клиент заказывает в банке, и сопровождается ростом вложений клиента в банк. Если же банк не стремится к достижению данной цели, это может привести к уходу клиента.

Коммуникационная стратегия продвижения продукта носит преимущественно информационный характер и сообщает потребителю о спектре услуг, финансовой выгоды, надежности, скорости проведения банковских операций, доступности услуг и т. д. В данном случае менеджмент банков считает, что покупатель способен самостоятельно выбрать нужное предложение, основываясь на принципах выгоды и эффективности. Основными инструментами такой стратегии являются банковская рекламная информация в печатных и электронных СМИ, реклама банка в социальных сетях, SEO-продвижение банковского сайта в поисковых системах, а также личные продажи.

Применяется также коммуникационная стратегия смешанного типа, или интегративная, направленная не только на расширение круга вкладчиков, но и на постоянное улучшение качества их обслуживания, где используются все инструменты в равной степени, сочетается политика продвижения с брендингом.

Сейчас стратегии бизнес-коммуникаций коммерческих банков рассредоточены по следующим базовым направлениям<sup>3</sup>.

Первая стратегия, которую мы рассмотрим - лидерство продукта. Заключается она в разработке и продвижении на рынок новых услуг, а также в постоянных инновационных процессах.

Основными направлениями своего развития банк называет увеличение клиентской базы, рост доходности активов и собственного капитала за счет управления всеми видами рисков, а также достижение роста прибыли за счет модернизации технологий, расширения сферы деятельности и повышения качества услуг. Банк намерен концентрироваться на увеличении эффективности, контролируемом росте и повышении качества обслуживания, чтобы укрепить свои позиции на рынке и создать базу для дальнейшего планомерного роста.

Лидерство с ориентацией на широкий рынок сбыта стимулирует банк придерживаться коммуникационной стратегии популяризации, т.е. активно работать над своей известностью. Это связано прежде всего с тем, что банк предлагает стандартизированные продукты: ассортимент мало отличается от набора конкурентов. Стратегически важное направление - потребительское кредитование, экспресс-кредиты и платежные карточки.

В связи с этим данные банки достаточно энергично присутствуют в медиапространстве, размещая рекламные ролики на телевидении, уличные баннеры, рекламные модули в печатных СМИ и в Интернете. В некоторых банках маркетинговые службы осуществляют анализ рынка, его динамики, разрабатывают предложения по совершенствованию маркетинговой политики<sup>4</sup>.

Если выбрана стратегия развития и продвижения имеющихся банковских продуктов, то банк работает над увеличением доли рынка, расширением клиентской базы, что достигается совершенствованием ценовой политики и массовой. Зачастую происходит расширение перечня услуг за счет внедрения в практику сопутствующих услуг. С увеличением сети филиалов появляется возможность включить в орбиту пользователей услуг банка новых клиентов. Но большинство крупных и даже средних банков в политике маркетинга постоянно развивают перечень банковских продуктов. Это позволяет удерживать темпы развития и эффективности деятельности банка, включая уровень конкурентоспособности.

Ко второму направлению бизнес-коммуникаций относится стратегия доверительных отношений с клиентами, требующая постоянных процессов управления клиентами, решения их финансовых и нефинансовых проблем, динамических способностей банка реагировать на изменения потребностей клиентов.

Несмотря на значительный объем информации, собираемый банком о клиенте на начальном этапе сотрудничества, и высокие возможности по обработке данных, доступные сегодня банкам, последние исследования показывают, что более 50 % клиентов банка получают нерелевантную информацию<sup>5</sup>. Это включает как информацию о продуктах и услугах, которыми клиент уже пользуется, так и о продуктах и услугах, которые не соответствуют интересам клиента. Однако современный клиент ожидает, что получаемая им информация будет полностью соответствовать его заявленным интересам. В противном случае доверие может быстро исчезнуть. В особенности это касается сферы финансовых сервисов, где клиент раскрывает банку персональную информацию и ожидает, что банк сумеет ею правильно распоряжаться. Таким образом, для того чтобы максимально заинтересовать клиента в сотрудничестве с банком, последнему

необходимо разработать схему взаимодействия с клиентом, которая будет определять содержание сообщений на основании продуктов, используемых клиентом в данный момент. Другими словами, банк должен понимать, что не существует подхода, который будет одинаково успешен при работе со всеми клиентами. Напротив, диалог банка с клиентом должен в реальном времени отображать всю информацию, которую банк имеет о клиенте.

Данная стратегия развития основана на укреплении лояльности всех групп клиентов и привлечении новых, качественном изменении уровня сервиса массового сегмента, оптимизации и модернизации филиальной сети, расширении перечня мобильных и интернет-услуг, а также повышении качества кредитного портфеля.

Это особенно актуально для банков, так как в последнее время все крупные игроки активизировались на второстепенных рынках: пластиковых картах, гарантиях для бизнеса, торговом финансировании, дорожных чеках, интернет-банкинге и т.д. Задача крупных банков - сформировать лояльный круг клиентов в существующих нишах. Акцент на лояльность фокусирует на рекламу этих банков преимущественно в печатных СМИ.

Третья стратегия операционного совершенствования делает упор на показатели затрат, качества, времени реализации операционных процессов и услуг.

Корпоративная стратегия банка направлена на сохранение устойчивых позиций и на внутренние качественные изменения (увеличение непроцентных операционных доходов в структуре общих доходов банка, совершенствование системы риск-менеджмента до уровня международных стандартов, оптимизация бизнес-процессов и др.), на качественное развитие продуктовой линейки и каналов продаж, а также улучшение качества обслуживания клиентов.

Одно из главных специфических качеств банковского продукта в том, что его ценность для клиента определяется не так, как в продажах готовых товаров - перед покупкой.

В отличие от продаж готовых товаров, когда качество продукта и его ценность для клиента, как правило, изучается один раз - непосредственно перед покупкой<sup>6</sup>, продажа банковских услуг обладает другой спецификой.

В тот момент, когда клиент банка приобретает продукт или услугу он может иметь только общее представление о его качестве. Общая оценка качества продукта или услуги складывается не сразу, а через определенное время, когда у клиента произойдет взаимодействие с сотрудниками банка и его процессами. Именно после формирования общего представления клиент может отказаться от продукта или банка, не из-за ценовой политики, а по причине несоответствия требованиям качества<sup>7</sup>.

Критерии качества банковских продуктов и услуг можно рассмотреть с различных сторон: банка и клиента.

С банковской точки зрения качество определяют: расходы, издержки по устранению ошибок, трудоемкость, эффективность и скорость процессов и т. д.

Для клиента критериями качества являются: профессионализм сотрудников, быстрота обслуживания, скорость осуществления операций, время ожида-

ния в отделении, местоположения банка и т. д. Так или иначе, эти параметры соотносятся с ценами и определяют общее отношение к банку.

Таким образом, можно сделать вывод, что именно качество является неотъемлемой частью банковского продукта.

Анализ коммуникационной политики банков указывает, что, несмотря на дифференциацию, абсолютной приверженности к одной единственной стратегии не наблюдается. Большинство банков предпочитает сегодня совмещать стратегии, что говорит об усилении конкуренции и необходимости банков поддерживать одновременно несколько направлений своей деятельности.

Таким образом, коммуникации на банковском рынке развиваются достаточно активно, их характер и особенности определяются главным образом сущностью отношений между потребителем и поставщиком банковской услуги, выражающейся в ее неосвязаемости и качестве услуги, ограниченности ее ассортимента, недоверии потребителя. Перечень маркетингового инструментария, используемого для реализации маркетинговых коммуникаций в банковской среде, практически не отличается от традиционного набора, куда входит реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи. При этом достижение оптимального эффекта от использования этих инструментов также, как и на потребительском рынке осуществляется методом интегрирования. Учитывая данные обстоятельства деятельность специалистов в области маркетинговых коммуникаций на банковском рынке вполне логично может осуществляться по традиционным принципам, однако с учетом специфики свойств банковского продукта, поведенческих особенностей потребителей банковских услуг, а также внешних факторов, оказывающих воздействие на всю финансово-экономическую систему в целом<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> Павлов В.В. Банковский маркетинг, ориентированный на стоимость // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2007. № 1. С. 278-282.

<sup>2</sup> Кравец М.А., Шершень И.В. Региональное исследование банковских коммуникаций // Конкурентоспособность. Инновации. Финансы. 2009. № 2. С. 21-27.

<sup>3</sup> Маркетинг с банковским лицом. URL: <http://expert.ru/kazakhstan/2012/41/marketing-s-bankovskim-litsom>.

<sup>4</sup> Башмаков А.А. Некоторые аспекты управления в информационном обществе // Научное обозрение. 2016. № 13. С. 182-187.

<sup>5</sup> Логвинова Ю.А. Особенности персонифицированных коммуникаций в банковской сфере // Экономическая среда. 2016. № 2 (16). С. 97-99.

<sup>6</sup> Кулягина Е.А., Бедулина В.В. Современные взгляды (концепции) на экономическое содержание прибыли // Транспортное дело России. 2016. № 2. С. 14-17.

<sup>7</sup> Козырь Н.С., Гетманова А.В. Технологии в сфере дистанционного банковского обслуживания: анализ и перспективы развития // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 25 (307). С. 14-29.

<sup>8</sup> Старкова Н.О., Косторная Я.А. Коммуникации в банковской сфере // Бюллетень науки и практики. 2017. № 3 (16). С. 170-178.

## **SPECIFICATION OF APPLICATION OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE BANKING SPHERE**

© 2017 Likhachev Anton Sergeevich  
Undergraduate

© 2017 Kirillova Larisa Konstantinovna  
Candidate of Economics, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: kirillova.sseu@mail.ru

**Keywords:** banking, banking product, transparency, marketing communications, business communications, branding, advertising, PR, efficiency.

The article proves the relevance of research into the development of marketing communications in the banking sector in modern conditions. It is proved that the opportunities for the implementation of an active communicative policy by modern banks have been steadily increasing in recent years. The main set of marketing tools used in the sphere of communication exchange in the banking market - advertising, PR, sales promotion, direct marketing, personal sales, is revealed. The banks strive to achieve maximum efficiency from the use of these tools by integrating them, but in practice they prefer using advertising and PR. Three communication strategies of the bank aimed at ensuring the systemic nature of the communicative complex, which determine the impact on the external environment, the creation of a system of adaptive marketing communications are considered.

УДК 338

## **РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО "БРНУ-ПРИВОЛГА, ТРАНСНЕФТЬ"**

© 2017 Лыкова Кристина Васильевна  
магистрант

© 2017 Сороколет Ирина Ивановна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kristina.vasilevna.93@mail.ru, Sorokoleti@mail.ru

**Ключевые слова:** энергетические ресурсы, энергосбережение, энергоэффективность.

Проведен анализ использования энергетических ресурсов на предприятии и предложены мероприятия по энергосбережению.



Мощный энергетический комплекс - это залог независимости, стабильности, процветания нашей родины. И "ПАО "Транснефть", играет в его эффективном функционировании и развитии одну из решающих ролей<sup>1</sup>. Российская Федерация является одной из ведущих энергетических держав мира. Она обладает большими запасами топливно-энергетических ресурсов. Энергетика включает комплекс отраслей, занимающихся добычей, переработкой и реализацией топливно-энергетического сырья и готовой продукции. Включает угольную, газовую, нефтяную промышленность<sup>2</sup>.

"Бугурусланское районное нефтепроводное управление" (БРНУ) - один из филиалов ПАО "Транснефть - Приволга" восточная часть Приволжских магистральных нефтепроводов<sup>3</sup>. Нефтяной поток движется из Западной Сибири, Оренбуржья и Татарстана впадает в систему АК "Транснефть - Приволга" на нефтеперерабатывающие заводы Самары и далее<sup>4</sup>. Сегодня Бугурусланское РНУ - это современное предприятие трубопроводного транспорта, оснащенное передовой техникой и технологией. Оно эксплуатирует более 1000 км магистральных нефтепроводов, среди которых участок трансрегионального трубопровода Нижневартовск-Курган-Самара.

Основные направления деятельности БРНУ:

обеспечение транспортировки нефти по трубопроводной системе на территории Татарстана, Оренбургской, Саратовской, Волгоградской и Ростовской области, диагностические, профилактические и аварийно-восстановительные работы, обеспечение охраны окружающей среды в районах, где проходит трубопроводная система.

"Транснефть" - один из крупнейших потребителей электроэнергии в России, поэтому вопрос экономии важен. С 2009 года внедряет программу энергоэффективности. Работа идет сразу в нескольких направлениях: на производстве, в сфере модернизации оборудования, в области учета потребления и популяризации идеи энергосбережения среди работников.

Задачи энергоэффективности можно решать по разному. Например, установка диодных ламп вместо ламп накаливания или перевод котельных с мазута на газ дают непосредственный эффект, как говорится здесь и сейчас. Но есть и иные способы, позволяющие экономить энергию - немало мероприятий на производственных объектах компании дают не прямой, а сопутствующий энергосберегающий эффект. Это, например, любая модернизация и замена оборудования, обновление производственных фондов.

Наибольший вклад в экономию топливно- энергетических ресурсов вносит оптимизация технологического процесса перекачки - это правильный выбор режимов перекачки, своевременная профилактика и очистка трубопроводов, применение противотурбулентных присадок, частотно - регулируемых насосов, своевременная замена энергетического оборудования и многое другое.

Основополагающий документ системы энергосбережения БРНУ- энергетическая политика, которая определяет приоритет постоянного повышения уровня энергоэффективности<sup>5</sup>. В соответствии с принципами этого документа предпри-

ятие намерено обеспечивать закупку энергоэффективного оборудования повышенной надежности и проводить ряд энергосберегающих мероприятий.

В условиях неблагоприятной конъюнктуры мирового рынка остро встает вопрос сокращения расходов. В данной ситуации "Брну - Приволга" реализует программы по сокращению энергосбережения и повышению энергетической эффективности. Общий расход энергетических ресурсов представлен в таблице.

| Показатели                                                         | 2015   | 2016    | Отклонения |       |
|--------------------------------------------------------------------|--------|---------|------------|-------|
|                                                                    |        |         | Абсолютное | %     |
| Потребление электроэнергии, используемой для перекачке, тыс. кВт·ч | 931571 | 1008166 | 76595      | 108,2 |
| Потребление котельно-печного топлива, т.т.                         | 30534  | 26518   | -4016      | 86,8  |
| Потребление моторного топлива автотранспорта, т.т.                 | 11072  | 10793   | -279       | 97,5  |

На основании приведенных данных видно, что потребление электроэнергии в 2015 году увеличилось на 76595 тыс. кВт·ч по сравнению с 2016 годом, это связано с увеличением объемов перекачке нефтепродукта. Снижение потребления котельно-печного топлива произошло за счет модернизации оборудования котельных. В настоящее время автоматика следит за работой горелок и расходом газа, температурные режимы переключаются в зависимости от времени года и погоды. Разработан даже график подачи тепла в помещении в зависимости от времени суток. Вечером, после ухода персонала, температуру снижают на два - три градуса, а утром, перед приходом людей, оператор доводит ее до нормы. Это привело к серьезному сокращению энергозатрат. Экономия моторного топлива при эксплуатации автотранспорта ОАО "Бугурусланское РНУ - Приволга", достигнута путем оптимизации работы автотракторной и спецтехники посредством внедрения системы мониторинга автотранспорта на базе ГЛОНАСС. Процесс повышения энергоэффективности это не разовые дискретные мероприятия, имеющие ограниченный во времени срок действия. Необходимо определить долгосрочную систему мер, в основе которой лежит организация постоянно действующей структуры энергоменеджмента на предприятии.

На предприятии активно развивается энергетический менеджмент и внутренний аудит системы энергетического менеджмента в соответствие международному стандарту ISO 50001. Энергетический менеджмент предполагает вовлеченность всех категорий персонала в энергосбережение за счет мотивации и развития корпоративной культуры.

Успешная организация энергетического менеджмента в большой степени зависит от отношения к нему руководства предприятия. Ощутимые результаты могут быть получены, если руководство понимает и рассматривает повышение

энергоэффективности как часть работы по снижению финансовых затрат предприятия, поддерживает и развивает энергетический менеджмент.

С 2016 года в ОАО "Транснефть" действует энергетический паспорт, в котором представлены тенденции по снижению потребления энергии. Энергетический паспорт состоит из следующих разделов: общая информация о компании, с учетом энергетических обследований, данные о количестве энергии, используемой на объекте, показатели эффективности энергопотребления, данные о потерях энергетических ресурсов, рекомендации по их минимизации (для компаний, которые передают энергию), план действий по сохранению потребляемой энергии и повышения уровня эффективности, данные о количестве сотрудников, отвечающих за осуществления плана по повышению эффективности потребления энергии.

ОАО "Бугурусланское РНУ - Приволга" разработала ряд мероприятий по энергосбережению на 2017 год:

Поддержка высшего руководства. Энергополитика, доведенная до сведения персонала.

Формирование рабочих групп по внедрению СЭнМ. Обучение персонала-энергоменеджеров.

Идентификация показателей энергоэффективности и энергосбережения.

Создание информационной системы на основе энергетического обследования: отчетность по показателям энергоэффективности и энергосбережения, включая поставки электроэнергии и потребление за пределами предприятия.

Определение ответственности, взаимодействия работников и подразделений, процедур мониторинга энергопотребления и внутренних проверок.

Разработка мероприятий по мотивации персонала.

В отделе главного энергетика введена штатная единица специалиста, который будет заниматься разработкой и осуществлением мероприятий по энергосбережению, заключением договоров с электроснабжающими компаниями и выбором топливоснабжающей компании.

Программа мероприятий по совершенствованию энергосбережения на предприятии, сможет показать их целесообразность и эффективность.

---

<sup>1</sup> АО "Транснефть". URL: <http://transneft.ru>.

<sup>2</sup> Стрельцов А.В. Инвестиционное обеспечение развития промышленности Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 5 (115). С. 37-44.

<sup>3</sup> Бугурусланское районное нефтепроводное управление (БРНУ) - Приволга. URL: <http://www.pmn.transneft.ru/about/structure/buguruslan>.

<sup>4</sup> Ермакова О.С., Сороколет И.И., Царьков П.И. Инновационная активность ОАО "НК "Роснефть" // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 13-й междунар. науч.-практ. конф., 27-28 нояб. 2014 г. Ч. 1. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2014. С. 93-95.

<sup>5</sup> Энергетическая политика ПАО "Транснефть". URL: <http://transneft.ru/development/347>.

## **DEVELOPMENT OF ACTIVITIES ON ENERGY SAVING AT THE ENTERPRISE OF "DIC-PRIVOLGA, TRANSNEFT"**

© 2017 Lykova Christina Vasilyevna

Undergraduate

© 2017 Sorokolet Irina Ivanovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: kristina.vasileva.93@mail.ru, Sorokoleti@mail.ru

**Keywords:** energy resources, energy conservation, energy efficiency.

The analysis of the use of energy resources in the enterprise was conducted and energy saving measures were offered.

УДК 339.138

## **МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МЕХАНИЗМ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ**

© 2017 Любецкий Павел Брониславович

кандидат экономических наук, старший преподаватель

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия,

г. Горки, Республика Беларусь

E-mail: liubetski@tut.by

**Ключевые слова:** стратегия, маркетинговая стратегия, стратегический анализ, маркетинговая среда, механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии, модель маркетинговой стратегии, эффективность стратегического маркетинга.

Представлен современный взгляд на сущность маркетинговой стратегии и процесс ее формирования и осуществления. Обоснован современный подход к рассмотрению роли маркетинга в управлении предприятием. Предложена актуальная структура содержания маркетинговой стратегии в виде системы взаимодополняющих компонентов. Описан механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии, позволяющий повысить эффективность управления развитием предприятия.

Современные особенности функционирования рынка, проявляющиеся в высокой скорости бизнес-процессов, растущей степени концентрации конкурентов, значительном уровне интенсивности конкуренции, превышении

предложения над спросом, быстрое изменение потребностей покупателей и пр., требуют последовательных действий на рынке, хорошо продуманных на несколько лет вперед. Опыт предприятий, преуспевающих в разных отраслях мировой экономики, свидетельствует о том, что эффективным инструментом управления развитием предприятия на сегодняшний день является стратегический маркетинг. Главными задачами стратегического маркетинга являются формирование содержания маркетинговой стратегии и ее осуществление в реальных рыночных условиях. Разработка маркетинговой стратегии для предприятия и ее правильное претворение в жизнь обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество на рынке и создает основу для долгосрочного успеха. В связи с этим проблема разработки эффективного механизма формирования и реализации маркетинговой стратегии является очень актуальной.

Принцип постановки в центр внимания запросов потребителя завоевал популярность и развился в 70-е годы в научную концепцию. Однако более семи-десяти лет маркетингу отводилась незначительная роль в управлении предприятием, и до начала 90-х годов менеджеры редко прибегали к использованию его принципов в качестве основы для разработки стратегии предприятия. На современном этапе развития стратегического менеджмента самой оптимальной концептуальной основой для разработки стратегии предприятия стал маркетинг, в основе философии которого идея достижения баланса интересов всех сторон сделки - покупателя, продавца и общества в целом.

В качестве философии бизнеса и концепции управления предприятием маркетинг рассматривается благодаря стратегическому характеру его восприятия. Как показывает анализ, в настоящее время маркетинг уже определяется в качестве "рыночной концепции управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирм, направленной на изучение предпринимательской среды, рынка, конкретных запросов потребителей и ориентацию на них производимых товаров и услуг". В последнее время в публикациях по стратегическому менеджменту и стратегическому маркетингу доминирует точка зрения о необоснованном и ошибочном отведении маркетингу традиционной, сугубо функциональной роли. Современные авторы в своих трудах присваивают маркетингу статус философии управления.

В результате, разница между понятиями "маркетинг" и "стратегический маркетинг" состоит в том, на каком уровне в компании используется маркетинговая концепция и насколько высок в ней уровень проникновения идеологии маркетинга во все виды деятельности.

Маркетинговая стратегия должна быть основой стратегии предприятия, так как определяет основные направления перспективного развития компании. Кроме того, маркетинговая стратегия должна разрабатываться на верхнем уровне управления (корпоративном или бизнес-уровне) при тесном взаимодействии с соответствующими функциональными подразделениями. Фактически, опреде-

лить содержание современного понятия "маркетинговая стратегия" можно следующим образом: маркетинговая стратегия - это система управленческих решений, которая ставит в центр внимания соответствие потребностей потребителя и интересов предприятия и обеспечивает гармоничное приспособление предприятия к внешней среде, позволяющее ему развиваться в соответствии с его генеральным курсом, определенным на отдаленную перспективу. Такое определение указывает на принадлежность маркетинговой стратегии к управленческому, а не функциональному уровню и увязывает ее со стратегией предприятия.

Проведенный анализ показал, что с содержательной точки зрения стратегия характеризует одну и ту же цель в разных плоскостях (областях) управления развитием предприятия. В связи с этим целесообразно представляется структура стратегии предприятия, которая охватывает все основные плоскости управления предприятием и важнейшие факторы, предопределяющие результат деятельности предприятия на рынке в достаточной полноте их взаимосвязей. Стратегия предприятия состоит из 11 составляющих: рыночной, финансовой, конкурентной, товарной, сбытовой, ценовой стратегии, стратегии продвижения, сочетания видов деятельности, работы с поставщиками, работы со стейкхолдерами, а также стратегии управления персоналом. Причем, первые 10 вышеуказанных составляющих стратегий формируют маркетинговую стратегию. При таком рассмотрении маркетинговой стратегии эффективность управления развитием предприятия будет максимальной. Апробация предложенной структурной модели маркетинговой стратегии и стратегии предприятия показала, что она особенно эффективна в АПК, причем как в крупных сельскохозяйственных агрокомбинатах и холдингах, так и в средних по размеру перерабатывающих предприятиях. Благодаря эффективному учету изменений, свойственных отраслям АПК<sup>1</sup>, государственной отраслевой политике<sup>2</sup>, региональной структуре сельскохозяйственного производства<sup>3</sup>, динамике внутренней и внешней торговли<sup>4</sup>, а также государственной поддержке<sup>5</sup> в процессе развития сельского хозяйства и глобализации бизнес-процессов.

Одиннадцатикомпонентная структура стратегии предприятия может эффективно использоваться в процессе управления бизнесом предприятия только в составе механизма формирования и реализации маркетинговой стратегии, который традиционно<sup>6</sup> объединяет 1) процесс стратегического анализа; 2) процесс разработки маркетинговой стратегии; 3) процесс осуществления маркетинговой стратегии предприятия. Лишь вначале функционирования предприятия данные процессы осуществляются последовательно, а после первого цикла фактически происходят одновременно, с периодически меняющейся продолжительностью периодов их осуществления. На первом этапе целесообразно выполнять анализ общих параметров рынка, определяющий особенности оценки факторов внутренней и внешней среды предприятия. Задача стратегического анализа состоит в предоставлении значений количественно измеримых показателей оценки факторов внутренней и внешней среды, а также общих параметров рынка. На вто-

ром этапе разработку стратегии предприятия осуществлять необходимо в ходе моделирования зависимостей между количественно выраженными значениями показателей состояния внутренней и внешней среды и результатами рыночной деятельности предприятий отрасли в ретроспективе. В результате второго этапа целесообразно формировать набор возможных стратегий предприятия, из которого затем выбирается наиболее подходящая, и дорабатывается топ-менеджерами и специалистами предприятия с учетом текущих рыночных возможностей и перспективного потенциала предприятия.

Третий этап представляет собой оперативный и стратегический контроль эффективности осуществления мероприятий, направленных на достижение стратегических целей в области каждой из составляющих маркетинговой стратегии. Практика осуществления стратегического менеджмента и маркетинга западными и американскими компаниями, а также успешными отечественными компаниями с развитым стратегическим управлением показывает, что на данном этапе целесообразно использовать современные системы контроллинга типа KPI и Balanced Scorecard. Использование таких систем показателей позволяет менеджерам, отвечающим за результативность стратегического менеджмента и маркетинга на предприятии, в оперативном режиме выявлять несоответствия действий предприятия на рынке тем условиям внешней среды, в которых они осуществляются, и осуществлять необходимые корректировки, не противоречащие поставленной в общей стратегии предприятия цели.

Как показывает анализ опыта применения принципов и методик стратегического менеджмента и маркетинга в управлении развитием бизнеса промышленных и сельскохозяйственных предприятий, основная причина неудовлетворительных результатов в этой области деятельности состоит в том, что достаточно продуманные стратегии неумело осуществлялись, либо им не следовали до конца. Залогом высокой эффективности стратегического маркетинга в подавляющем большинстве случаев выступает регулярный анализ состояния рынка и оперативное реагирование на его изменения.

---

<sup>1</sup> Филиппов А.М. Отраслевая политика и экономическое развитие: проблемы теории : монография. Горки : Белорус. гос. с.-х. акад., 2006.

<sup>2</sup> Воробьев В.А., Филиппов А.М., Чеплянский Ю.В. Аграрная политика (проблемы методологии, теории и практики). Минск : ИАЭ НАНБ, 2003.

<sup>3</sup> Филиппов А.М. Изменения в отраслевой и региональной структурах сельскохозяйственного производства и эффективность аграрного сектора Республики Беларусь // Белорусский экономический журнал. 2016. № 1. С. 95-108.

<sup>4</sup> Чеплянский А.В. Анализ внешней торговли продукцией АПК Республики Беларусь // Научные стремления. 2013. № 5. С. 67-69.

<sup>5</sup> Чеплянский А.В. Государственная поддержка аграрного сектора в условиях переходной экономики // Научные стремления. 2014. № 9. С. 94-98.

<sup>6</sup> Абрамов О.В. Основные принципы эффективной организации процесса стратегического управления корпорацией // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99).

# MARKETING STRATEGY, THE MECHANISM OF ITS FORMATION AND IMPLEMENTATION

© 2017 Liubetski Pavel Bronislavovich  
Candidate of Economics, Senior Lecturer  
Belarusian State Agricultural Academy,  
Gorki, Belarus Republic  
E-mail: liubetski@tut.by

**Keywords:** strategy, marketing strategy, strategic analysis, marketing environment, marketing strategy formation and implementation mechanism, the model of marketing strategy, the effectiveness of strategic marketing.

In the article is provided the modern view on essence of marketing strategy and process of its forming and implementation. Modern approach to consideration of marketing in enterprise management role is reasonable. The urgent structure of marketing strategy content in the form of system complementary components is offered. The mechanism of forming and implementation marketing strategy allowing to increase effective management of enterprise development is described.

УДК 614.1:314

## ВЛИЯНИЕ МЛАДЕНЧЕСКОЙ СМЕРТНОСТИ НА РАЗВИТИЕ СТРАНЫ

© 2017 Майорская Анастасия Сергеевна  
старший преподаватель  
© 2017 Сараев Александр Рудольфович  
кандидат медицинских наук, доцент  
© 2017 Фирюлина Елена Владимировна  
студент

Самарский государственный медицинский университет  
E-mail: as-mayorskaya@rambler.ru, aleksandrsaraev@yandex.ru,  
firuylina.lena@yandex.ru

**Ключевые слова:** младенческая смертность, материнская смертность, экономическая система, статистика.

Рассмотрена проблема младенческой смертности по России и по Самарской области, проанализированы пути решения проблемы, отмечено влияние смертности на экономическую систему.



Все мы знаем, что благополучное развитие страны в большей степени зависит от состояния здоровья ее населения. Чем выше уровень продолжительности жизни, меньше смертности, в том числе материнской и детской, тем выше уровень страны, города, области во всех сферах развития.

Целью статьи является рассмотрение состояния младенческой смертности на сегодняшний день и влияние ее на экономическое развитие.

Россия находится на 62 месте по уровню младенческой смертности среди стран. По данным Росстата, за 2015 год показатель составлял 6,6 на 1000 родившихся живыми<sup>1</sup>. В первом полугодии 2016 года этот показатель составлял 6,1‰. На данное время показатель младенческой смерти снижается, а продолжительность жизни увеличивается. Коэффициент младенческой смертности определяется как:

*Число детей, умерших на 1 – м году жизни в течение года*

$$\frac{2}{3} \text{ родившихся живыми в данном календарном году} + \frac{1}{3} \text{ родившихся живыми в предыдущем календарном году}$$

Рассмотрим ситуацию в Самаре и Самарской области. По данным Самарстат чаще всего младенческая смертность приходится на перинатальный период беременности или рождения (22 неделя беременности и 7 дней после рождения). А так же смерть наступает от врожденных аномалий и других болезней<sup>2</sup>.

*Таблица 1*

**Умершие в Самарской области в возрасте до 1 года  
по основным классам причин смерти за 2014-2015 гг.**

| Показатели                                       | 2015 год      |                     |                    | 2014 год      |                     |                    |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------------|--------------------|---------------|---------------------|--------------------|
|                                                  | Все население | городское население | сельское население | Все население | городское население | сельское население |
| <b>Умершие до 1 года от всех причин, человек</b> | <b>227</b>    | <b>177</b>          | <b>50</b>          | <b>258</b>    | <b>189</b>          | <b>69</b>          |
| в том числе:                                     |               |                     |                    |               |                     |                    |
| от инфекционных и паразитарных болезней          | 6             | 4                   | 2                  | 6             | 3                   | 3                  |
| от болезней органов дыхания                      | 5             | 5                   | -                  | 5             | 4                   | 1                  |
| от болезней органов пищеварения                  | 1             | 1                   | -                  | -             | -                   | -                  |
| от врожденных аномалий                           | 47            | 36                  | 11                 | 63            | 49                  | 14                 |
| от некоторых причин перинатальной смерти         | 138           | 110                 | 28                 | 154           | 113                 | 41                 |
| от несчастных случаев, отравлений и травм        | 5             | 3                   | 2                  | 5             | 3                   | 2                  |
| от других болезней                               | 25            | 18                  | 7                  | 25            | 17                  | 8                  |

По данным табл. 1 видно, что количество смертей сократилось в 2015 году, по сравнению с 2014 годом. Как видно, большее количество смертей приходится на городское население, что объясняется большим количеством проживающих. Разница городского населения и сельского почти в 3 раза. Но переводя данные в проценты, мы увидим, что чаще детская смертность бывает у сельского населения. Так, например, смерть от врожденных аномалий у городского населения составляет 20,3%, а у сельского 22%.

Таблица 2

**Коэффициенты младенческой смертности по основным классам причин смерти  
в Самарской области в 2014-2015гг.  
(умершие в возрасте до 1 года на 10 000 родившихся)**

|                                                      | 2015 год      |                     |                    | 2014 год      |                     |                    |
|------------------------------------------------------|---------------|---------------------|--------------------|---------------|---------------------|--------------------|
|                                                      | Все население | городское население | сельское население | Все население | городское население | сельское население |
| <b>Умершие до 1 года от всех причин</b>              | <b>55,5</b>   | <b>53,0</b>         | <b>66,6</b>        | <b>64,1</b>   | <b>59,5</b>         | <b>81,6</b>        |
| в том числе: от инфекционных и паразитарных болезней | 1,5           | 1,2                 | 2,7                | 1,5           | 0,9                 | 3,5                |
| от болезней органов дыхания                          | 1,2           | 1,5                 | -                  | 1,2           | 1,3                 | 1,2                |
| от болезней органов пищеварения                      | 0,2           | 0,3                 | -                  | -             | -                   | -                  |
| от врожденных аномалий                               | 11,5          | 10,8                | 14,7               | 15,7          | 15,4                | 16,6               |
| от некоторых причин перинатальной смерти             | 33,7          | 32,9                | 37,3               | 38,3          | 35,6                | 48,5               |
| от несчастных случаев, отравлений и травм            | 1,2           | 0,9                 | 2,7                | 1,2           | 0,9                 | 2,4                |
| от других болезней                                   | 6,2           | 5,4                 | 9,2                | 6,2           | 5,4                 | 9,4                |

Проведя анализ 2015 года, выяснилось, что смерть в перинатальный период составляет 60,7% от общего количества смертей среди всего населения. Врожденные аномалии составляют 20,7%. 2,7% составляет смерть от инфекционных и паразитарных болезней. Болезни органов дыхания, несчастные случаи, отравления и травмы занимают 2,1% от общего количества детской смертности. Реже всего дети умирают от болезней органов пищеварения, лишь 0,3%. И 11,1% случаев занимают другие болезни.

Большее количество смертей приходится на сельское население, что может быть объяснено нехваткой квалифицированного персонала, отсутствием нового, усовершенствованного оборудования, отсутствием обширных знаний у женщин о беременности.

Показатель младенческой смертности по Самарской области в 2015 году снизился и составил 5,6 на 1000 родившихся, тогда как в 2014 году этот показатель составлял 6,4. На сегодняшний день этот показатель продолжает снижаться<sup>3</sup>.

Что же меняется? Что помогает сокращать не только младенческую, но и материнскую смертность?

Для снижения младенческой смертности, являющегося одной из целей "Стратегии развития здравоохранения РФ до 2020 года" выдвигаются и исполняются следующие положения<sup>1</sup>:

- обеспечение равного доступа к высококвалифицированной специализированной помощи независимо от проживания в городской или сельской местности путем регионализации помощи;

- расширение сети перинатальных центров с возможностями оказания оптимальной помощи тяжелобольным и крайне незрелым недоношенным детям

- обеспечение равнодоступной высокотехнологичной помощи беременным и роженицам высокого риска;

- повышение качества и регулярности наблюдения беременных для своевременного направления в учреждения необходимого функционального уровня, соответствующего состоянию здоровья женщины, состоянию плода, характеру течения беременности и предполагаемым срокам родоразрешения;

Младенческая смертность, особенно в перинатальном периоде, напрямую связана со здоровьем матери. Многие женщины, находясь в положении, не задумываются о своем образе жизни. Все чаще приходится наблюдать за курящими, выпивающими девушками. Часть из них, около 40%, в возрасте от 17 до 23 лет<sup>2</sup>. Чтобы коэффициент детской смертности продолжал снижаться, не только женщинам, но и мужчинам, нужно придерживаться здорового образа жизни, ведь от них зависит будущее ребенка.

Рассмотрим ситуацию со стороны экономики. Как же младенческая смертность влияет на экономическое развитие страны, области, города?

Население как никто другой влияет на экономику. Население является, с одной стороны, потребителем товаров и услуг, и, с другой стороны, рабочей силой, производящей те самые товары и услуги, т.е. принимает непосредственное участие в создании валового национального продукта.

С одной стороны высокая смертность может значительно влиять на экономическое развитие в лучшую сторону. Будет хватать рабочих мест, будет расти доля работающих женщин, улучшится здоровье как взрослых людей, так и детей. Экономический рост будет опережать рост населения.

Но с другой стороны, старение населения будет идти куда быстрее. Если сохранять высокий уровень материнской и младенческой смертности, то через несколько десятков лет можно столкнуться с сокращением населения трудоспособного и репродуктивного возраста, что скажется как на рынке труда, на социально - экономическом состоянии страны, так и на числе рождений. Может приостановиться развитие экономической, социальной, политической сфер и их составляющих<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

<sup>2</sup> Самарастат: Население. URL: [http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/samarastat/ru/statistics/population/](http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/population/)

<sup>3</sup> Там же.

- <sup>4</sup> Младенческая смертность в РФ // Дайджест урология. 2016. № 3.  
URL: <http://uroweb.ru/article/mladencheskaya-smertnost-v-rf-statistika-prichiny-dinamika>.  
<sup>5</sup> URL: <http://demoscope.ru/weekly/2016/0695/barom05.php>.  
<sup>6</sup> URL: <https://iq.hse.ru/news/177664679.html>.

## **INFLUENCE OF INFANT MORTALITY ON THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY**

© 2017 Mayorskaya Anastasia Sergeevna  
Senior Lecturer

© 2017 Saraev Aleksandr Rudolfovich  
Candidate of Medical Sciences, Associate Professor

© 2017 Firyulina Elena Vladimirovna  
Student

Samara State Medical University

E-mail: [as-mayorskaya@rambler.ru](mailto:as-mayorskaya@rambler.ru), [aleksandrsarae@yandex.ru](mailto:aleksandrsarae@yandex.ru),  
[fiyryulina.lena@yandex.ru](mailto:fiyryulina.lena@yandex.ru)

**Keywords:** infant mortality, maternal mortality, economic system, statistics.

The problem of infant mortality in Russia and in the Samara region is considered, the ways of solving the problem are analyzed, the impact of mortality on the economic system is considered.

УДК 332

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА РЫНКЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ**

© 2017 Маликова Ольга Александровна  
студент

© 2017 Семашкина Зинаида Никитовна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: [malik-olga@yandex.ru](mailto:malik-olga@yandex.ru)

**Ключевые слова:** товарный ассортимент, конкуренция, хлебобулочные изделия, потребители, удовлетворение спроса, факторы макро- и микросреды.

Статья посвящена анализу проблем, с которыми сталкиваются компании, выпускающие хлебобулочные изделия. Авторы рассматривают влияние макро- и микрофакторов на формирование ассортимента хлебобулочных изделий, выявляют сильные и слабые стороны рассматриваемой компании, разрабатывают предложения по совершенствованию ассортиментной политики предприятия.

В настоящее время рынок Самарской области демонстрирует ежегодное уменьшение выпуска хлеба на 4-7%. Хлебозаводы расширяют ассортимент и модернизируют производство, однако на увеличении объемов производства это не отражается<sup>1</sup>. В последние 5 лет число крупных и средних хлебозаводов в РФ сократилось почти в 2 раза. В Самарской области наблюдается та же тенденция, что на российском рынке. Сокращение происходило за счет активного развития малых пекарен в небольших населенных пунктах, которые выпускают более дешевую продукцию из-за отклонения от стандартной технологии приготовления хлеба и муки низкого качества<sup>2</sup>. Как показали наши исследования, за последние 10 лет произошли изменения в предпочтениях потребителей Самарской области. Покупатели чаще выбирают хлебобулочные изделия отличающиеся оригинальным рецептом, упаковкой. Еще одной причиной изменения потребительских предпочтений является растущий интерес Россиян к здоровому образу жизни. Поэтому в рецептуре предприятий появляются изделия с использованием пектин-содержащих фруктов и овощей, отрубей, льняного семени, а также орехов и семян тыквы и подсолнечника. И пожалуй, еще одной из главных причин, влияющих на потребление хлеба и расширение ассортимента хлебобулочных изделий оказывают экономические кризисы. Как правило, со снижением уровня дохода населения возрастает спрос на хлебобулочные изделия, изготавливаемые по классической рецептуре и недорогими по стоимости, а следовательно и по цене, что приводит к увеличению их производства. И как только экономическая ситуация стабилизируется спрос на данные виды изделий начинает падать.

Рассмотри деятельность одной из самарских компаний - ООО "Хлебное", основанную в 2008 году в г. Самаре. ООО "Хлебное" в своем производстве использует экологически чистые, натуральные компоненты. Вся продукция предприятия сертифицирована и имеет санитарно-гигиеническое заключение. Динамика основных финансово-экономических показатели деятельности компании представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Основные коэффициенты финансово-экономического состояния ООО "Хлебное "**

| Показатели                                     | 2014 год | 2015 год | 2016 год | Отклонения, +/- | Норма    |
|------------------------------------------------|----------|----------|----------|-----------------|----------|
| 1                                              | 2        | 3        | 4        | 5               | 6        |
| <b>1. КОЭФФИЦИЕНТЫ ЛИКВИДНОСТИ</b>             |          |          |          |                 |          |
| 1.1. Коэффициент общей ликвидности             | 0,87     | 1,02     | 1.01     | -0,01           | 2        |
| 1.2. Коэффициент срочной ликвидности           | 0,45     | 0,46     | 0.52     | 0,08            | 07,-0,8  |
| 1.3. Коэффициент абсолютной ликвидности        | 0,04     | 0,04     | 0.05     | 0,01            | 0,2-0,25 |
| <b>2. КОЭФФИЦИЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ</b> |          |          |          |                 |          |
| 2.1. Коэффициент общей задолженности           | 0,23     | 0,20     | 0.17     | -0,03           | <1       |
| 2.2. Коэффициент собственного капитала         | 0,0002   | 0,0002   | 0,0002   | 0,00            | 60 %     |

| 1                                                          | 2     | 3     | 4     | 5     | 6 |
|------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|---|
| 2.3. Коэффициент долгоср. задолженности                    | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 0,00  |   |
| 3. КОЭФФИЦИЕНТЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ                         |       |       |       |       |   |
| 3.1. Коэффициент оборачиваемости активов                   | 5,70  | 6,34  | 4.31  | -2,03 |   |
| 3.2. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности | 14,85 | 18,21 | 10.56 | -7,65 |   |
| 3.3. Коэффициент оборач-ти кредит. задолж.                 | 7,58  | 9,52  | 6.02  | -3,5  |   |

Как видим коэффициенты ликвидности увеличились и постепенно приближаются к нормам, коэффициент общей ликвидности снизился на 0,01. Это объясняется тем, что темп роста краткосрочных обязательств опережает темп роста оборотных активов. Коэффициент срочной ликвидности увеличился на 0,08, абсолютной - на 0,01 из-за увеличения общей суммы краткосрочных обязательств, денежных средств и дебиторской задолженности. Изменение коэффициентов финансовой устойчивости имеют положительную тенденцию. Из-за снижения коэффициента общей задолженности на 0,03, у предприятия меньше потенциальной опасности возникновения дефицита денежных средств, которое может привести к банкротству. Коэффициенты долгосрочной задолженности и собственного капитала остались неизменными, так как у предприятия не было долгосрочных задолженностей. По изменениям коэффициентов деловой активности можно судить о снижении оборачиваемости активов, дебиторской и кредиторской задолженностей. А из-за уменьшения оборачиваемости материально-производственных запасов увеличилась длительность операционного цикла в целом.

Показатели рентабельности также имеют положительные тенденции. Рентабельность продаж увеличилась на 0,012, рентабельность активов - на 0,083, рентабельность собственного капитала снизилась на 0,24 процентных пунктов из-за того, что нераспределенная прибыль растет более быстрыми темпами, чем чистая.

Таким образом, можно отметить финансово-устойчивое состояние компании, а следовательно, ООО "Хлебное" имеет все возможности для занятия лидирующих позиций на Самарском рынке хлебобулочных изделий.

Матрица General Electric позволит нам оценить привлекательность ООО "Хлебное" на основе двух характеристик: силы позиции в отрасли и привлекательности самой отрасли (см. рисунок).

|                         |                      |                         |                                 |                             |
|-------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| привлекательность рынка | высокая              | 1 инвестирование и рост | 2 инвестирование и рост         | 3 избирательность           |
|                         | средняя              | 4 инвестирование и рост | 5 избирательность ООО "Хлебное" | 6 сбор урожая/ уход с рынка |
|                         | низкая               | 7 избирательность       | 8 сбор урожая/ уход с рынка     | 9 сбор урожая/ уход с рынка |
|                         |                      | слабая                  | средняя                         | сильная                     |
|                         | конкурентная позиция |                         |                                 |                             |

Рис. Матрица "привлекательность рынка - преимущества в конкуренции" для ООО "Хлебное"

Необходимо отметить, что привлекательность рынка хлебобулочных изделий, особенно по оригинальным рецептурам, можно оценить как среднюю. По мере развития рынка потребности и ожидания потребителей все больше дифференцируются. Это неизбежная особенность приближающейся зрелости рынка. Для производителей это означает "измельчание" рыночных сегментов. Т.е. рынок "расползается" на все большее и большее количество сегментов.

Конкурентная позиция предприятия, которая рассчитывается в матрице "Дженерал Электрик - МакКинзи" может включать в себя множество различных факторов и коэффициентов. Оценивая положение ООО "Хлебное" можно сказать, что его доля на самарском рынке не велика (не более 15 %). Но в то же время предприятие имеет ряд преимуществ перед конкурентами, в число которых входят: высокое качество производимой продукции, надежные каналы сбыта, наличие нового высокотехнологичного оборудования, профессионализм работников предприятия, а так же узнаваемость торговой марки.. Но несомненно есть еще к чему стремиться. Следовательно, конкурентную позицию компании можно определить как среднюю, т.к. существуют и более сильные конкуренты. ООО "Хлебное" занимает поле номер 5, которому соответствует стратегия избирательного роста.

Проведенный SWOT- анализ ООО "Хлебное", позволил выявить положительные и отрицательные тенденции развития компании, основанные на организационно-экономических резервах экономического потенциала компании, использование преимуществ компании на рынке хлебобулочных изделий, отличающих ее от основных конкурентов для формирования и реализации стратегических направлений развития.

Основными покупателями ООО "Хлебное" являются работающие граждане от 23 до 60 лет, а также неработающие, пенсионеры (табл. 2).

*Таблица 2*

#### **Группы покупателей хлебобулочных изделий**

| <b>Потребители</b>  | <b>Возраст</b> | <b>Доход, руб.</b>  | <b>Положение в обществе</b> | <b>Стиль поведения</b> | <b>Процесс покупки</b>              |
|---------------------|----------------|---------------------|-----------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Работающие граждане | От 23 до 60    | Более 10000 в месяц | Стабильное                  | Активный               | Совершают покупки ежедневно         |
| Неработающие        | От 20 до 60    | Менее 10000 в месяц | Неустойчивое                | Пассивный              | Совершают покупки 2-3 раза в неделю |
| Пенсионеры          | От 55 до 90    | от 3000             | Стабильное                  | Пассивный              | Совершают покупки 2-3 раза в неделю |

Главными конкурентами по г. Самара для ООО "Хлебное" являются ЗАО "Самарский булочно-кондитерский комбинат, ООО "Самарский хлебозавод №2, ОАО "Самарский хлебозавод №5".

Лидирующее положение на рынке среди основных конкурентов ООО "Хлебное" занимает ЗАО "Самарский булочно-кондитерский комбинат около 35% доли рынка. ООО "Хлебное" занимает 15% рынка<sup>3</sup>. Цены на продукцию, выпускаемую ООО "Хлебное" являются более привлекательными, так как на 2-3% ниже чем у основных конкурентов г. Самара.

Проведенный опрос покупателей позволил выявить основные предпочтения, пожелания и замечания к товарному ассортименту компании на базе которых были разработаны направления развития, включающие выпуск новых изделий на основе слоеного теста.

Таким образом, решение выявленных проблем будет способствовать дальнейшему насыщению потребительского рынка хлебобулочных изделий, улучшению состояния розничной торговли и быстрой реализации данных товаров.

---

<sup>1</sup> Ванина Э.Г., Николаева К.С. Тенденции рынка хлебобулочных изделий в Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128).

<sup>2</sup> Богомолова И.П., Белимова Е.А. Оценка и направления роста ресурсного потенциала предприятий хлебопекарной отрасли // Экономика и предпринимательство. 2013. № 11 (40).

<sup>3</sup> Потникова Т.В., Щуцкая А.В. Состояние рынка хлебобулочных изделий и оценка конкурентоспособности продукции ЗАО "Самарский БКК" // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сб. науч. ст. Всерос. заоч. науч.-практ. конф, посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та, 10 июня 2016 г. Ч. 3. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 82-88.

## **IMPROVEMENT OF THE ASSORTMENT POLICY OF THE COMPANY FOR PRODUCING BAKERY PRODUCTS IN THE MARKET OF THE SAMARA REGION**

© 2017 Malikova Olga Aleksandrovna  
Student

© 2017 Semashkina Zinaida Nikitovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: malik-olga@yandex.ru

**Keywords:** product assortment, competition, bakery products, consumers, demand satisfaction, macro- and microenvironment factors.

The article is devoted to the analysis of problems faced by companies that produce bakery products. The author considers the influence of macro and macro factors on the formation of assortment of bakery products, identifies the strengths and weaknesses of the company in question, develops proposals for improving the assortment policy of the enterprise.



## ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

© 2017 Маринина Елена Валерьевна  
магистрант

© 2017 Хрысева Анна Александровна  
кандидат экономических наук, доцент

Волгоградский государственный технический университет  
E-mail: e.marinina04@mail.ru

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, фактор, бизнес-процессы, маркетинговая деятельность.

В условиях глобализации экономики и конкурентной борьбы главным фактором, позволяющим компании сохранять стабильность и удерживать выгодные позиции в постоянно меняющихся экономических условиях, которые формируются за счет факторов, находящихся за пределами национальной экономики, является конкурентоспособность. В данной статье рассмотрены современные факторы обеспечения конкурентоспособности.

Для каждой компании в условиях повышения конкурентной борьбы на первый план выходит задача сохранения конкурентоспособности<sup>1</sup> и повышения собственной конкурентоспособности<sup>2</sup>. Конкурентоспособность является одной из необходимых компонент для успешного развития компании<sup>3</sup>. К понятию конкурентоспособность существуют различные подходы среди исследователей. Рассмотрим некоторые из них. По определению М. Портера конкурентоспособность представляет собой "способность успешно управлять цепочкой ценностей компании по сравнению с конкурентами в производстве"<sup>4</sup>. Конкурентоспособность, по мнению О. Сабдена, определяется, как возможность приспособиться производителю к быстро меняющимся условиям рынка и конкурентной среде<sup>5</sup>. По мнению Р.А. Фатхутдинова "конкурентоспособность - это состояние или способность субъекта с объектом занимать лидирующие позиции в отрасли и успешно конкурировать со своими конкурентами на конкретном рынке"<sup>6</sup>. Конкурентоспособность является одной из важнейших характеристик, которая используется для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов<sup>7</sup>. Таким образом, конкурентоспособность в отношении какого бы субъекта она ни рассматривалась, означает способность данного субъекта выдерживать конкуренцию. Проводя анализ конкурентоспособности, следует сделать вывод, что на конкурентоспособность компании влияют: 1) внутренние и внешние факторы деятельности компании; 2) факторы основанные на конкурентоспособности продукции; 3) факторы базирующиеся на конкурентоспособ-

ности потенциала каждого бизнес- процесса компании. Следует отметить, что данные факторы могут оказывать на деятельность компании и конкурентоспособность как положительное влияние, так и отрицательное. Необходимо отметить что, классификация факторов конкурентоспособности компании довольно обширна<sup>8</sup>, и в данной статье мы рассмотрим наиболее важную их классификацию. Совокупность факторов конкурентоспособности компании разделяют на внутренние и внешние. Рассмотрим данные факторы более подробно.

Как известно, деятельность компании складывается, как из внешних факторов, так и из внутренних. Для начала рассмотрим внутренние факторы, которые определяют способность компании обеспечивать свою внутреннюю деятельность. Итак, отметим критерии, из которых складываются внутренние факторы.

- Деятельность работников, обеспечивающих процесс работу компании. На данном этапе руководитель компании должен: мотивировать работников, уделять внимание их деятельности, разрабатывать программы для повышения их квалификации, а также развивать корпоративную культуру. Именно ее развитие способствует увеличению ответственности работников за качество выпускаемого ими продукта. Следует отметить, что формирование корпоративной культуры бесконечный процесс, культура компании постоянно нуждается в развитии и результат может возникнуть не сразу. Таким образом, благодаря развитию корпоративной культуры, разработке программ повышения квалификации, компания повышает не только свою конкурентоспособность, но также и качество производимой ею продукции.

- Маркетинговая деятельности компании. Изучению маркетинговой среды придается очень важное значение, так как с помощью этой деятельности координируются возможности производства и распределение товаров и услуг, а также определяется, какие шаги необходимо предпринять, чтобы продать товар или услугу конечному потребителю. Именно маркетинговая деятельность включает такие важные характеристики, как анализ рынка компании, анализ каналов сбыта, объема продаж. Таким образом, маркетинговая деятельность должна совершенствовать производство товаров и услуг для улучшения эффективности работы компании.

Следует отметить, что именно маркетинговая деятельность отражает современные условия развития рынка<sup>9</sup>, ведь, как известно, рынок по своей структуре довольно хаотичен, и находится под влиянием заранее установленных хозяйственных связей, где одна из особых ролей отводится потребителю.

Теперь рассмотрим внешние факторы. Внешние факторы для компаний ведущих зарубежную деятельность также являются значимыми. Данные факторы находятся под влиянием условий, которые компания не может изменить, но должна постоянно отслеживать. Внешние факторы складываются из совокупности экономических, политических и технологических факторов. Экономические факторы отражают экономическое состояние и развитие страны. Благодаря экономическим факторам компания может прогнозировать спрос на свои товары и

услуги в странах реципиентах. На факторы политического окружения влияют особенности государственного и законодательного уровня, а именно налоговое, антимонопольное и патентное законодательство, а так же денежно-кредитная политика. Следует отметить, что для компаний, ведущих свой бизнес на международном уровне, данный фактор имеет весомое значение, так как политическая стабильность в обществе определяет уровень притока инвестиций, а также политику, проводимую местными органами власти в установлении различных льгот и пошлин.

Фактор технической оснащенности одновременно выступает в роли и внешнего и внутреннего фактора. Рассматривая данный фактор в качестве внешнего, следует отметить, что к нему относят уровень научно-технического развития, т.е. насколько эффективно компания в своей деятельности использует новое оборудование, а так же в целом пользуется достижениями научно-технического прогресса. Развитие технологической базы должно способствовать внедрению инновационной продукции. В конечном итоге ориентация на снижение технологической отсталости приведет к повышению конкурентоспособности продукции. Если рассматривать данный фактор как внутренний, то он указывает на то, как компания использует достижения научно-технологического прогресса в целях увеличения эффективности своей деятельности<sup>10</sup>.

Рассмотрев и проанализировав внешние и внутренние факторы конкурентоспособности компании, отметим, что внешние факторы в основном зависят от внешнего окружения и оказывают решающие воздействие на деятельность компании, а внутренние факторы являются регулируемыми и контролируемыми. В условиях глобализации и быстро развивающейся конкуренции на рынке, компании следует учитывать требования покупателя<sup>11</sup> и своевременно реагировать. Чтобы достигнуть высокой степени конкурентоспособности, нужно не только следить за предпочтениями покупателей, но также следует учитывать все возможные факторы, которые оказывают как прямое, так и косвенное воздействие на деятельность компании, а также выявлять их относительную важность и значение. Далее рассмотрим фактор конкурентоспособности продукта. На развитом конкурентном рынке одним из факторов коммерческого успеха продукта является его конкурентоспособность. Конкурентоспособная продукция должна обладать какими-либо конкурентными преимуществами.

В основном конкурентные преимущества делятся на два вида - это низкие издержки и дифференциация товаров. К низким издержкам относится способность компании покупать и продавать сравнимую продукцию с меньшими издержками, чем конкуренты. Дифференциация продукции характеризуется, как способность компании обеспечивать покупателя продукцией с особыми потребительскими свойствами и большей ценностью<sup>12</sup>. Конкурентоспособность поступающего на рынок товара определяется исходя из того, насколько товар отвечает требованиям данного рынка в данный период времени. Рассмотрим факторы, влияющие на конкурентоспособность продукта. В условиях конкурентной борьбы деятельность компании, которая хочет успешно функционировать и

быть конкурентоспособной, должна быть ориентирована на потребителя. Следует отметить, что прочность положения компании на рынке определяется конкурентоспособностью производимой ею продукции, и возможностями вести конкурентную борьбу.

Конкурентоспособная продукция должна обладать следующими свойствами конкурентоспособности: 1) продукт должен отличаться от аналогов конкурентов по качественным и социально - экономическим признакам, и также 2) приносить значительную долю прибыли компании. Выделяют следующие индикаторы конкурентоспособности продукта: назначение (полезность продукта); качественная характеристика продукта; цена товара.

Конкурентоспособность означает высокое качество продукции при поддержании высокой заработной платы и жизненных стандартов. Также важнейшим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность, является повышение темпов производительности труда.

Уровень качества и технический уровень продукции задаются техническим уровнем современного производства, а для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить его с уровнем развития потребностей.

Рассмотрим этапы оценки конкурентоспособности. Первый этап состоит из анализа рынка и выбора наиболее конкурентоспособной продукции. Второй этап - это определение сравнительных параметров образцов продукции. Третий этап - расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого продукта<sup>13</sup>.

Следует отметить, что на конкурентоспособность продукции во многом оказывает влияние и конкурентоспособность самой компании, которая складывается из ее репутации и финансового-экономического состояния.

Как известно, устойчивость компании складывается из организации управления компанией и ее технологического уклада. Если разрыв между организацией управления и техническим уровнем производства в компании весьма значителен, то тем быстрее она теряет свою конкурентоспособность.

Для того, чтобы компания была конкурентоспособной, ей необходимо производить конкурентоспособную продукцию, и при этом минимизировать затраты, но не всегда у компании получается соблюдать данные условия. В противном случае в условиях рынка данная тенденция приведет к снижению эффективности, уменьшению прибыли и, как следствие, ухудшению финансового положения компании. В таком случае потребуются дополнительное финансирование<sup>14</sup>, что в результате понизит конкурентоспособность производителя. Следовательно, для получения дохода от произведенной продукции, компания должна применять интенсивные технологии, а также иметь высокий уровень технической оснащенности производства.

Итак, для того, чтобы производить товар на уровне мировых стандартов, необходимы новые технологии и современное оборудование. Это требует значительных инвестиций, способных обеспечить не только высокое качество российских товаров, но и создать новые рабочие места. Кроме того, конкуренто-

способная продукция даст возможность противостоять растущей конкуренции, и в долгосрочной перспективе привлекать внимание потребителей к продукции компании меньшими усилиями, а значит и с меньшими затратами.

Рассмотрим процесс формирования конкурентоспособности, он состоит из совокупности организационно-экономических мер. Данные меры включают в себя приведение производственных программ выпуска продукции определенного объема, ассортимента и качества в соответствие с имеющимся производственным потенциалом.

Первым фактором формирования конкурентоспособности являются конкурентные преимущества, при этом стоит особо отметить, что наибольшее значение будет иметь их максимальное использование.

Вторую группу факторов составляют показатели качества товара, определяемые действующими стандартами, нормами.

Третью группу факторов составляют, экономические показатели, которые формируют стоимость и цену товара, а также влияют на уровень конкурентоспособности.

Таким образом, благодаря разумному использованию факторов, которые оказывают влияние на эффективность и конкурентоспособность производства, а также соблюдению основополагающих принципов рыночной системы, происходит повышение конкурентоспособности компании. Основные принципы конкурентоспособности продукции состоят из следующих критериев, их следует учитывать при производстве: товар должен превосходить по качеству другие товары на рынке; товар должен преобладать на рынке; товар должен минимизировать издержки труда и материально-денежные средства на единицу товарной продукции; товар должен быть экономически выгодным.

В заключении, хотелось бы отметить, что за последние годы проблема обеспечения конкурентоспособности в международном бизнесе приобрела решающее значение<sup>15</sup>. По мнению авторов статьи это явилось следствием таких общемировых тенденций, как все более возрастающая конкуренция, глобализация производства и отношений, открытость экономики. И на сегодняшний день можно констатировать, что нет практически ни одной компании, которая не провозгласила бы повышение конкурентоспособности, как одну из основных задач своей деятельности. Из этого следует, что процесс формирования конкурентоспособности включает в себя совокупность организационно-экономических мер, среди которых можно выделить организацию производственных программ выпуска продукции определенного объема, ассортимента и качества.

---

<sup>1</sup> Косякова И.В., Яковлев Г.И. Исследование современных принципов и тенденций развития менеджмента // Вестник Самарского государственного университета. 2014. № 6 (117). С. 48-55.

<sup>2</sup> Измайлов А.М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2015. № 3. С. 232-236.

- <sup>3</sup> Международный менеджмент : учеб. пособие / Л.С. Шаховская [и др.]. Волгоград : Изд-во ВолгГТУ, 2016.
- <sup>4</sup> Портер М. Конкуренция : пер. с англ. М. : Вильямс, 2003.
- <sup>5</sup> Сабден О. Предпринимательство. М. : Альфа-Пресс, 2010.
- <sup>6</sup> Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник. М. : Эксмо, 2010.
- <sup>7</sup> Евстратов А.В., Днепровская И.В. Теория отраслевых рынков : учеб. пособие / ВолгГТУ. Волгоград, 2016.
- <sup>8</sup> Евстратов А.В., Абрамов С.А. Стратегический маркетинг : учеб. пособие. Волгоград : Изд-во ВолгГТУ, 2010.
- <sup>9</sup> Дубова Ю.И., Евстратов А.В., Заруднева А.Ю. Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2015.
- <sup>10</sup> Голинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленного предприятия. М. : Дело, 2012.
- <sup>11</sup> Джинджолия А.Ф., Евстратов А.В. Международный маркетинг : учеб. пособие. Волгоград : Изд-во ВолгГТУ, 2011.
- <sup>12</sup> Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. М. : Альфа-Пресс, 2010.
- <sup>13</sup> Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность. М. : Экзамен, 2012.
- <sup>14</sup> Ezangina I.A., Evstratov A.V., Jovanovic T.G. Challenges and perspectives for development of banking credit infrastructure in Russia // International Journal of Economics and Financial Issues. 2016. Т. 6. № 2. С. 58-64.
- <sup>15</sup> Хрысева А.А. Факторы обеспечения конкурентоспособности международного бизнеса российских компаний в условиях кризиса // Известия ВолгГТУ. 2016. № 7 (186). С. 29-32.

## THE FACTORS OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE INTERNATIONAL BUSINESS

© 2017 Marinina Elena Valeryevna  
Undergraduate

© 2017 Khryseva Anna Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Volograd State Technical University  
E-mail: e.marinina04@mail.ru

**Keywords:** competitiveness, factor, business processes, marketing activities.

In the context of economic globalization and competition the main factor allowing the company to maintain stability and to keep competitive position in an ever-changing marketing environment, which is formed due to factors beyond national economy is its competitiveness. This article describes the modern factors those should increase the competitiveness of the company.

## РЕПУТАЦИОННЫЙ РЕЙТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

© 2017 Марфина Ксения Михайловна  
магистрант

Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург  
E-mail: marfinaksu@gmail.com

**Ключевые слова:** конкурентоспособность компании, репутация, репутация компании, рейтинг, критерии оценки.

Рассматривается альтернативный подход к оценке уровня конкурентоспособности компании на рынке. Описывается зарубежный опыт в области рейтинговой деятельности. Отражены основные критерии оценки деловой репутации, их значение в деятельности любой компании.

В существующей рыночной ситуации продолжают эффективно функционировать только те компании, которые помимо материальных активов имеют немаловажный нематериальный актив - положительную репутацию в глазах потребителей, партнеров и других контрагентов. В конкурентном окружении среди массы товаров и услуг репутация компании становится важным критерием выбора для потребителя. Именно формирование положительной репутации компании становится актуальным и набирающим популярность инструментом повышения уровня конкурентоспособности<sup>1</sup>.

В качестве одного из инструментов в конкурентной борьбе становится управление процессом формирования репутации компании. В данном случае, важной проблемой управления репутацией является ее оценка как качественная, так и количественная.

На сегодняшний день существует множество научных моделей оценки деловой репутации. Э.Гриффин, автор известной книги "Управление репутационными рисками: Стратегический подход", описал одну из сложных моделей оценки репутации - RepTrak Pulse (см. рисунок), которая была создана американским Институтом управления репутацией<sup>2</sup>.

Сущность модели:

Данная модель является золотым стандартом для измерения репутации, она рассматривает то, как общественность оценивает известные мировые компании в 25 отраслях более чем в 50 странах мира. Ежегодный рейтинг основан на эмоциональной связи потребителей к бренду. Результаты ранжируются по 7 параметрам: товары(услуги), инновации, рабочее место, управление, гражданство, лидерство, эффективность. Модель RepTrak показывает эмоциональную

связь потребителей с брендом и связывает это с рациональным поведением. Репутация является здесь гарантом того, что:

- потребители покупают товары или услуги;
- потребители рекомендуют компанию своим знакомым;
- компанию поддерживают инвесторы;
- у компании нет проблем с политической властью;
- сотрудники компании имеют устойчивую мотивацию.

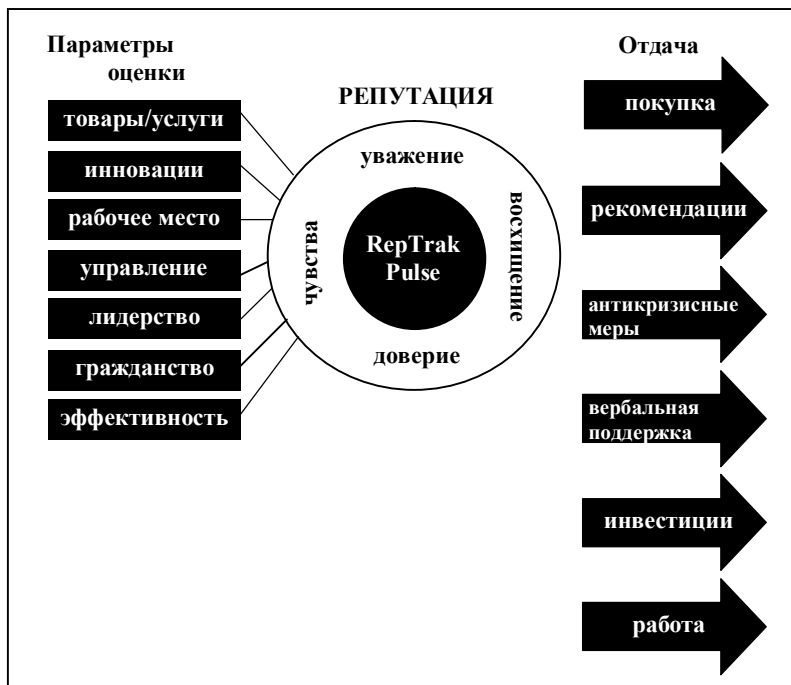


*Рис. Модель RepTrak Pulse*

В конце 80-х гг. XX века в мире существовало около 30 рейтинговых агентств, а рейтинговая деятельность была развита только в США. Сейчас в мире насчитывается уже более 100 агентств, при которых были разработаны такие глобальные репутационные рейтинги, как:

- "Global Most Admired Companies" - журнал Fortune;
- "World's Most Respected Companies" - газета Financial Times (составляется компанией Price Waterhouse Coopers);
- "World's Best Corporate Reputations" - журнал Forbes (составляется организацией Reputation Institute);
- "Far Eastern Economic Review"<sup>3</sup>.

За каждым из таких рейтингов стоит серьезная работа аналитиков известных консалтинговых групп, подкрепленная авторитетом ведущих деловых изданий. При этом важно понимать, что глобальные репутационные рейтинги -



это бизнес-продукты, которые ориентированы на деловое сообщество. Они становятся важнейшими индикаторами экономической стабильности и инвестиционной привлекательности компании, а также одним из инструментов продвижения бренда организации<sup>4</sup>.

На основе проведенного анализа были выбраны наиболее значимые критерии оценки конкурентоспособности компании:

- качество товара/услуги - оценка не только технических характеристик продукта, но и оценка эмоциональной привлекательности продукта для потребителя;

- экономическая эффективность - объем реализации продукции, чистая прибыль, стоимость акций, вклад в экономику страны (региона, отрасли);

- отношения с внешней средой (потребители, поставщики, конкуренты, государство) - оценка каким образом происходит взаимодействие с потребителями, существует ли обратная связь; есть ли задержки по оплатам поставщикам; ведется ли честная конкурентная борьба на рынке; оказывается ли помощь государству;

- привлекательность рабочего места - оценка перспективности работы в компании; текучесть кадров; удовлетворенность сотрудников условиями работы;

- социальная ответственность - оценка участия в различных благотворительных акциях; использование экологически чистых материалов<sup>5</sup>.

Участие компаний в таких рейтингах решает несколько задач сразу:

- во-первых, компания отвечает на вызовы времени и стремится укрепить свою репутацию посредством регулярного раскрытия информации и улучшения своих показателей в рейтингах;

- во-вторых, способствует вовлечению в решение серьезных репутационных задач высшего руководства компании, которое получает сигнал о том, что на рейтинги обращают внимание не только инвесторы, партнеры, потребители, но и власть, и сами сотрудники компании;

- и, наконец, компания использует позиции в рейтинге как альтернативный инструмент повышения конкурентоспособности, поскольку оценка экспертов вызывает больше доверия у потребителей.

---

<sup>1</sup> Дробо К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности : пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2014.

<sup>2</sup> Козлова Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании : монография. М. : Дашков и К°, 2014.

<sup>3</sup> Мамон Н.В., Смирнова Ю.А. Методический подход к управлению имиджем предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. № 2.

<sup>4</sup> Старов С.А. Управление брендами : учебник. 3-е изд., испр. СПб. : Высш. шк. менеджмента, 2014.

<sup>5</sup> Институт измерения репутации. URL: <http://www.reputationinstitute.com> (дата обращения: 24.03.2017).

## REPUTATIONAL RATING IS AS A TOOL OF INCREASING COMPETITIVENESS LEVEL OF THE COMPANY IN THE MARKET

© 2017 Marfina Ksenia Mikhaylovna  
Undergraduate  
Ural Federal University, Ekaterinburg  
E-mail: marfinaksu@gmail.com

**Keywords:** competitiveness of the company, reputation, reputation of the company, rating, evaluation criteria.

The paper considers an alternative approach to assessing the level of competitiveness of a company on the market. The foreign experience in the field of rating activity is considered. The main criteria for evaluating business reputation, their significance in the activities of any company are reflected.

УДК 338.1

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2017 Махмудова Гюнай Панах кызы  
студент

© 2017 Наумова Ольга Александровна  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: naumovaoa@gmail.com

**Ключевые слова:** экологические затраты, политика устойчивого развития, охрана окружающей среды, капитальные затраты на охрану окружающей среды, текущие затраты на охрану окружающей среды.

Статья посвящена анализу природоохранной деятельности предприятий нефтегазового сектора экономики, которые непосредственно оказывают влияние на состояние экологии. В соответствии с политикой устойчивого развития, которую реализуют крупные компании, они разрабатывают стратегические цели для более устойчивой деятельности в будущих периодах. На примере ПАО "Газпром", ПАО "ЛУКОЙЛ" и ПАО "НК "Роснефть" был проведен сравнительный анализ их экологических затрат.

Сохранение естественных параметров окружающей природной среды в целях безопасного существования человечества на Земле стало одной из актуаль-

ных задач современности. В условиях ухудшения экологической обстановки общество осознает, что необходимо сократить рост загрязнений природной среды. Это возможно сделать, только придерживаясь определенных постулатов. Именно это и произошло в 1992 году на конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро. Была принята концепция устойчивого развития, которую одобрили большинство стран-участниц, в том числе и Россия. Данная концепция стала мировым ориентиром будущего всей цивилизации. Существует множество определений этой концепции, но необходимо выделить ту самую трактовку, которая была опубликована в докладе Международной комиссии по окружающей среде и развитию: "Устойчивое развитие - это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности".

Как известно, 2017 год указом президента РФ был объявлен годом экологии. Это означает, что государство также озабочено экологическими проблемами в стране и пытается всеми методами решить ее, а именно усовершенствовать экологическую нормативно-правовую базу, улучшить экологические показатели в стране.

На локальном уровне осуществление политики устойчивого развития невозможно без участия организаций и предприятий. Наибольший вред окружающей среде наносят добывающие и химические производства. Именно поэтому, для исследования были выбраны такие предприятия, как ПАО "Газпром", ПАО "ЛУКОЙЛ" и ПАО "НК "Роснефть".

Эти компании являются лидерами нефтегазовой отрасли на внутреннем рынке и активно участвуют в мировой торговле. Их роль первостепенна в повышении экологической результативности, как на микро, так и на макро уровне. Являясь крупными налогоплательщиками РФ, они обеспечивают стабильный доход федерального бюджета страны.

Среди заявлений менеджмента постоянно присутствуют высказывания о значимости поддержки устойчивого развития, ставящие его в один ряд со стратегическими целями организации. Осуществляя стратегию устойчивого развития, компании должны придерживаться идеи социального благополучия, снижение вредных выбросов, объективная производственная и финансовая политика компании. В ходе исследования проведена оценка достоверности этих заявлений. Таким образом, можно сделать вывод о том, что подготовка отчета в области устойчивого развития помогает организациям устанавливать цели, оценивать результаты работы, а также управлять преобразованиями, направленными на то, чтобы сделать свою деятельность более устойчивой.

ПАО "Газпром", ПАО "ЛУКОЙЛ" и ПАО "НК "Роснефть" по результатам своей деятельности публикуют особый документ "Отчет о деятельности в области устойчивого развития на территории Российской Федерации". Этот отчет отражает деятельность организации по основным направлениям за определенно взятый период. Отчет в области устойчивого развития раскрывает информацию о воздействии организации (как положительном, так и отрицательном) на окру-

жающую среду, общество и экономику. Подготовка такого отчета делает абстрактные темы осязаемыми и конкретными, облегчая тем самым анализ и контроль влияния изменений в области устойчивого развития на деятельность и стратегию организации. Отчет имеет свою особую структуру и включает описание по следующим областям:

- Основные показатели в области устойчивого развития.

К ним относятся финансовые показатели, показатели в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды и показатели взаимодействия с обществом.

- Корпоративное управление
- Управление в области устойчивого развития
- Управление рисками
- Взаимодействие с заинтересованными сторонами
- Инновационное развитие
- Охрана труда и промышленная безопасность
- Охрана окружающей среды
- Социальные инвестиции
- Управление персоналом
- Взаимодействие с обществом в регионах присутствия

Все отчеты представлены на официальных сайтах компаний. В процессе подготовки и представления, данных компании ориентируются на применение Руководства GRI G4, а также международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Руководство GRI (The Global Reporting Initiative) - это организация "Глобальная инициатива по отчетности", которая предлагает единый международный стандарт отчетности в области устойчивого развития для добровольного применения организациями по всему миру<sup>1</sup>.

ПАО "Газпром" последний раз опубликовал свой отчет в 2014-2015 гг. Но он ежегодно публикует на своем официальном сайте годовой отчет, экологический и финансовый отчеты. ПАО "ЛУКОЙЛ" выпускает такие отчеты раз в два года, соответственно последний отчет о деятельности в области устойчивого развития был в 2013-2014 гг. Первый отчет о деятельности в области устойчивого развития был опубликован в 2005 году и охватывал отчетный период 2003-2004 гг. ПАО "НК "Роснефть" публикует отчет каждый год, соответственно, последний отчет о своей деятельности в области устойчивого развития был опубликован в 2015 году. Рассмотрим подробнее экологические затраты исследуемых компаний в период 2014-2015 гг., которые представлены в их отчетах.

Существует несколько мнений в части определения экологических затрат. По мнению В.Р. Веснина, природоохранные затраты - это "производительные затраты на сохранение природных ресурсов как залог устойчивого экономического развития в будущем". Характерными направлениями природоохранной деятельности предприятия являются: реализация природоохранных мероприятий и эксплуатация природоохранных объектов. В этой связи природоохранные затраты делятся на капитальные и текущие. Капитальные затраты, или экологические инвестиции, направлены на создание природоохранных комплексов, а текущие - на

их содержание. В состав капитальных затрат на охрану окружающей среды входят затраты на поисковые и научно-исследовательские работы, на конструкторскую и технологическую подготовку производства, на приобретение оборудования и инвентаря, на строительные и монтажные работы. Текущие затраты на охрану окружающей среды - это часть ресурсов организации, используемые в процессе содержания и эксплуатации природоохранных сооружений<sup>2</sup>.

Проведем оценку долей инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды от величин выручки и чистой прибыли. (Табл.2). Для этого необходимы данные из отчета о финансовых результатах за 2014 и 2015 года, в частности значения выручки от продаж и чистой прибыли. На основе этого этой формы отчетности проведем анализ природоохранных затрат исследуемых организаций. В табл. 1 представлены данные о выручке и чистой прибыли от продаж.

Таблица 1

**Показатели доходности, млн руб.\***

| Год<br>Компании /Показатели | 2014 год             |                   | 2015 год             |                   |
|-----------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
|                             | выручка<br>от продаж | чистая<br>прибыль | выручка<br>от продаж | чистая<br>прибыль |
| ПАО "Газпром"               | 5 589 811            | 157 192           | 6 073 318            | 805 199           |
| ПАО "НК "Роснефть"          | 5 530 000            | 350 000           | 5 150 000            | 356 000           |
| ПАО "ЛУКОЙЛ"                | 5 504 856            | 394 076           | 5 749 050            | 292 745           |

\* Консолидированная финансовая отчетность ПАО "Газпром", ПАО "ЛУКОЙЛ" и ПАО "НК "Роснефть" за 2014-2015 гг.

Проанализировав показатели доходности исследуемых организаций, можно сделать вывод, что у ПАО "Газпром" наблюдается положительная динамика по всем показателям; у ПАО "НК "Роснефть" наблюдается уменьшение выручки от продаж в 2015 году и незначительное увеличение чистой прибыли; у ПАО "ЛУКОЙЛ" увеличилась выручка, но уменьшилась чистая прибыль. Таким образом, на основании этих данных можно рассчитать долю природоохранных затрат от выручки и чистой прибыли.

Таблица 2

**Доля инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды от выручки и чистой прибыли, %\***

| Год<br>Компании /<br>Показатели | 2014 год             |                   | 2015 год             |                   |
|---------------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
|                                 | выручка<br>от продаж | чистая<br>прибыль | выручка<br>от продаж | чистая<br>прибыль |
| ПАО "Газпром"                   | 0,13                 | 4,79              | 0,11                 | 0,86              |
| ПАО "НК "Роснефть"              | 0,67                 | 10,55             | 0,87                 | 12,54             |
| ПАО "ЛУКОЙЛ"                    | 0,88                 | 12,33             | 0,39                 | 7,72              |

\* Данные об инвестициях в основной капитал на охрану окружающей среды взяты из отчета о деятельности в области устойчивого развития за 2014 ПАО "ЛУКОЙЛ", [www.lukoil.ru](http://www.lukoil.ru), 2015 г. ПАО "НК "Роснефть", Экологический отчет ПАО "Газпром" 2015 г.

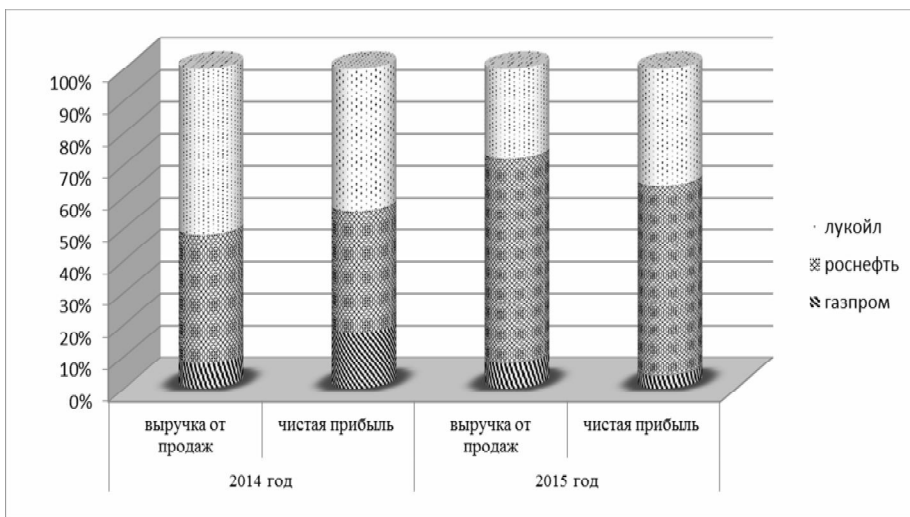


**Рис. 1. Доля инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды**

На основе представленной таблицы и графика, можно сказать, что в 2014 году капитальные вложения на ООС были существенными, по сравнению с 2015 годом. Наибольший объем инвестиций в 2014 - 2015 гг. по отношению к чистой прибыли осуществило ПАО "НК "Роснефть", а наименьший - ПАО "Газпром". ПАО "НК "Роснефть" увеличила свои затраты, имея положительную динамику, в отличие от двух других компаний. Их показатели ухудшились в 2015 году. Причиной этому стал кризис, развернувшийся в полную силу в 2015 году, что и отразилось в деятельности изучаемых компаний. Так в абсолютных значениях инвестиции в основной капитал ООС ПАО "Газпром" снизил на 633,06 млн. руб. в 2015 году, хотя выручка от продаж увеличилась на 483 507 млн. руб. и прибыль от продаж увеличилась на 648 007 млн. руб. ПАО "НК "Роснефть" увеличила свои капитальные затраты на ООС на 7716 млн. руб., несмотря на то что выручка от продаж в 2015 году уменьшилась на 380 млрд. руб., а чистая прибыль, наоборот, увеличилась на 6 млрд. руб. ПАО "ЛУКОЙЛ" в абсолютном выражении на 26 млрд. руб. снизил свои инвестиции в основной капитал по ООС, хотя ее выручка увеличилась на 244 194 млн. руб., а чистая прибыль снизилась на 101 331 млн. руб.

Таким образом, можно прийти к выводу, что не всегда заявления менеджмента об экологии как стратегической цели оправданы. Так ПАО "Газпром" целенаправленно уменьшила капитальные затраты, несмотря на положительную динамику выручки и чистой прибыли. Теперь рассмотрим текущие затраты на окружающую среду.

Доля текущих затрат на ООС, %\*

| Год                   | 2014 год          |                | 2015 год          |                |
|-----------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|
| Компании / Показатели | выручка от продаж | чистая прибыль | выручка от продаж | чистая прибыль |
| ПАО "Газпром"         | 0,20              | 1,50           | 0,24              | 1,84           |
| ПАО "НК "Роснефть"    | 0,40              | 6,23           | 0,53              | 7,58           |

\* Данные об инвестициях в основной капитал на охрану окружающей среды взяты из отчета о деятельности в области устойчивого развития за 2014-2015 гг. ПАО "НК "Роснефть", Экологический отчет ПАО "Газпром" 2015 г.

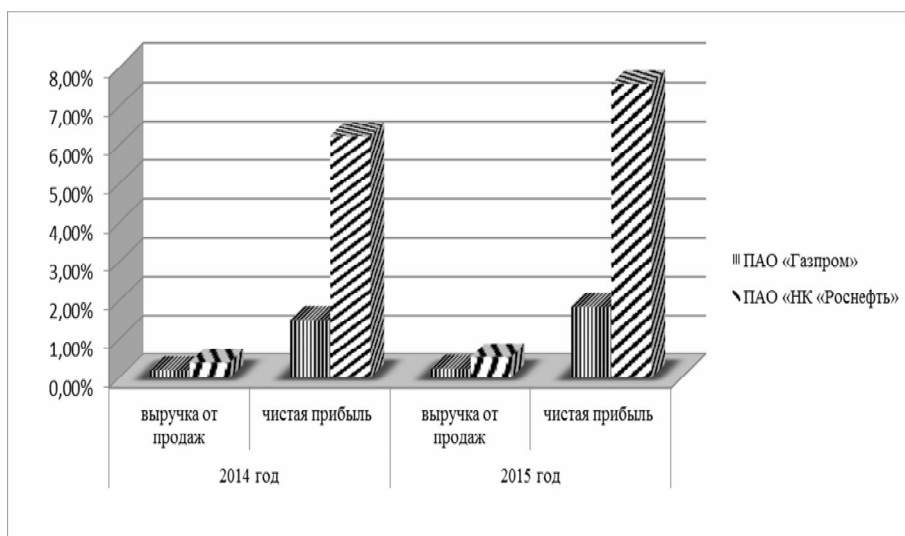


Рис. 2. Доля текущих затрат на охрану окружающей среды

Основываясь на данных отчета о деятельности в области устойчивого развития компаний ПАО "Газпром" и ПАО "НК "Роснефть", которые отразили текущие затраты на ООС в особом разделе отчета об устойчивом развитии об охране окружающей среды за 2014 -2015 года, можно отметить, что наблюдается положительная динамика по обоим показателям. Так в абсолютном выражении ПАО "Газпром" увеличил в 2015 году текущие затраты на ООС на 2674,9 млн. руб., а ПАО "НК "Роснефть" увеличил на 5197 млн. руб. Также можно сделать вывод, что ПАО "НК "Роснефть" произвел большую долю текущих затрат по отношению к чистой выручке, чем ПАО "Газпром". При сравнении текущих затрат на ООС с затратами, согласно данным консолидированного отчета о финансовых результатах, были получены сле-

дующие цифры: 0,44% - доля текущих затрат на ООС в общей сумме затрат компании ПАО "НК "Роснефть" за 2014 год, 0,61%- за 2015 год. Следовательно, компания ПАО "НК "Роснефть" активно осуществляет свою деятельность по охране окружающей среды не только на теории, но и на практике.

Благодаря проведенному исследованию экологических затрат крупных нефтегазовых компаний РФ можно сделать вывод, что они успешно реализуют политику устойчивого развития. Это проявляется в осуществлении капитальных вложений на охрану окружающей среды. Сопоставив их инвестиции в капитальные вложения на ООС с выручкой и чистой прибылью, следует отметить, что не все компании пропорционально увеличивают свои затраты на ООС при увеличении своих доходных показателей. Так ПАО "Газпром" имея абсолютное преимущество по приросту выручки от продаж и чистой прибыли снизил свои капитальные вложения на ООС, что не является достоинством ее деятельности. К примеру, ПАО "НК "Роснефть", несмотря на снизившуюся в 2015 году по влиянием санкций выручку от продаж, продолжает увеличивать инвестиции в основной капитал на ООС. ПАО "ЛУКОЙЛ" также как и ПАО "Газпром" уменьшил свои инвестиции в основной капитал, которое сопровождалось снижением показателя чистой прибыли. Также объектом анализа стали текущие затраты компаний на ООС. На основе отчета об устойчивом развитии ПАО "Газпром" и ПАО "НК "Роснефть", отразившие этот показатель в соответствующем разделе, были рассчитаны их доли в выручке от продаж и чистой прибыли. Общая динамика была положительной, по обоим показателям наблюдалось увеличение, ПАО "НК "Роснефть" произвел текущих затрат на ООС больше, чем ПАО "Газпром" на 12 212,8 млн. руб. Необходимо отметить, что исследуемые организации движутся в верном направлении, им следует наиболее эффективно осуществлять свои затраты из-за непосредственного влияния общеэкономической ситуации в стране и в мире в целом. Рациональное использование и распределение природных ресурсов является залогом успешной деятельности компаний в области устойчивого развития для обеспечения благополучия не только страны, но и человечества в целом<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Отчет в области устойчивого развития ПАО "НК "Роснефть" 2015 г.

<sup>2</sup> Сисина Н.Н. Затраты хозяйствующих субъектов на природоохранную деятельность: понятие, содержание, алгоритм расчета и методика анализа // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. № 4 (53).

<sup>3</sup> См. также: Цуркан М.В., Любарская М.А., Наумова О.А. Повышение бюджетной грамотности населения сельских территорий в рамках инициативных проектов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 2 (148).



# ECONOMIC ANALYSIS OF NATURE PROTECTION ACTIVITIES OF OIL AND GAS INDUSTRY ENTERPRISES

© 2017 Makhmudova Gunay Panakh kizi  
Student

© 2017 Naumova Olga Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: naumovaoa@gmail.com

**Keywords:** environmental costs, sustainable development policy, environmental protection, capital expenditures on environmental protection, current costs of environmental protection.

The article is devoted to the analysis of environmental activities of enterprises of the oil and gas sector of the economy, which directly affect the state of the environment. In accordance with the sustainable development policy implemented by large companies, they develop strategic goals for more sustainable activities in future periods. On the example of Gazprom, LUKOIL and Rosneft, a comparative analysis of their environmental costs was carried out.

УДК 657.471

## АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СЕБЕСТОИМОСТИ И ЗАТРАТ ПАО "ТРАНСНЕФТЬ"

© 2017 Медведева Дарья Николаевна  
студент

© 2017 Мухранова Татьяна Владимировна  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: tatyana7.97@mail.ru

**Ключевые слова:** затраты, анализ, себестоимость, грузооборот, модель затрат, модель себестоимости, цепные подстановки.

Проведен анализ динамики производственной себестоимости и затрат на перегон нефти ПАО "Транснефть" за 2015 и 2016 гг. Для оценки эффективности работы предприятия проведен факторный анализ изменений и выявлены резервы сокращения себестоимости. В качестве исходной информации использовалась публичная бухгалтерская финансовая отчетность общества.

Экономисты под себестоимостью понимают выраженные в денежной форме затраты организации на производство и реализацию продукции. В случае анализа экономической деятельности ПАО "Транснефть" производственной себестоимостью будут являться затраты на перемещение нефти и нефтепродуктов. Себестоимость, характеризующая затраты организации на осуществление своей деятельности, является лучшим индикатором рациональности использования предприятием всех видов ресурсов.

Важнейшим инструментом в системе управления затратами является анализ себестоимости продукции, работ и услуг. С его помощью можно изучить тенденции изменения уровня себестоимости, установить отклонение фактических затрат от планируемых, выявить резервы снижения себестоимости продукции и в дальнейшем выработать мероприятия по их освоению.

Затраты в экономике понимаются как денежное выражение реально потраченных ресурсов, обусловленных самим процессом производства или же другими видами деятельности организации. Затраты непрерывно связаны с производством и реализацией продукции (работ, услуг). Исчисляются затраты, как правило, на конкретный промежуток времени. Особое место в анализе занимает классификация затрат. В состав затрат ПАО "Транснефть" входят такие группы: расходы на оплату труда, страховые взносы и социальные расходы, электроэнергия, материалы, услуги по транспортировке нефти ж/д транспортом, налоги (кроме налога на прибыль), чистое изменение резервов под снижение стоимости и на ликвидацию ОС, себестоимость реализованных товаров, прочие расходы.

Для целей анализа под грузооборотом понимаются тонны транспортированной нефти в расчете на 1 километр.

Проведем анализ изменения себестоимости продукции под влиянием факторов грузооборота транспортированной нефти и затрат на перегон 1 км, используя двухфакторную мультипликативную модель:

$$C = ГО \cdot З,$$

где С- себестоимость

ГО - грузооборот

З - затраты

Благодаря применению метода цепных подстановок нами были получены некоторые результаты.

Таблица 1

**Размер влияния каждого фактора на себестоимость**

| <b>Фактор</b>                 | <b>Размер влияния (млн.руб.)</b> |
|-------------------------------|----------------------------------|
| Грузооборот                   | 5943,63                          |
| Затраты                       | 3047,75                          |
| Итого изменение себестоимости | 8991,38                          |

Так, переменная себестоимость в 2016 году по сравнению с 2015 увеличилась на 8991,38 млн. рублей, в том числе на 5943,63 млн. руб. за счет увеличения грузооборота и на 3047,75 млн. руб. за счет увеличения затрат. Увеличению переменной себестоимости способствовало увеличение переменных затрат, что можно объяснить расширением масштабов производства - произошло строительство и реконструкция магистральных нефтепроводов и резервуаров. Этот же факт является одной из причин увеличения грузооборота - в 2016 году предприятием были построены такие крупные нефтепроводы, как "Заполярье-Пурпе", "Куюмба-Тайшет". Вследствие этого общая протяженность магистральных нефтепроводов увеличилась на 551 км. Также на грузооборот повлияло увеличение поставок по уже ранее существовавшим нефтепроводам. Влияние факторов в процентном соотношении указаны на рис. 1.

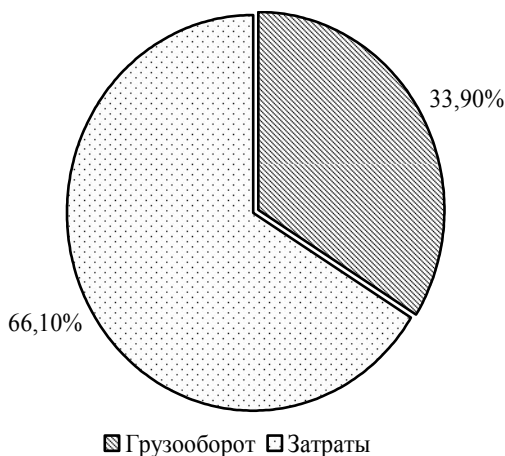


Рис. 1. Факторный анализ динамики себестоимости

Для того, чтобы сократить себестоимость, необходимо тщательно проанализировать статьи затрат и выяснить, по каким из статей в компании можно провести снижение, а в какие, возможно, стоит вложить больше средств для увеличения эффективности работы предприятия. Также увеличение себестоимости в денежном выражении можно связать с инфляцией. Так как индекс цен в проводимом анализе не учитывался.

Одним из востребованных показателей оценки уровня затрат является затратоемкость или Затраты на рубль товарной продукции ( $З_{P.mn}$ ). Этот показатель можно представить как отношение затрат (либо переменной себестоимости) к выручке.  $З_{P.mn}$  является одним из важнейших показателей, которые характеризуют эффективность и рентабельность осуществляемой предприятием деятельности.

Таблица 2

## Отклонение затрат на рубль товарной продукции

|                                                    | 2015 (руб.)  | 2016 (руб.)  | Отклонение (руб.) |
|----------------------------------------------------|--------------|--------------|-------------------|
| Затраты на рубль товарной продукции ( $З_{P.mn}$ ) | 0,3352554197 | 0,3176086905 | -0,017646792      |

Для выявления причин изменения затратоемости проведем факторный анализ его изменения, используя традиционную 3-х факторную модель.

$$З_{P.mn} = \frac{q \cdot C_{ед}}{q \cdot p},$$

где  $q$  - объем

$C_{ед}$  - себестоимость единицы продукции

$p$  - цена единицы продукции

Благодаря факторному анализу модели мы получили следующие результаты: В 2016 году по сравнению с 2015 общие затраты на рубль товарной продукции снизились примерно на 1,77 копеек. В том числе за счет увеличения объема  $З_{P.mn}$  увеличились незначительно. Однако, из-за увеличению себестоимости на единицу продукции  $З_{P.mn}$  увеличились на 0,51 копеек. В то же время за счет увеличения цены  $З_{P.mn}$  снизились на 2,27 копеек и цена в данной ситуации будет являться резервом увеличения затрат. Результаты в процентном соотношении представленные на рис. 2.

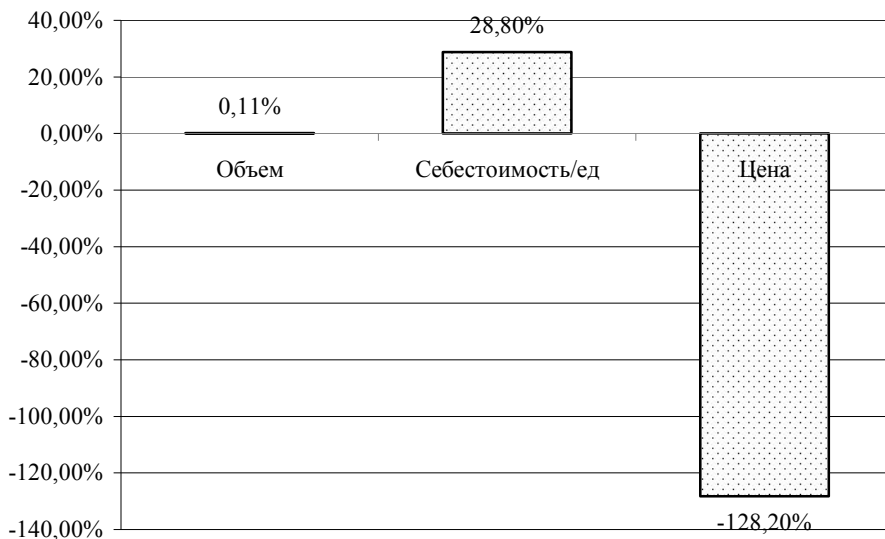


Рис. 2. Факторный анализ динамики затрат

Затраты по цене и объему перегоняемой продукции оказались с резервом, это означает, что ПАО "Транснефть" может увеличивать объемы поставки неф-

ти по уже существующим магистралям, либо начать строительство новых нефтепроводов к недавно открытым месторождениям. Также организация может несколько повысить свои тарифы по перегону нефти.

Общим результатом хозяйственной деятельности предприятия стало увеличение чистой прибыли в 2016 году на 62,4 процента по сравнению с 2015 (в абсолютном выражении - на 89 480 млн. руб.). На увеличение себестоимости повлияло увеличение переменных затрат, однако затраты на рубль товарной продукции снизились, что положительным образом отразилось на общей производственной деятельности ПАО "Транснефть". Организация должна пересмотреть свои переменные затраты, чтобы увеличить эффективность работы предприятия и, как следствие, в будущем снизить продолжаться снижать затраты на рубль товарной продукции, направляя в дальнейшем освободившиеся денежные средства на увеличение производственных мощностей. В данный момент оптимальной стратегией компании при данных условиях будет вложение части средств в строительство магистральных нефтепроводов к новым месторождениям в регионах России, расширение возможностей для экспортных поставок, а также использование средств для привлечения новых инвесторов.

ПАО "Транснефть" перегоняет около 85% добываемой в России нефти и 27% производимых в России нефтепродуктов, а также большие объемы углеводородного сырья и нефтепродуктов стран СНГ, что вкупе с увеличением чистой прибыли в 2016 году станет основными факторами, определяющими инвестиционную привлекательность компании в 2017 году.

---

1. Мельник М.В., Соцкова С.И., Шатунова Г.А. Экономический анализ в схемах и таблицах : учебник / Самар. гос. экон. ун-т. Самара, 2014.

2. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие/ под ред. В.И. Бариленко. М. : КноРус, 2014.

3. Никифорова Н.А., Донцова Л.В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности. М. : Дело и сервис, 2008.

## **ANALYSIS OF DYNAMICS OF COST AND COSTS OF PJSC "TRANSNEFT"**

© 2017 Medvedeva Darya Nikolaevna  
Student

© 2017 Mykhranova Tatyana Vladimirovna  
Student

Samara State University of Economics  
E-mail: tatyana7.97@mail.ru

**Keywords:** costs, analysis, cost, turnover, cost model, chain substitutions.

The article analyzes the dynamics of the production cost and the cost of oil transshipment of PJSC "Transneft" for 2015 and 2016. To assess the effectiveness of the enterprise, a factor analysis of changes was made and reserves of cost reduction were identified. As the initial information the public accounting financial reporting of a society.

## НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

© 2017 Мельникова Ирина Дмитриевна  
студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: irina240719931993@mail.ru

**Ключевые слова:** налогообложение, стратегическое налоговое планирование, налоговый анализ, налоговые риски, бизнес-процесс, кредитная организация.

Рассматривается реализуемая в настоящее время перспективная система налогообложения кредитных организаций, стратегическое налоговое планирование которой дает возможности оптимизации налоговых платежей и развития банков как особых участников хозяйственной деятельности и крупнейших налогоплательщиков.

Банки призваны содействовать ускорению прогрессивных экономических процессов, реализуя эффективную кредитную политику и способствуя стабильности и новым формам взаимоотношений субъектов хозяйствования. Развитие банковской системы осуществляется под воздействием всей совокупности форм и методов государственного управления, среди которых выделяются и налоговые инструменты. Важное место отведено развитию налогообложения и налогового администрирования банков. Предусмотренные Правительством меры ориентированы на тесную координацию с преобразованиями в других областях, отказ от необоснованного увеличения налоговой нагрузки, обеспечение прозрачности деятельности налогоплательщиков, в том числе и банков.

Современный рынок финансовых услуг характеризуется высокой динамичностью, появлением качественно новых банковских продуктов и финансовых инструментов, направленных на эффективное управление финансовыми рисками государства и участников финансовых рынков. Однако их активное внедрение затруднено зачастую неадекватной оценкой налоговых последствий проведения при прямом применении действующей редакции норм Налогового Кодекса РФ (НК РФ). Это также предопределяет необходимость формирования новых и совершенствования используемых подходов в методологии налогообложения банков для обеспечения обоснованного налогового воздействия на развитие банковской деятельности, создания равных конкурентных условий применения различных финансовых инструментов.

Налоговое законодательство по объективным причинам является сложным и динамичным, что вызывает возникновение проблемы неоднозначности трактовки его норм, в том числе в правоприменительной практике. В результате усиливаются налоговые риски, негативно отражающиеся на финансовом поло-

жении и репутации банка. Задача минимизации рисков требует развития методов их идентификации, методологии формирования налоговой базы по налогам, уплачиваемым банками, и совершенствования методики налогового учета и формирование устойчивой стратегии в части оптимизации налогообложения в целом.

Банки являются, как правило, достаточно устойчивыми и крупными налогоплательщиками, что обусловлено законодательно установленными требованиями к уровню капитализации и ликвидности кредитных организаций. Это вызывает повышенный интерес налоговых органов относительно выполнения кредитными организациями налоговых обязательств. Отсутствие же определенности в применении общего порядка налогообложения в условиях значительной специфики банковского продукта, деятельности банков и ведения бухгалтерского учета является причиной судебных споров между налоговыми органами и банками-налогоплательщиками. Отмеченное предопределяет необходимость поиска и разработки новых форм и методов налогового администрирования, базирующихся на содержательной стороне проводимых операций и учитывающих волатильность хозяйственных связей. Важнейшей стороной этого процесса является построение такой стратегической модели управления системой налогового планирования, которая бы связала методологию налогообложения банков с методологией налогового контроля, анализа и мониторинга налогового потенциала банков, что будет способствовать гармонизации интересов участников налоговых отношений.

Важной стороной в процессе налогового планирования является составление плана и прогноза будущих налоговых платежей, также руководству необходима полная и достоверная информация о финансово-экономической и налоговой деятельности в целях максимально точного расчета экономического эффекта от внедрения возможных методов налоговой оптимизации. Поэтому важной составляющей налогового администрирования в коммерческих банках выступает налоговый анализ, который на основе обширного методологического инструментария подготавливает информацию о реальном состоянии и структуре налогового поля и налоговой задолженности.

Информационная система, формируемая в ходе налогового анализа, позволяет принимать обоснованные управленческие решения по повышению налоговой дисциплины, оптимизации налоговых платежей и максимизации прибыли, что в конечном итоге дает банку (как и любому экономическому субъекту) объективную возможность направлять финансовые ресурсы на поддержание и укрепление своих позиций на высоко конкурентном рынке банковских услуг. Поэтому использование инструментов налогового анализа и планирования, позволяющих прогнозировать налоговую нагрузку, эффективно управлять ресурсным потенциалом, значительно снижать финансовые риски, актуально и своевременно именно для банков, в силу специфики своего положения в финансовой архитектуре экономики страны, играющих существенную роль в обеспечении полного и своевременного поступления налоговых платежей в бюджет и требований по выполнению обязательных нормативов ЦБ РФ.

Налоговый анализ является одним из методов налогового администрирования в конкретный период по конкретной ситуации для определения направлений и рисков развития банка. Налоговый анализ представляет собой анализ и оценку системы налогообложения банка как экономического субъекта, объектом которого выступают налогооблагаемые базы и налоговые платежи. Такой вид анализа направлен на исследование взаимовлияния налогов и финансового состояния экономического субъекта, взаимосвязи показателей финансово-хозяйственной деятельности и налоговых платежей. Анализ налогообложения в коммерческих банках основывается на системном подходе, обеспечивающем выбор налогового режима, элементов налогового учета, способов оптимизации налогов, что позволяет на практике реализовать стратегию оптимального управления<sup>1</sup>.

Налоговый анализ является трудоемким процессом, начиная от выбора объекта анализа и заканчивая формированием выводов по полученным результатам. Каждый этап его проведения должен быть построен таким образом, чтобы можно было глубже исследовать финансовое положение экономического субъекта, а также максимально точно дать оценку результатам аналитической работы.

По результатам проведения налогового анализа, руководство банка получает объем информации, достаточный, чтобы перейти непосредственно к оптимизации всей налоговой нагрузки, либо конкретных налогов. На этом этапе, важное значение приобретает налоговое планирование и прогнозирование, которое помогает с большей точностью рассчитать исход будущих оптимизационных мероприятий, а также, при необходимости, позволит контролировать их действие в будущем, что положительно влияет на увеличение налоговой дисциплины. Инструментами налогового планирования являются способы, посредством которых достигается оптимизация налогообложения, которая рассматривается как совокупность координационных мероприятий в рамках действующего правового поля, связанных с выбором местоположения, времени и видов деятельности формированием наиболее эффективных проектов и договорных отношений, с целью повышения ресурсного потенциала экономического субъекта за счет минимизации налоговых затрат. Методология налогового планирования имеет достаточно широкий спектр теоретических и практических способов для создания эффективной системы налоговой оптимизации, каждый из которых ориентирован на конкретную ситуацию и позволяет спрогнозировать ее развитие в будущем. Действующая схема планирования и прогнозирования коммерческого банка в рамках классической модели удобна, если он не ограничен ни в материальных, ни в финансовых средствах, поскольку подразумевает отложенные бизнес-процессы и стабильные договорные отношения с клиентами. На практике же обычно происходит обратное. Здесь необходимо учитывать особенности формирования финансовых ресурсов банка и их структуру, направления размещения ресурсов, качество активов банка и способность генерации стабильного денежного потока. Поэтому метод ситуационного планирования подходит лишь на кратковременные периоды, когда все бизнес-процессы, в т.ч.



системы взаимодействия с клиентом (CRM) находятся под полным контролем руководства. В случае, когда сложно контролировать ситуации на длительную перспективу, можно применять балансовый метод, который включает в себя формирование и консолидацию всех бюджетов коммерческого банка. В этих целях необходима организация финансовой структуры, состоящей из центров ответственности.

После составления налогового календаря целесообразно выбрать и проанализировать инструменты налоговой оптимизации, так как именно на этом этапе определяются мероприятия, которые позволят уменьшить будущие налоговые платежи законными способами. Далее, на основании метода ситуационного планирования (раскрытие каждой хозяйственной операции по доходам и расходам), составляется прогнозный баланс доходов и расходов банка, который группирует имеющиеся доходы и расходы на облагаемые и необлагаемые.

Длительное время установленные налоговым законодательством обязанности и предъявляемые со стороны налоговых органов требования носили фискальный характер, сопровождалось административными мерами воздействия. Принятие первой части НК РФ и ее дальнейшее совершенствование оказали позитивное влияние на деятельность банков в части организации их взаимоотношений с налоговыми органами. Тем не менее, еще остались многочисленные методологические и организационно-процедурные вопросы, не получившие должного решения. Они возникают как со стороны налогоплательщиков (например, при ограничении операций по банковскому счету), так и налоговых органов (в частности, в силу ограничения доступа к информационной базе коммерческих банков).

Учитывая особое положение банка и его роль в экономике, а также существенные масштабы утечки капитала за рубеж в последнее время, в том числе посредством механизма трансфертного ценообразования, актуализировали необходимость корректировки действовавшего в РФ механизма контроля цен и сделок, что привело к принятию нового Закона, направленного на внесение изменений в принципы и порядок определения цен для целей налогообложения. Для банка, как для участника любых безналичных расчетов между компаниями (в т.ч. и при расчетах с компаниями-нерезидентами) существенными в этой связи стали изменения в налоговом законодательстве, меняющие механизмы работы налогоплательщиков, которые должны учитываться ими для снижения рисков доначисления налоговых платежей. Появилась новая, самостоятельная форма налогового контроля - контроль за трансфертным ценообразованием, которая будет проводиться дополнительно к привычным камеральным и выездным проверкам. Она проводится федеральным органом исполнительной власти, имеет иные предельные сроки (6 месяцев, в отдельных случаях - 12), срок давности по налоговым нарушениям - 3 года. Ограничения по количеству проверок соответствуют условиям выездных проверок. Таким образом, появилась необходимость выявления взаимозависимости с поставщиками и покупателями, контроля изменения состава собственников, отношений родства и свойства при осуществлении операций с физическими лицами, а также отслеживание цепочки участников сделки и их функциональной роли, не являющихся зависимыми. Участие банка в сомнитель-

ных расчетах и операциях между организациями (под особым вниманием расчеты с иностранными организациями) влечет в этой связи дополнительные налоговые риски для кредитной организации, не считая репутационных рисков. Возникла необходимость отслеживания характера осуществляемых сделок для своевременного выявления среди них сделок, являющихся контролируруемыми. При этом о данных сделках налогоплательщики должны составлять пакет документов, отражающих коммерческие, финансовые, функциональные и рисковые условия их проведения, и предоставлять уведомления в налоговые органы.

В качестве превентивных мер кредитной организации требуется формирование информационной базы, разрешенной для подтверждения о размерах цен по сделкам между налогоплательщиками, не являющимися взаимозависимыми, для формирования интервала рыночных цен, а также данные о бухгалтерской отчетности, на основе которой производятся расчеты интервальных значений рентабельности.

Таким образом коммерческие банки являются не только налогоплательщиками и налоговыми агентами, а также и агентами налоговых отношений. С учетом сделанного вывода отмечено, что в системе налогового администрирования банки играют двоякую роль: с одной стороны банки являются объектами налогового администрирования (так же в двух аспектах: как налогоплательщики и как особые участники - агенты налоговых отношений), с другой стороны банки сами вовлечены в процесс налогового администрирования. Важной отличительной особенностью банков как субъектов, содействующих налоговому администрированию, от налоговых органов как субъектов, осуществляющих налоговое администрирование, является существующая вероятность нарушить банком функции, связанные с налоговым администрированием и законодательно закрепленная ответственность за такое нарушение<sup>2</sup>.

Можно выделить характерные особенности, позволяющие говорить об особом налогово-правовом статусе банков:

- наличие специальных обязанностей, не предусмотренных для статуса налогоплательщика и налогового агента, а также отдельной главы ПК РФ, в рамках которой устанавливается ответственность за нарушение специфических обязанностей;

- на основании проведенного анализа судебной практики выявлено, что в отношении обязанностей банков, предусмотренных ст. 46, 60, 76, 86 НК РФ невозможно проводить выездные налоговые проверки, так как предметом данного вида налоговых проверок (п.4 ст. 89 НК РФ) является правильность исчисления и своевременность уплаты налогов;

- признание судебной властью, а также широким кругом специалистов существования "других участников налоговых отношений", статус которых остается законодательно не подтвержденным.

Одним из наиболее часто возникающих спорных вопросов, связанных с отсутствием законодательного закрепления особого статуса банков, является вопрос, связанный с порядком получения доступа налоговых органов, к информации, составляющей банковскую тайну. Использование банковской тайны в целях налогового администрирования должно строиться на принципе конфиден-

циальности, т.е. при наличии гарантии того, что вся информация будет использована в целях, оговоренных в законе.

Усложнение структуры и новизна бизнес-процессов в экономике, модификация взаимодействия между участниками налоговых отношений обусловили важность актуализации методологии налогообложения и налогового администрирования. Развитие методологического обеспечения налогообложения банков может способствовать гармонизации фискальных интересов государства и возросшей социально-экономической роли банков в достижении цели инновационного развития страны. Налоговый потенциал банков в этих условиях следует активно использовать и развивать.

Таким образом, реализуемая в настоящее время система налогообложения кредитными организациями является достаточно перспективной для совершенствования, так как оптимизируя ее можно существенно сократить налоговые платежи, а значит активизировать дополнительные средства для их развития в целом<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Бурцева К.Ю. Ключевые показатели эффективности финансовой деятельности организации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 10 (48).

<sup>2</sup> Карасева Е.Д. Концепция контроля налоговой нагрузки организации и задачи развития его методического инструментария // Вестник самарского государственного экономического университета. 2012. № 3 (89).

<sup>3</sup> См. также: Гончаренко Л.И. Налоговое администрирование: дискуссионные вопросы понятийного аппарата // Вопросы теории и практики налогообложения : сб. науч. ст. преподавателей и аспирантов кафедры "Налоги и налогообложение" Фин. акад. при Правительстве Рос. Федерации. М., 2015;

Евстигнеев Е.Н., Викторова Н.Г. Основы налогообложения и налогового законодательства. СПб. : Питер, 2014;

Вылкова Е., Романовский М. Налоговое планирование. СПб. : Питер, 2016;

Пансков В.Г. Новейшие коллизии налогообложения доходов физических лиц: суть и возможности разрешения // Российский экономический журнал. 2016. № 1-2;

Пономарев А.И., Игнатова Т.В. Налоговое администрирование в Российской Федерации. М. : Проспект, 2015.

## TAX ADMINISTRATION IN COMMERCIAL BANKS

© 2017 Melnikova Irina Dmitrievna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: irina240719931993@mail.ru

**Keywords:** taxation, strategic tax planning, tax analysis, tax risk, business process, credit organization.

This article discusses which is being implemented now promising system of taxation of credit organizations, strategic tax planning which allow to optimize tax payments, and development banks as a special economic stakeholders, and the largest taxpayers.

## АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2017 Мехедова Наталия Юрьевна

студент

Волгоградский государственный технический университет

E-mail: mekhedova.natasha@mail.ru

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, структура рынка, сегменты фармацевтического рынка, лекарственные средства.

Статья посвящена анализу структуры фармацевтического рынка в Российской Федерации. Рассматриваются сегменты фармацевтического рынка, анализируется динамика объема коммерческого рынка лекарственных препаратов в России.

Фармацевтический рынок России состоит из двух основных сегментов: коммерческого и государственного<sup>1</sup>. Коммерческий сегмент фармацевтического рынка включает в себя аптечные продажи<sup>2</sup> лекарственных препаратов и парафармацевтики без учета продаж по программе льготного лекарственного обеспечения.

Несмотря на то, что рынок демонстрирует относительно стабильные положительные приросты<sup>3</sup> в национальной валюте, основные производители на российском рынке фиксируют свои объемы продаж в иностранной валюте<sup>4</sup>. 2015 год стал "крахом" фармацевтического рынка в долларовом выражении. Относительно 2014 года объем фармацевтического рынка в стоимостном выражении сократился на 32% в долларах из-за девальвации рубля. Такое падение привело к тому, что емкость российского фармацевтического рынка в 2015 году сравнима с показателями 2007-2008 года<sup>5</sup>, однако при этом необходимо отметить высокую рекламную активность<sup>6</sup> фармацевтических производителей при продвижении лекарственных средств. Подобная отраслевая специфика свойственна социально-значимым рынкам<sup>7</sup>, к которым справедливо относят фармацевтический рынок<sup>8</sup>.

На рисунке 1 представлена динамика объема коммерческого рынка лекарственных препаратов России с февраля 2015 г. по февраль 2016 г. Объем коммерческого рынка в феврале 2016 г. составил 46,2 млрд. руб.<sup>9</sup> По сравнению с январем емкость рынка сократилась на 0,7%. Как правило, в феврале коммерческий рынок лекарств растет, что объясняется и оживлением после новогодних праздников, и ростом простудных заболеваний, пик которого приходится именно не третий месяц зимы. Сокращение коммерческого рынка лекарств за два месяца 2016 года относительно аналогичного периода 2015 года в рублевом эквиваленте составило 7,6%.

Структура коммерческого рынка ЛП в феврале 2016 г. по ценовым секторам кардинально не изменилась относительно декабря 2014 г.<sup>10</sup>, изменения же относительно февраля 2015 г. более заметны, хотя и их сложно назвать кардинальными<sup>11</sup>. Неизменным трендом последнего времени является постепенное сокращения доли "недорогих лекарств"<sup>12</sup> (средняя стоимость упаковки которых ниже 150 руб.) и увеличение удельного веса "дорогих препаратов" (со средней стоимостью упаковки выше 150 руб.). Также имеет место увеличение средней стоимости упаковки по всем категориям.

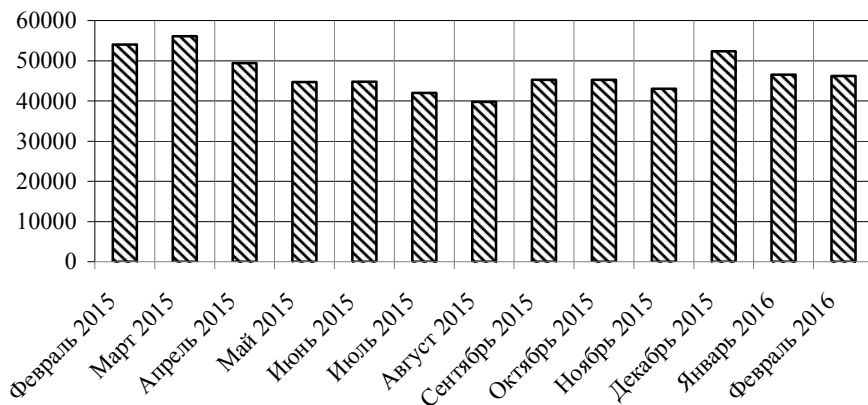


**Рис. Коммерческий рынок лекарственных препаратов в России, млн руб.**

Особую роль на фармацевтическом рынке РФ играют жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) - перечень лекарственных препаратов, утверждаемый правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. Задачей государственного регулирования является повышение доступности лекарств для населения и лечебно-профилактических учреждений. Перечень ЖНВЛП на 2015 год формировался по новым правилам: в него включались только лекарства с доказанной клинической эффективностью на основе двухуровневой экспертизы и с участием широкого круга экспертов, в том числе главных внештатных специалистов Минздрава России по основным направлениям клинической медицины.

Таким образом, в последнее время для фармацевтического рынка в России характерно значительное уменьшение объема, что вызвано финансовым кризисом и падением покупательной способности населения. Структура рынка изменяется не значительно, но к основным тенденциям можно отнести рост доли дорогостоящих препаратов и средней стоимости упаковки по всем категориям. В структуре крупнейших игроков также не наблюдается значительных изменений, этим компаниям принадлежит треть всего коммерческого рынка в России. Из за слишком заниженной цены на ЖНВЛП по отношению к издержкам на их

производители начинают нуждаться в государственной поддержке. Большинство этих изменений говорит о том, что в ближайшее время положение фармацевтического сектора может ухудшиться, поэтому растет необходимость в коренных преобразованиях данного сектора. Объем фармацевтического рынка России в ценах дистрибьюторов составил 1018 млрд. руб., что на 9% выше, чем в 2014 году<sup>13</sup>. Начиная с 2011 года ускорилась консолидация участников рынка, приводящая к процессам слияний и поглощений<sup>14</sup>. В результате подобной консолидации ТОР-10 дистрибьюторов заняли порядка 93% фармацевтического рынка, тогда как годом ранее их доля составляла около 89%.

Таким образом, в результате анализа структуры фармацевтического рынка Российской Федерации, был сделан вывод о том, что дистрибьюторский сегмент имеет большое значение для фармацевтического рынка в России. Основной тенденцией дистрибьюторского сегмента является укрупнение компаний и сокращение их количества. Также к одной из тенденций этого сектора относится стремление к вертикальной интеграции и созданию розничных сетей, что позволяет снизить издержки, что сейчас имеет большое значение из-за увеличения конкуренции в данном секторе.

---

<sup>1</sup> Папанова С.Ю. Виртуальная аптечная сеть: особенности создания и функционирования // Наука и образование: новое время. 2016. № 1 (12). С. 1-3.

<sup>2</sup> Пушкарев О.Н., Евстратов А.В. Оптимизация структуры аптечной сети // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 1. С. 62-66.

<sup>3</sup> Измайлов А.М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2015. № 3. С. 232-236.

<sup>4</sup> Измайлов А.М. Подход к оценке конкурентоспособности предприятия фармацевтической промышленности // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-4 (52-4). С. 537-539.

<sup>5</sup> Annual report 2015 / DSM Group. M., 2016. URL: [http://www.dsm.ru/docs/analytics/Annual\\_report\\_2015\\_DSM\\_web.pdf](http://www.dsm.ru/docs/analytics/Annual_report_2015_DSM_web.pdf).

<sup>6</sup> Дубова Ю.И., Евстратов А.В., Заруднева А.Ю. Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2015.

<sup>7</sup> Евстратов А.В., Днепровская И.В. Теория отраслевых рынков : учеб. пособие / ВолгГТУ. Волгоград, 2016.

<sup>8</sup> Воронцова Н.А. Сущность и специфические особенности фармацевтического рынка // Baikal Research Journal. 2016. Т. 7. № 3. С. 16.

<sup>9</sup> Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2016.

<sup>10</sup> Евстратов А.В., Игнатьева В.С. Ретроспективный анализ процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 11 (145). С. 24-31.

<sup>11</sup> Евстратов А.В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 3 (137). С. 32-37.

<sup>12</sup> Бельских И.Е., Кулагина С.В. Особенности регулирования цен на фармацевтическом рынке // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 14. С. 37-45.

<sup>13</sup> Рейтинг российских фармдистрибьюторов по итогам 2015 года / DSM Group. М., 2016. URL: [http://www.dsm.ru/docs/analytics/pharmacy\\_distributors\\_2015\\_analytics.pdf](http://www.dsm.ru/docs/analytics/pharmacy_distributors_2015_analytics.pdf).

<sup>14</sup> Evstratov A.V. Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999-2012 // World Applied Sciences Journal. 2014. № 32 (7). P. 1400-1403.

## **ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF THE PHARMACEUTICAL MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION**

© 2017 Mekhedova Nataliya Yuryevna

Student

Volgograd State Technical University

E-mail: mekhedova.natasha@mail.ru

**Keywords:** pharmaceutical market, market structure, segments of the pharmaceutical market, medicines.

The article is devoted to the analysis of the structure of the pharmaceutical market in the Russian Federation. The authors consider the pharmaceutical market segments, analyze the dynamics of volume of the commercial market of medicines in Russia.

УДК 657.42:338.45

## **АМОРТИЗАЦИОННЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ**

© 2017 Микляева Юлия Сергеевна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: mikl056@mail.ru

**Ключевые слова:** инвестиции, воспроизводство основных фондов, амортизация.

Определена необходимость привлечения инвестиций для модернизации и замены основного капитала и значение амортизации в финансировании воспроизводства основных фондов предприятий нефтеперерабатывающей отрасли.

Одной из наиболее острых форм проявления кризисного состояния является инвестиционный кризис. Как известно, последний крайне негативно сказался

на инвестиционном потенциале экономики Российской Федерации и вызвал его многократную рецессию.

Если судить по формальным критериям, поддающимся прямой количественной оценке, то в период с 1998 по 2008 год имели место и позитивные изменения, благоприятствующие инвестиционным процессам. Их главной причиной стала благоприятная ценовая конъюнктура на мировых сырьевых рынках. Переломный момент произошел в 2009 году. Рост же инвестиций в 2010-2011 годах в значительной степени определяется низкой базой 2009 года, в котором падение инвестиций в основной капитал достигло почти 16% (прирост инвестиций за период с января по ноябрь 2011 года составил 5,6% к уровню соответствующего периода предыдущего года<sup>1</sup>.

Внешний нефтяной шок 2014-2016 годов и спад в экономике только усугубили общую ситуацию с инвестициями в России. В 2014 году объем инвестиций в основной капитал упал на 1,5%, в 2015 году - на 8,4%, в 2016 г. - на 3%. Темпы спада постепенно замедляются, и Минэкономразвития России ожидает рост объема инвестиций в 2017 году. Текущее снижение инвестиций отличается от кризиса 2008-2009 годов тем, что в предыдущий кризис объем инвестиций упал резко и на большую величину, а в настоящее время идет затяжное снижение, связанное с ухудшением возможностей для вложения капитала по широкому кругу отраслей и регионов.

Нефтяная промышленность представляет собой многоотраслевой комплекс с капиталоемким производством, отличительной чертой которого являются сложные технологические процессы, нарушение которых может привести к серьезным последствиям, в том числе и экологическим. Основные фонды представляют собой основную базу экономического потенциала предприятия, определяют техническое состояние хозяйствующих субъектов, создают предпосылки для увеличения объемов производства нефтепродуктов и поэтому, согласно анализу Сценарных условий основных параметров прогноза социально-экономического развития РФ, в целом влияют на эффективность развития производства<sup>2</sup>.

Тем не менее, современное состояние основных фондов большинства предприятий нефтеперерабатывающей отрасли не соответствует требованиям мирового рынка. По данным Федеральной службы государственной статистики, физический износ основных фондов в данной отрасли в среднем в 2016 году составляет 60%, а моральный износ превышает 80%.

Высокая степень износа основных фондов - одна из важнейших причин отставания уровня российской нефтепереработки от международных стандартов, которая способствует значительному снижению их экспортного потенциала.

Причинами данного положения, помимо общего экономического кризиса, безусловно, можно назвать старение производственных мощностей и сокращение ремонта скважин, систем нефтегазосбора, нефтепромыслового и бурового оборудования. Для улучшения ситуации необходим поиск и ввод в эксплуата-



цию новых, более рентабельных месторождений и скважин, применение современных технологий добычи, сокращение потерь при добыче и транспортировке нефти. Реализация данных мероприятий требует значительных инвестиций, что для российских компаний сегодня практически неосуществимо<sup>3</sup>.

В настоящей ситуации, когда доля иностранных инвестиций на обновление основного капитала сокращается с каждым годом, все большее значение приобретают собственные источники финансирования инвестиций, такие как прибыль и амортизация для которых характерны относительная простота и долгосрочная основа привлечения. Они также обеспечивают устойчивое финансовое состояние предприятия и препятствуют банкротству.

Амортизацию необходимо рассматривать не только как распределение стоимости, а как один из источников инвестирования предприятий, имеющих изношенное оборудование. Тем самым, она предоставляет возможности для самостоятельного восстановления основных фондов предприятий. От грамотного решения этой проблемы в конечном итоге зависит принятие стратегических инвестиционных решений.

Без системного исследования процесса амортизации, главными целями которой являются обеспечение простого и расширенного воспроизводства основных фондов и повышение технологического уровня производства, довольно сложно осуществить переход нефтяной отрасли на инновационный путь развития. Все это в свою очередь создает предпосылки для снижения себестоимости продукции и максимизации прибыли, которые являются основными направлениями устойчивой деятельности предприятий<sup>4</sup>.

Многие предприятия используют инвестиции в основной капитал не по прямому назначению, а для других целей. Это приводит к тому, что состояние основных фондов становится весьма неудовлетворительным: наблюдается достаточно высокий уровень износа, рост затрат на ремонт основных средств, снижение инвестиционной и инновационной активности предприятий, снижение роли амортизационных отчислений и их нецелевое использование.

Решением задачи эффективного воспроизводства основных фондов является рациональное использование свободных денежных средств, реализуемое через совершенствования амортизационной политики. Необходимость этого обусловлена рядом причин. Во-первых, амортизационные отчисления являются наиболее постоянными из собственных средств предприятия, предназначенных для воспроизводства основных фондов. Во-вторых, основные фонды большинства нефтяных предприятий составляют наибольшую часть всех активов, поэтому их рациональное использование влияет на эффективность функционирования каждого хозяйствующего субъекта<sup>5</sup>.

Амортизационная политика, как часть инвестиционной, объединяет в себе такие элементы, как возможность использования инвестиционной налоговой льготы, продолжительность амортизационного периода, выбор метода начисле-

ния амортизации, причем последний имеет особое влияние на инвестирование основных фондов.

Для выбора наиболее оптимального метода начисления амортизации необходимо определить максимально допустимый уровень себестоимости, а также такой способ начисления амортизационных отчислений, при котором доход в течение всего срока полезного использования оборудования будет максимальным, что позволит предприятию увеличить средства для инвестирования.

Применительно к нефтеперерабатывающей отрасли существует два основных метода: линейный и метод списания стоимости пропорционально объему продукции.

Традиционно большинство компаний предпочитают использовать линейный способ начисления амортизации, в особенности на предприятиях, где добыча нефти достаточно стабильна. Однако, в последнее время в связи с нестабильностью поставки сырья, загрузки оборудования, а, следовательно, и объемов производства продукции нефтепереработки, добыча нефти варьируется от года к году, тем самым линейный метод не дает соотношения доходов с расходами.

Неравномерные поставки сырья, а также изменяющиеся природные условия оказывают значительное влияние на режим работы буровых установок, тем самым появляется необходимость либо приостановки оборудования, либо работы оборудования в режиме циркуляции, то есть возврата обработанного сырья в систему в качестве исходного сырья. Следовательно, при начислении амортизации необходимо также учитывать технологические условия добычи нефти, что можно осуществить лишь при использовании метода начисления пропорционально объему продукции.

Таким образом, выбор способа начисления амортизационных отчислений - далеко не праздный вопрос, он должен быть в центре внимания при разработке учетной и амортизационной политики на предприятии, а амортизационные отчисления должны использоваться, исходя из их экономической сущности, на простое и расширенное воспроизводство, т.е. на финансирование реальных инвестиций.

---

<sup>1</sup> Инвестиции в России, 2009 : стат. сб. М., 2011. С. 43.

<sup>2</sup> Сценарные условия, основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации и предельные уровни цен (тарифов) на услуги компаний инфраструктурного сектора на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов (утв. Минэкономразвития России, 2014 г.).

<sup>3</sup> Аристархов А.Л. Проблемы развития предприятий нефтедобывающей отрасли на современном этапе // Общественные науки. 2010. № 1.

<sup>4</sup> Заступов А.В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефтересурсосбережения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 4. С. 42.

<sup>5</sup> Лейберт Т.Б. Формирование стратегии перспективной инвестиционной политики нефтеперерабатывающего комплекса // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 2.

# **DEPRECIATION AS A SOURCE OF FINANCING OF INVESTMENTS IN THE BASIC FUNDS OF THE OIL REFINING INDUSTRY**

© 2017 Miklyaeva Yulia Sergeevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: mikl056@mail.ru

**Keywords:** investment, reproduction of fixed assets, depreciation.

In the article were defined the necessity to attract investment for modernization and replacement of fixed assets and the role of depreciation in the financing of fixed assets reproduction in the oil refining industry.

УДК 338.53

# **РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕН В СФЕРЕ ЗЕРНОВОДСТВА АЗЕРБАЙДЖАНА В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

© 2017 Мирзоев Натиг Сархад оглы

доктор философии по экономике, заведующий кафедрой

"Финансы, бухгалтерия и аудит"

Ленкоранский государственный университет,

Азербайджанская Республика

E-mail: mirzoev.n@mail.ru

**Ключевые слова:** аграрные реформы, диспаритет, зерноводство, зерновые продукты, предпринимательство, регулирование, ценовая политика, цены.

Статья посвящена анализу ценового урегулирования в области зерноводства. Отмечается влияние государственного ценового урегулирования в зерноводстве на развитие предпринимательства в Азербайджане.

За последние годы в аграрном секторе республики проводились комплексные мероприятия, углубились аграрные реформы, произошли серьезные изменения, и все это способствовало повышению экономических показателей. Углубление аграрных реформ, развитие собственных отношений, усовершенствование экономических механизмов обеспечило реальное производственно - эко-

номическое условие для рациональной деятельности владельцев и существующих частных хозяйств в секторе. В результате этого в аграрном секторе нашей республики успешно завершились реформы, были ликвидированы хозяйства, основанные на общественной собственности, земля и собственность приватизированы, созданы формы хозяйства, основанные на частную собственность.

Процесс оценивания на данном этапе играет приоритетную и решающую роль в экономическом развитии стран. Можно сказать, что цены с различными действиями предпринимательства и с государственным рыночным механизмом составляют целостность. Это относится ко всем видам предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики, т.е. относится и к внутреннему рынку, и к внешней экономической деятельности.

Как известно, цены, являясь важным инструментом развития предпринимательства в зерноводстве, имеет ведущую роль в формировании эффективного экономического механизма. В той и в другой сфере отношения предпринимателя с партнерами реализуется в решающей степени ценовым механизмом. Именно в этой сфере поддержка здоровой конкуренции и единство эффективного государственного урегулирования могут превратить цены в мощный стимулятор.

Цены на зерновые продукты для промышленного и сельскохозяйственного производства определяются на основе одинаковых общих принципов. Тем не менее, "цены на зерно и зерновые продукты имеют некоторые характерные особенности, что зависит от специфики данной области (сферы)"<sup>1</sup>.

В аграрной сфере есть такие области, где производятся не один, а два или более видов основного и дополнительного продукта. Например, из зерновых продуктов, зерно и солома. В таких случаях расходы между основными и дополнительными продуктами могут быть разделены несколькими способами:

- добавочный продукт по цене, определенной от общей стоимости;
- использованием коэффициентов в то время когда продукт принимается как условный, а также когда другие виды на основе обычных соотношений повторно вычисляются как условный продукт;
- с помощью показателей специального веса во время пропорционального разделения на рассчитанную сумму всех видов смешанного продукта по закупочным ценам.

В настоящее время в стране в сфере зерноводства определенная часть обмена продуктами между предпринимателями осуществляется посредством контрактной цены и это дает положительные результаты. Достаточно показать, что в развитии предпринимательства, в определении государственной помощи предпринимателям, роль развития экономического потенциала в одном направлении и подписание ценового контракта между государством и предпринимателями в процессе национального развития чрезвычайно высока. Опыт стран, с развитой рыночной экономикой свидетельствует об этом.

В целом, при принятии мер со стороны государства в целях устранения ценовых несоответствий соблюдаются ряд нижеуказанных принципов:

- регулирование и координация со стороны государства субъектов, занимающиеся предпринимательской деятельностью в сфере сельского хозяйства, а также продукции, производимыми этими субъектами с учетом стоимости зерновых продуктов;
- формирование рыночных равновесных цен под влиянием механизма спроса и предложения;
- использование стандартных методов для расчета цен, предложенных предпринимателями, работающими в области сельского хозяйства с целью устранения ценовых несоответствий;
- стимулирования научно-технического прогресса в производстве зерна;
- увеличение эффективности производства и снижение затраты на производство пшеницы;
- взаимное урегулирование финансово-кредитных отношений и цены и достижение их оптимальности.

В условиях наличия диспаритета цен, для возмещения ущерба аграрным предпринимателям в процессе неэквивалентного обмена, поддержка со стороны государства приоритетных цен превращается в решающий фактор в повышении эффективности предпринимательской деятельности в зерноводстве. Так как с точки зрения критерии обеспечения продовольственной безопасности регулируемые цены на зерно должны обеспечивать уровень необходимой рентабельности предпринимательской деятельности в этой области. "Выдержка межотраслевой конкуренции предпринимателя, занимающегося зерноводством для снижения ценовой диспаритетности с промышленными продуктами должно применяться активная инновационная политика"<sup>2</sup>.

Для формирования государственного зернового фонда, создание системы контактов сопровождается созданием структур, регулирующие и анализирующие развития рыночных отношений. В этой сфере механизм урегулирования проводится с помощью закупки зерновых и зернобобовых, государственных ипотечных операций, определения страховых цен, ипотечных ставок и государственных закупочных цен. В том числе, предусматривается использование методов ценовое урегулирование импорт - экспортных операций зерновыми продуктами, проникновение товаров в зерновой рынок. На рынке зерна и зерновых продуктов усовершенствование договорных отношений в урегулировании отношений и использование, иногда, стандартных государственных закупочных договоров на эти продукты превращается в необходимость.

Уровень свободных цен в определенной степени является фактором, зависящий от самого предприятия. А в причины, которые не зависят от самого предприятия, "входят регулируемые цены государства и определение цены продукта монополистическим предприятием"<sup>3</sup>.

Как важный фактор, обуславливающий развитие зерноводства и предпринимательства в зерноводстве в центре внимания стоит реализация продукта, в первую очередь, регулирование его оптовой цены. Но вместе с этим, с некоторыми исключениями оптовые цены ниже приоритетных. В условиях либеральной экономической политики наличие такого различия на продовольственном рынке и в аграрном производстве окажет негативное влияние на процессы применения субсидии и на создание государственных запасов. С другой стороны, возможности улучшения финансового положения предпринимателей сужаются, снижается эффективность использования производственного потенциала страны и т.д. Для решения проблемы необходимо дальнейшее усовершенствование внутри отраслевых и меж отраслевых экономических отношений.

Поддержка системы развития маркетинга со стороны предпринимателей цена продажи зерновых и зернобобовых во внутреннем рынке-важный фактор сближения цен к международным паритетным ценам. Периодическая организация зерновых аукционов, формирование современных оптовых рынков, объединение субъектов предпринимателей, производящие зерно, с предотвращением нечестную конкуренцию посредников на внутреннем рынке может создать необходимое условие для сближения цен на внутреннем рынке к международным паритетным ценам.

Следует учитывать, что повышение и снижение цен на рынке зерновых продуктов наравне с другими факторами, в том числе, в значительной степени зависит от сезонного характера и от естественных факторов. Поэтому для уменьшения ущерба предпринимателей, подвергшиеся при неэквивалентном обмене, "правительство должно поддерживать приоритетные цены и эти цены должны обеспечивать необходимый уровень рентабельности"<sup>4</sup>.

Производство зерновых продуктов, как правило, для осуществления текущей нормальной деятельности предпринимателей, которые занимаются в сельскохозяйственной сфере производства, посредством создания благоприятных условий правительством с помощью ценового механизма обеспечит устойчивое и динамичное развитие этого сектора.

В зерноводстве, вообще, приоритетным принципом ценовой политики государства в аграрной сфере является покровительство сбалансированной ценовой политики. Мероприятия сбалансирования способом урегулирование цен в области зерноводства предусматривают сбалансирование уровня спроса и предложения, связанное с изменениями, происходящими в рыночной конъюнктуре и соответственно, стабилизацию цен, защиту ценового уровня, оптимизацию структуру и объема производства путем ценовой системы.

---

<sup>1</sup> См.: Кулиев Э. Аграрная экономика. Баку, 2015;

Рустамов А., Касумов Д. Экономика и управления аграрной сферы. Баку, 2013.

<sup>2</sup> Мирзоев Н.С. Повышение роли предпринимательских субъектов в развитии зерноводства : диссертация. Гянджа, 2015.

<sup>3</sup> Яхудов Х. Экономика предприятия. Баку, 2013

<sup>4</sup> Кулиев И.Г. Цены и оценивания. Баку, 2015.

# **PRICE REGULATION IN GRAIN-GROWING AND IN ORDER TO DEVELOPING ENTREPRENEURSHIP IN AZERBAIJAN IN THIS SPHERE**

© 2017 Mirzoev Natig Sarkhad ogly  
Doctor of Philosophy on Economy, Head of Department  
"Financial, Account and Audit"  
Lankaran State University, Azerbaijan Republic  
E-mail: mirzoev.n@mail.ru

**Keywords:** agrarian reforms, disparity, grain-growing, cereal products, entrepreneurship, regulation, price policy, price.

Article is dedicated the analysis of price regulation and its importance at the grain sector. At the same time in Azerbaijan the entrepreneurs main activities and development in this area state price regulation's adjustment was noted.

УДК 334.716:658.8

## **АНАЛИЗ ЭТАПОВ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

© 2017 Морозов Александр Алексеевич  
магистрант  
© 2017 Фролов Евгений Вячеславович  
кандидат экономических наук, старший преподаватель  
© 2017 Яхнеева Ирина Валерьевна  
доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: frolov987@mail.ru, rinadoo@yahoo.com

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговое планирование, промышленное предприятие, бизнес-план, управление, модернизация, стратегия, эффективность, конкуренция.

Рассматривается планирование маркетинговой деятельности компании и ее роль в современном экономическом обществе в условиях жесткой конкуренции. Доказано, что посредством маркетингового планирования организация выявляет свои конкурентные преимущества и осуществляет более эффективное позиционирование в конкретной рыночной обстановке. Проанализированы основные этапы и принципы маркетингового планирования, представлены классификация маркетинговых планов и требования к их составлению.

Современное состояние и развитие промышленных предприятий характеризуется наличием высокого уровня неопределенности и нестабильности условий внешней среды. Вследствие этого, любая, динамично развивающаяся компания для повышения эффективности бизнеса и сохранения конкурентоспособности, должна строить свою коммерческую деятельность на основе планирования для повышения эффективности функционирования и внесения корректирующего воздействия с учетом актуализации рыночной обстановки. Оно должно охватывать все сферы деятельности компании, и в первую очередь маркетинговую компоненту<sup>1</sup>. Предприятия должны иметь представление о возможных потребностях в финансовых, трудовых, материальных и интеллектуальных ресурсах, источниках их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе производства. Это объясняется тем, что в современной экономике, именно предприятия производят основную массу товаров и услуг, удовлетворяющих потребности человека<sup>2</sup>.

Под планированием маркетинга понимается систематический процесс, включающий оценку маркетинговых возможностей и ресурсов, выбор стратегий маркетинга и разработку плана внедрения и контроля в течение определенного периода, исходя из предположений о будущих вероятных условиях выполнения плана. Следует отметить, что при разных формах экономических отношений планирование сохраняет свою основополагающую функцию управления и несмотря на различие в теоретико-методологических, методических и практических подходах к ее реализации за разные периоды своего развития, данная функция менеджмента продолжает эволюционировать в соответствии с меняющейся управленческой практикой<sup>3</sup>.

Планирование деятельности является наиболее важной функцией менеджмента и маркетинга. Данному вопросу посвящены работы ведущих специалистов, занимающихся проблемами управления. Американский специалист в области планирования Эдвард Инскип предлагает рассматривать планирование как организацию будущего для достижения ряда определенных целей и задач<sup>4</sup>.

Наиболее полно раскрывает сущность, по нашему мнению, определение планирования маркетинга, как логической последовательности отдельных видов деятельности и процедур по постановке целей маркетинга, выбору стратегий маркетинга и разработке мероприятий по их достижению за определенный период исходя из предположений о будущих условиях выполнения плана, т.е. это деятельность по разработке различных видов плана маркетинга. Эта деятельность является элементом более общего понятия - системы планирования маркетинга, включающей помимо разработки плана маркетинга также его реализацию и контроль<sup>5</sup>.

Планирование маркетинга в разных организациях осуществляется по-разному. Это касается содержания плана, длительности горизонта планирования, последовательности разработки, организации планирования. Так, диапазон содержания плана маркетинга для различных компаний различен: иногда он лишь немного шире плана деятельности отдела сбыта. На другом полюсе - план маркетинга, основанный на широчайшем рассмотрении стратегии бизнеса, что



выливается в разработку интегрального плана, охватывающего все рынки и продукты. Отдельные организации, особенно малые предприятия, могут не иметь плана маркетинга как цельного документа, включающего несколько видов планов маркетинга. Единственным плановым документом для таких организаций может быть бизнес-план, составленный или для организации в целом, или для отдельных направлений ее развития. В этом плане дается информация о рыночных сегментах и их емкости, рыночной доле; приводится характеристика потребителей и конкурентов, описываются барьеры проникновения на рынок; формулируются стратегии маркетинга; даются прогнозные оценки объемов сбыта на несколько лет с погодовой разбивкой<sup>6</sup>.

При рациональном планировании на предприятии должны выполняться поставленные цели и задачи, однако если обратить внимание на статистические данные, то процент выполненных задач намного, ниже, чем процент поставленных. Что говорит о том, что либо само планирование осуществляет некорректно, либо, что низкая система контроля и мотивации персонала, которая будет регулировать исполнение целей<sup>7</sup>.

Правильно составленный план маркетинга поможет в решении проблем, которые стоят перед каждым руководителем: увеличение прибыльности, привлечение и удержание потребителей, выбор наиболее перспективных направлений развития бизнеса. Необходимо постоянно совершенствовать информацию по ситуации на рынке, полученную различными методами маркетинга и специализироваться на интересах потребителей.

Задача организации по отношению к маркетингу состоит в том, чтобы проанализировать данную среду, сформировать в ней все виды связей и отношений, необходимых для деятельности предприятия<sup>8</sup>. Маркетинговый план является основой деятельности компании в области обеспечения прибыльности ее работы. Поэтому невозможно планировать маркетинговую деятельность компании изолированно от планирования других функций деловой активности. Из этого следует, что процесс планирования маркетинга должен быть частью плановой системы компании в целом.

Маркетинговое планирование начинается с оценки специфики производства в технологическом отношении, местоположения предприятия, с мощности сырьевой базы для производства и каналов сбыта производимых товаров и услуг. Маркетинговое планирование следует вести планомерно и систематически начиная с первоначальных этапов развития предприятия.

Исходя из целей и стратегий развития промышленного предприятия осуществляется анализ маркетинговой деятельности, который подразделяется на: анализ внешней среды маркетинга, внутренней маркетинговой деятельности компании и ее системы маркетинга. Более детально этот анализ можно охарактеризовать следующим образом<sup>9</sup>:

- Нахождение ниши. Эти исследования особенно важны для создания нового предприятия или принципиально нового продукта или услуги, для определения потенциального спроса, интеллектуальной защиты;

- Исследование инвестиционных каналов. Важно заранее планировать возможные финансовые инвестиции в производство;

- Изучение возможностей выхода на мировой рынок. Изучение нормативно-правовой базы, потенциальных клиентов и заказчиков, размещение и развитие производства в наиболее привлекательном регионе;

- Изучение рынка сбыта. Развитие общества и потребления диктует свои требования к товарам и услугам. Рынок не просто насыщен, а перенасыщен. Важны не только исследования рынка, но его сегментации. На этом этапе необходимо изучить демографические, социальные, правовые и другие факторы, а также возможности развития и риски;

- Изучение внутренней среды предприятия. На этом этапе определяется конкурентоспособность промышленного предприятия в целом. Необходимо изучить наличие квалифицированного персонала, исследование конкурентоспособности, определить целесообразность расположения предприятия по отношению к основным поставщикам и потребителям.

- Анализ потенциала предприятия. Маркетинговые исследования должны четко показать динамику и возможности развития предприятия, его динамичность и возможность переключения на производство других необходимых продуктов и услуг;

- Изучение потребителей. В последние годы происходит активное изменение структуры и расположения промышленности. Необходимо изучить основные потребности интересного сегмента промышленных заказчиков, уровень их бюджетов, специфику производства и сбыта готовой продукции, Предметом исследования является мотивация поведения промышленных потребителей на рынке. Цель исследования – сегментация заказчиков, выбор целевой аудитории;

- Исследование конкурентов. Конкуренция в условиях кризиса в экономике неизбежна, важно разработать план действий по повышению конкурентоспособности продукции и услуг. С этой целью анализируется сильные и слабые стороны конкурентов, необходимо изучить занимаемую ими долю рынка, изучаются материалы по сырьевому, финансовому, трудовому потенциалу конкурентов, организация управления деятельностью;

- Исследование возможных посредников. Это очень важно для промышленного предприятия, чтобы не только найти рынки сбыта, но и иметь возможность заниматься реализацией продукции через каналы сбыта. Это поможет иметь полное представление о развитии товаров, реакции покупателя и быстро вносить изменения в продукт;

- Изучение продуктов промышленного назначения. Если вы создаете новый продукт или услугу, важно изучить опыт по внедрению на рынок близких по содержанию продуктов или услуг. Исследование данной номенклатурной позиции позволяют получить самые полные и ценные с точки зрения заказчика сведения о потребительских параметрах изделия. Результаты маркетингового планирования дают возможность предприятию разработать собственный ассортиментный перечень в соответствии с требованиями заказчиков, повысить их конкурентоспособность, определить основные и второстепенные направления

деятельности, разработать новые позиции изделий, модифицировать и модернизировать выпускаемые изделия, выработать фирменный стиль, разработать способы патентной защиты;

- Изучение ценовой политики. Эластичность спроса падает, поэтому промышленное предприятие должно разработать различные варианты продуктов и услуг, которые могли бы оптимизировать соотношение цены и качества. Объектами исследования являются затраты на разработку, производство и сбыт товаров, степень влияния конкуренции, поведение и реакция потребителей на цены товаров;

- Исследование каналов сбыта и продаж. Основными объектами исследования являются торговые каналы, посредники, продавцы, формы и методы продаж. Какие каналы сбыта будут более предпочтительными для промышленных потребителей;

- Исследование стимулирования сбыта и рекламы. Целью исследования является определение, каким образом, когда и какими средствами стимулировать сбыт, чтобы обеспечить лучшее распределение товаров, повысить авторитет производителя на рынке, успешно провести рекламные мероприятия.

- Анализ шансов - рисков. Он предназначен для скорейшего обнаружения изменений в макросистеме и на рынке, которые имеют связь с преимуществами и недостатками компании. Здесь важно учесть и сырьевые базы, рынок кадров и возможность их восполнения, динамику развития и экономическую устойчивость региона в целом;

- Анализ макросистемы направлен на изучение состояния окружающей среды. Возможность организации производства с точки зрения экологии, безопасности, экономической целесообразности<sup>10</sup>.

Из рассмотренных нами аспектов теории маркетингового планирования следует, на наш взгляд, сделать вывод, что разработка плана маркетинга способствует повышению эффективности функционирования за счет четкого определения целей и методов их достижения, устранения неясностей и лишних действий, которые не приводят положительным результатам. Таким образом, системное планирование маркетинговой деятельности позволяет не только увидеть будущие перспективы предприятия, но и показать целостную взаимосвязь бизнес-процесса промышленного предприятия в целом, оптимально распределить обязанности и повысить эффективность ее функционирования на промышленных рынках.

---

<sup>1</sup> Иванова В.А. Планирование маркетинговой деятельности в современных условиях // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. 2016. С. 13-17.

<sup>2</sup> Оганян Э.Т., Криворотова Н.Ф. Проблемы маркетингового планирования на предприятиях малого и среднего бизнеса // Научные исследования современных ученых. 2016. С. 240-242.

<sup>3</sup> Вертакова Ю.В., Бабич Т.Н. Развитие методов стратегического планирования сбытовой деятельности предприятия // Известия Юго-Западного государственного университета. 2015. № 4 (17). С. 33-40.

<sup>4</sup> Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. М. : Аспект-Пресс, 2014.

<sup>5</sup> Фролов А.Н., Фролов Е.В. О приоритетах развития производственно-коммерческой деятельности ООО "АвтоЛитМаш" // Взаимодействие науки и литейно-металлургического производства : материалы 7-го всерос. науч.-техн. семинара / отв. ред. В.И. Никитин. Самара : Самар. гос. техн. ун-т, 2016. С. 346-349.

<sup>6</sup> Голубков Е.П. Основы маркетинга : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Фин-пресс, 2011.

<sup>7</sup> Трюшников Е.С. Процесс модернизации системы стратегического планирования на промышленных предприятиях // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. 2016. № 5. С. 118-126.

<sup>8</sup> Шастина К.А. Планирование в системе управления маркетинговой деятельности организации // Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции. 2016. С. 93-94.

<sup>9</sup> Зайцева Е.А., Рыкалина О.В. Роль планирования маркетинговой деятельности на предприятии // Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества. 2016. С. 23-26.

<sup>10</sup> Сидорчук Р.Р. Маркетинговое управление деловой активностью субъектов малого бизнеса: теоретико-методологический аспект : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. М., 2013.

## ANALYSIS OF THE STAGES OF MARKETING PLANNING OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

© 2017 Morozov Aleksandr Alekseevich  
Undergraduate

© 2017 Frolov Evgeny Vyacheslavovich  
Candidate of Economics, Senior Lecturer

© 2017 Yakhneeva Irina Valeryevna  
Doctor of Economics, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: frolov987@mail.ru, rinadoo@yahoo.com

**Keywords:** marketing, marketing planning, industrial enterprise, business plan, management, modernization, strategy, efficiency, competition.

This article considers the planning of the company's marketing activities and its role in the modern economic society in the conditions of fierce competition. It is proved that through marketing planning the organization identifies its competitive advantages and performs more effective positioning in a specific market environment. The article analyzes the main stages and principles of marketing planning, presents the classification of marketing plans and requirements for their compilation.

## ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ПОСЛЕ ВЫПУСКА ТОВАРОВ КАК ИСТОЧНИК ПОСТУПЛЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ

© 2017 Москвина Олеся Сергеевна

студент

Оренбургский государственный университет

E-mail: moskvina.1994@mail.ru

**Ключевые слова:** таможенный контроль после выпуска товаров, постконтроль, таможенные платежи, таможенная проверка.

Рассматривается таможенный контроль после выпуска товаров как инструмент пополнения доходной части федерального бюджета Российской Федерации. Проведен анализ осуществления постконтроля таможенными органами, на основе которого выявлены основные проблемы его осуществления.

Согласно Таможенному кодексу Таможенного союза выпуск товаров должен быть завершен таможенным органом не позднее 1 рабочего дня, следующего за днем регистрации таможенной декларации (с возможностью продления до 10 дней), но в такие сроки осуществить полный и качественный контроль таможенными органами достаточно сложно. Поэтому с целью сокращения времени необходимого для совершения таможенных операций происходит смещение акцентов таможенного контроля на этап после выпуска товаров (в течение трех лет с момента, как товары утратили статус находящихся под таможенным контролем).

Для подтверждения важности таможенного контроля после выпуска товаров в формировании доходов федерального бюджета, проведем анализ постконтроля по основным его элементам. Основной формой таможенного контроля после выпуска товаров является таможенная проверка. Динамика количества проведенных таможенных проверок имеет тенденцию к снижению в 2016 году по сравнению с 2014 годом на 2,5 %. Несмотря на снижение общего количества таможенных проверок, их результативность растет, о чем свидетельствуют данные представленные на рис. 1.

Результативность оценивается такими показателями, как доначисление, взыскание таможенных платежей и штрафов по результатам проведения таможенных проверок. Необходимо отметить тот факт, что согласно Стратегии развития Федеральной таможенной службы до 2020 года к 2020 году общее количество результативных проверок должно составлять 85 %<sup>1</sup>. В 2016 году таможенным органом удалось повысить долю результативных проверок до 87 %.



**Рис. 1. Результативность таможенного контроля после выпуска товаров\***

\* Федеральная таможенная служба Российской Федерации. URL: <http://customs.ru>.

Несмотря на сокращение сумм таможенных платежей, поступивших в федеральный бюджет в 2016 по сравнению с предыдущими двумя годами, эффективность работы подразделений таможенного контроля после выпуска товаров высока, что обуславливается устойчивым ростом сумм доначисленных и взысканных таможенных платежей (рис. 2).

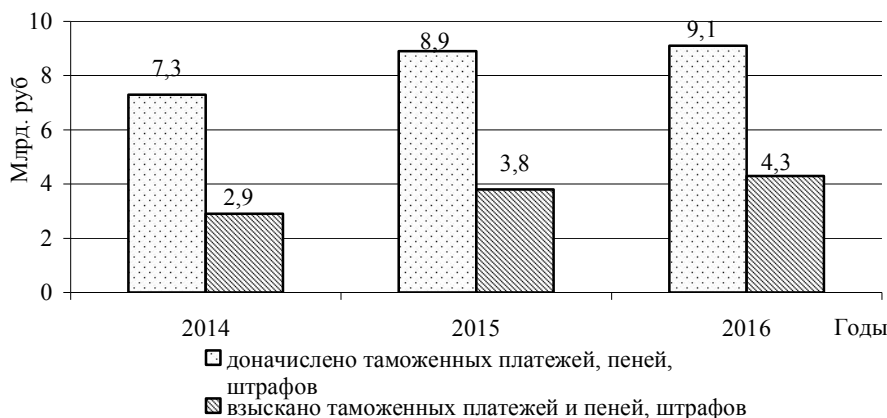


**Рис. 2. Показатели наполнения федерального бюджета взысканными таможенными платежами по результатам проведения таможенных проверок**

Отметим, что данному росту не помешало сокращение таких показателей, как: товарооборот, проведение таможенных проверок, выпуск деклараций, число участников ВЭД. Суть доначислений состоит в том, что после того, как това-

ры будут выпущены, таможенные органы могут проверить достоверность указанных в декларации сведений еще на протяжении трех лет. В ходе проведения проверок могут быть изменены, например, классификационный код товара, таможенная стоимость, страна происхождения товаров, которые были указаны в процессе декларирования товара, что и приводит к доначислению. Однако видна существенная разница между суммами денежных средств, которые были доначислены и реально взысканы. Эта проблема возникает по ряду причин. Во-первых, участники ВЭД в течении трех лет прекращают заниматься внешнеэкономической деятельностью и часто объявляют себя банкротами. Во-вторых, судебная практика по применению решений в области таможенного дела имеет негативные тенденции по отношению к таможенным органам.

Таким образом, в современных условиях экономического кризиса, когда таможенные платежи обеспечивают поступление до 50% доходной части федерального бюджета постконтроль приобретает особую актуальность. Это приводит к необходимости совершенствования таможенного контроля после выпуска товаров. В рамках модернизации таможенного контроля после выпуска товаров необходимо совершенствование нормативно-правового регулирования постконтроля, совершенствование информационной базы, позволяющей принимать обоснованные решения о планировании таможенных проверок и эффективном выборе объектов таможенного контроля, совершенствование механизмов внутриведомственного и межведомственного взаимодействия Федеральной таможенной службы и иных государственных контролирующих органов.

Подводя итог, заметим, что таможенный контроль после выпуска товаров, безусловно, содействует обеспечению полноты взимания таможенных платежей, а также минимизирует риски, связанные с нарушением таможенного законодательства<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 N 2575-р "О Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года" (ред. от 15.04.2014).

<sup>2</sup> См. также: Мингалева Ж.А., Паздникова Н.П. Экспресс-оценка устойчивости местных бюджетов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 100-106;

Попов В.В. Россия, Всемирная торговая организация и Евразийский экономический союз: ретроспективный анализ правовых и внешнеэкономических аспектов деятельности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 45 (330). С. 44-54;

Попов В.В. Состояние продовольственной безопасности страны в условиях политики импортозамещения // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 163-165;

Панкова С.В., Попов В.В. Моделирование влияния динамики структуры взаимной торговли на развитие экономического потенциала Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. 2016. № 12 (459). С. 4-13.

# CUSTOMS CONTROL AFTER ISSUING GOODS AS A SOURCE OF CUSTOMS PAYMENTS INTO THE FEDERAL BUDGET

© 2017 Moskvina Olesya Sergeevna

Student

Orenburg State University

E-mail: moskvina.1994@mail.ru

**Keywords:** customs control after release of goods, postcontrol, customs payments, customs inspection.

The article examines the customs control after the release of goods as a tool to replenish the revenue side of the federal budget of the Russian Federation. The analysis of the implementation of postcontrol by customs authorities was conducted, on the basis of which the main problems of its implementation were identified.

УДК 339

## КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ

© 2017 Никитина Екатерина Камильевна

студент

© 2017 Калышенко Валентина Николаевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nikitina\_ek@inbox.ru

**Ключевые слова:** потребители, реклама, коммуникации, средства, деятельность.

Статья посвящена анализу критериев, по которым выбираются средства коммуникации. На примере компании Nestle рассматривается коммуникативная политика предприятия и ее влияние на успешное развитие компании.

Коммуникация - это безостановочная деятельность всех организаций, которая является важнейшим элементом всех межличностных связей, из которых и возникает жизнь общества в целом. Современная фирма управляет колоссальной коммуникационной системой, поддерживая коммуникации со своими посредниками, потребителями и контактными аудиториями. Одновременно каждая группа поддерживает обратную коммуникативную связь со всеми остальными, потому успешная деятельность фирмы во многом и зависит от правильно построенной коммуникативной политики<sup>1</sup>.

В современных рыночных условиях коммуникативная политика фирмы должна включать в себя изучение требований рынка и адаптацию к ним выпус-



каемой продукции, а также формирование и стимулирование спроса в целях увеличения продаж, повышения их эффективности и прибыльности предпринимательской деятельности.

Выбор средства коммуникации может производиться по таким критериям, как возможность целевого распространения коммуникаций; ассортимент; объем возможных сообщений; продолжительность действия коммуникаций; характер ситуации и место коммуникаций; возможность изоляции влияния конкурентов; отношение коммуниканта к имиджу носителя коммуникаций<sup>2</sup>.

Составляющие коммуникационной политики определяются несколькими особенностями рынка - реклама, прямой маркетинг и мероприятия по продвижению товаров и связям с общественностью<sup>3</sup>.

В настоящее время компаниям приходится работать в сложных условиях, обращаясь к нескольким целевым рынкам и используя различные средства рекламы.

Примером грамотной коммуникационной политики может служить корпорация Nestle. Слоган "Россия - щедрая душа" был раскручен по всем правилам. Именно хорошо продуманная рекламная концепция обеспечила успех на рынке самарскому шоколаду и конфетам, батончикам "Шок", карамели "Савинов". И "Шок", и "Савинов" - это продукты корпорации, специально созданный для российского потребителя, раскрученные до уровня национальных буквально за год-два, остающиеся в памяти потребителя до сих пор.

Корпорация постоянно проводит рекламные акции абсолютно на всех торговых марках. Чаще всего в акциях участвуют Nescafe, Purina, Nestle. Частые розыгрыши призов также прекрасно стимулируют как постоянных покупателей, так и потенциальных потребителей<sup>4</sup>.

Практически все акции, проводимые на территории Российской Федерации известны широкому кругу потребителей.

К примеру, в России на данный момент проходит рекламная акция Nestle "Больше, чем акция!", в которой можно выиграть электронные сертификаты различного номинала, участвуя в фотоконкурсе. Акции с использованием фото уюивают сразу двух зайцев, так как круг потребителей расширяется за счет подписчиков пользователей социальных сетей, участвующих в акции.

Сразу же перед этой акцией следовало промо "Приз в каждом магазине Виктория", где призами являлись iPhone 7, велосипеды и сертификаты сети магазинов, являющихся партнером. Партнерский маркетинг выгоден обеим сторонам, зачастую корпорация пользуется этим и проводит акции на очень выгодных для себя условиях. К примеру, в этой акции участвовали все брэнды компании Nestle, а проведение самой акции легло целиком на плечи сети магазинов. Компании только, как и всегда, необходимо было обеспечивать бесперебойные поставки в торговые точки.

Кроме того, компания проводит разовые акции, снимая их на видео для рекламы или вирусных видео в интернете. Так, в 2016 году от лица бренда Nescafe, корпорация устроила встречу двум друзьям, живущим в разных городах. Под фотографией ничего не подозревающего пользователя было написано, как сильно он скучает по своему другу, живущему в другом городе, но не имеет возможности увидеться. От Nestle счастливицу достались бесплатные билеты в

город проживания друга и обратно, а также бесплатная встреча в кафе в компании камер и, конечно же, кофе Nescafe.

Беспроигрышных акций от Магги, Несквик и Пурина не перечислять. Они, по сути, ничем друг от друга не отличаются, однако эффект стимулирования покупателей не снижается. Одна из подобных акций проходит и сейчас. Обычно корпорация на время прохождения акции еще и снижает цену на товар в наиболее крупных сетях, обеспечивая торговым точкам скидку<sup>5</sup>.

Корпорация проводит акции в школах Санкт-Петербурга и Москвы, в которых участвует более 1000 учебных заведений. Данный промо проходят от лица бренда Несквик как внеклассные занятия. Знакомство с брендом детей приводит к увеличению объемов продаж в разы, за счет того, что дети охотнее взрослых делятся любой информацией, а также приобщают своих родственников к покупкам брендов, приглянувшимся маленьким потребителям. Этот прием, помимо "Nestle", также используют "Procter&Gamble" и "Coca-Cola".

Помимо прочего, корпорация также использует всевозможные медиасредства: телевидение, радио, адресная реклама, розыгрыши, шоу, специализированные концерты и и.д. Бюджет корпорации и узнаваемость ее брендов позволяют проводить практически любые мероприятия для продвижения продукции, и в большинстве своем они увенчаются успехом.

Что касается связи с потребителями, корпорация старается донести до потребителей свою позицию в отношении правильного питания и здорового образа жизни. Данные правила касаются не только потребителей, но и поставщиков клиентов компании. Компании группы Nestle следуют 10 принципам, в которых помимо здорового образа жизни и питания также присутствуют принципы с потребителями. Все рекламные материалы просматриваются руководством корпорации на предмет их соответствия принципам деятельности компании, а просмотр всей телевизионной рекламы осуществляется на постоянной основе в штаб-квартире в Швейцарии.

Так какие же принципы лежат в основе коммуникационной политики корпорации Nestle?

Во-первых, это поддержка умеренности в питании и порицание переедания, особенно в детском питании.

Во-вторых, демонстрация детям примеров здоровой и энергичной жизни.

В-третьих, принципы здорового, сбалансированного питания являются основополагающими принципами компании.

Четвертым принципом является поддержание авторитета и мнения родителей или опекунов в глазах детей.

Также в рекламном сообщении не должно содержаться изображения детей в опасных ситуациях и общения детей с незнакомыми людьми.

В каждом рекламном сообщении о пользе продукции корпорации Nestle для здоровья обязательно диетологическое обоснование, доказывающее это. Голословные сообщения не допускаются даже на стадии проекта.

В коммуникациях с потребителями не должны эксплуатироваться темы насилия, непристойного поведения и нецензурные выражения. Реклама не должна

содержать высказываний дискриминационного или оскорбительного характера в отношении религиозных, политических, этнических, культурных или социальных групп.

Также недопустима демонстрация от лица компании опасных способов потребления продукции. Даже поощрения потребления продуктов Nestle методами, которые могут быть классифицированы как опасные, не допускаются.

Nestle не ведет сотрудничество с теле- и радиопрограммами, а также печатной продукцией, стратегия привлечения потребителей которых основывается на эксплуатации насилия, секса или поощрении оскорбительного поведения по отношению к окружающим.

И последний принцип корпорации: ни при каких обстоятельствах в рекламе Nestle вы не найдете изображение конкурентов. Отрицательно отзываться о конкурентах или порочить их продукцию не входит в принципы коммуникационной политики компании.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что при использовании коммуникационной политики важно обращать внимания на рынки, особенности культуры, все способы привлечения потребителей, а также выработку особой тактики компании, которая будет отличать ее от конкурентов.

---

<sup>1</sup> Акулич И.Л. Маркетинг. Минск : Вышэйшая школа, 2015.

<sup>2</sup> Глубокий С.В. Маркетинг. Минск : Тонпик, 2015. С. 188.

<sup>3</sup> Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-е изд., перераб.и доп. М. : Финпресс, 2016.

<sup>4</sup> Иванов А.В. Разработка инструментария стратегического управления интернет-маркетингом коммерческого банка // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 10 (72).

<sup>5</sup> Котлер Ф. Маркетинг. СПб. : Питер, 2009.

Менеджмент и маркетинг в международных компаниях. М. : Финансы и статистика, 2016.

## COMMUNICATIVE POLICY OF THE COMPANY

© 2017 Nikitina Ekaterina Kamilyevna  
Student

© 2017 Kalyshenko Valentina Nikolaevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: nikitina\_ek@inbox.ru

**Keywords:** consumers, advertising, communications, means, activities.

The article is devoted to the analysis of the criteria by which the means of communication are chosen. On the example of Nestle company, the communicative policy of the enterprise and its impact on the successful development of the company are considered.

## ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СИСТЕМ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

© 2017 Новикова Екатерина Владимировна  
соискатель

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: pev@mail.ru

**Ключевые слова:** система, проектирование, товародвижение, система товародвижения.

Рассмотрены основы проектирования систем товародвижения в розничных торговых сетях.

Розничные торговые сети в целях поддержания устойчивых рыночных позиций, а также способности в течение продолжительного периода продавать количество товаров соответствующее платежеспособному спросу потребителей с минимальными затратами, гибко реагировать на изменения потребностей целевого сегмента рынка должны иметь адаптивные к рыночным изменениям и устойчивые системы товародвижения. Многими исследователями, занимающиеся проблемами устойчивости и эффективности торговых предприятий делают упор на необходимость осознанного подхода к решению проблемы организации систем, обеспечивающих и отвечающих за связи с участниками рыночной среды. В силу специфики деятельности розничной сети и ее целевой функции отправной точкой решения отмеченной проблемы является потребитель со своими требованиями, предпочтениями и личностными характеристиками, трансформирующими свои желания и возможности в покупательский спрос. Скорость реакции на изменения объемных и структурных параметров спроса, согласованность действий предприятий торговли с покупательским поведением, а также обеспечение сфокусированного охвата рынка предопределяет необходимость уделять повышенное внимание проектированию систем товародвижения.

Под проектированием следует понимать процесс генерирования желательной модели потенциального объекта, определение системных связей между элементами его структуры, состояния и возможного поведения в перспективе. Применительно к товародвижению необходимо учитывать, что эти системы относятся к искусственно созданным системам и в силу влияния человеческого фактора им присущи элементы субъективизма, которые нивелируются диалектическим соединением субъективных желаний и объективных реалий. Система товародвижения должна формироваться таким образом, чтобы способствовать развитию бизнеса розничной сети, повышению ее конкурентоспособности. Логистическое предложение должно содействовать сближению рыночных субъектов и поддер-

жанию долгосрочных коммерческих связей розничной компанией, партнерами по бизнесу и покупателями. Следует учитывать, что система товародвижения оборачивается выгодами для потребителей только тогда, когда принятые обязательства реальны, надежны и действительно всегда выполняются.

При решении вопроса о проектировании систем товародвижения в розничных торговых сетях необходимо ориентироваться на достижение оптимального синергетического эффекта от функционирования всей системы товародвижения в целом. Для этого, на наш, взгляд необходимо:

- 1) определить концепцию развития розничной сети;
- 2) выявить особенности торгового ассортимента;
- 3) выявить объекты логистической инфраструктуры систем товародвижения розничных торговых сетей;
- 4) определить географическую направленность товарных потоков сетевого розничного торгового предприятия;
- 5) определить затратные составляющие системы товародвижения розничных торговых сетей.

Необходимость эволюционирования розничной торговой сети и формирование концепции ее развития предопределяется действием законов экономической генетики-наследственности, изменчивости и отбора- позволяющих адаптироваться к динамичным преобразованиям рыночной действительности. Применяя императив экономической генетики, можно отметить, что каждая форма организации розничной деятельности обладает свойством передачи наследственности, подобно биологическому гену, который как единица селекции передает наследственную информацию. Пытаясь выжить в некоторой популяции, розничная сеть посредством своей организации и коммуникационных связей должна развиваться и тем самым изменяться, подстраиваясь под внешние изменения, происходящие в экономической среде. Концепция экономической генетики требует соблюдения принципа отбора, который проявляется в том, что в рыночном пространстве продолжают функционировать только "сильнейшие" компании, в связи с чем розничным сетевым образованиям приходится постоянно повышать уровень своей конкурентоспособности самыми разнообразными способами.

Концепция развития розничной торговой сети требует учета следующих основных составляющих при формировании систем товародвижения :

- сформированную цель компании, период, который планируется для ее достижения, и разработку системы показателей, которые необходимо достичь;
- задачи, подлежащие решению для достижения поставленной цели и предполагаемые способы решения планируемых задач;
- определение этапов, в течение которых будут последовательно решены поставленные задачи, и промежуточных результатов, определенных посредством желаемых показателей, которых необходимо достигнуть<sup>1</sup>.

По мнению Тарана С.А., при определении концепции развития розничных торговых сетей, необходимо сформировать следующие блоки данных, позволяющих осуществить эффективное проектирование систем товародвижения в розничных торговых сетях:

1) способ развития компании на планируемый период и предполагаемое разделение его на этапы;

2) планируемые способы повышения конкурентоспособности предприятий розничной сети на рынке и мероприятия, обеспечивающие их реализацию;

3) описание клиентов и особенности работы с ними;

4) указание существующих и планируемого местонахождения новых торговых точек и складов(дистрибутивных центров), обеспечивающих эти торговые точки;

5) данные по ассортименту и планируемое его изменение по этапам развития;

6) данные по поставщикам и изменение их состава в течении планируемого периода (местонахождение, ассортимент, величина исходящего потока по месяцам);

7) данные по входящим товарным потокам на склады и торговые объекты по месяцам.

Последние три блока формируются исходя из особенностей торгового ассортимента. В научной литературе имеют место разнообразные подходы к выделению товарных характеристик, требующих учета при формировании каналов товародвижения. Тяпухин А.П.<sup>2</sup> считает, что розничные товары требуют различных условий работы с ними в зависимости от следующих основных характеристик:

- продовольственные или непродовольственные товары;
- весовые и габаритные параметры;
- срок хранения и температурный режим хранения;
- степень опасности;
- ценовые параметры товаров;
- совместимость при хранении;
- особенности обработки на складе;
- условия транспортировки.

По мнению К. Аспинвола<sup>3</sup> при проектировании каналов товародвижения тщательному анализу должны подлежать такие характеристики товаров, как: время приобретения и потребления, уровень максимальных наценок, уровень замещения, уровень обслуживания. Каждый из отмеченных характеристик имеет свою смысловую нагрузку.

Временные параметры задают системе товародвижения интервальные рамки движения товара по цепи "поставщик-предприятие торговли". Это объясняется тем, что время приобретения характеризует время, требуемое потребителю на совершение покупки с учетом перемещения между розничными точками. Время потребления включает в себя период, в течение которого продукция, реализуемая в торговой точке, сохраняет свои потребительские свойства. Следовательно, проектируя систему товародвижения в рознице, необходимо четко определять интервалы завоза товаров от поставщиков в распределительные центры или иные инфраструктурные элементы, обеспечивающие процессы хранения, либо непосредственно в места продажи товаров.

Уровень возможных наценок, применяемых в розничных сетях и рассчитываемых как разница между ценой реализуемого товара и себестоимостью его

приобретения, позволяет определить максимальные, оптимальные и минимальные затратные параметры функционирования системы товародвижения. Относительно показателей "уровень замещения" и "уровень обслуживания" можно отметить, что они способствуют формированию стандартов обслуживания системы товародвижения, и позволяют определить требуемое количество товаров в торговом зале и в максимальной близости от точек продаж, и тем самым, определяют объемы товарных запасов, накапливаемых в розничной сети.

Специфика предлагаемого ассортимента позволяет структурировать сетевой формат розничной торговли обусловленный диверсификацией товарного ассортимента следующим образом: сегмент FMCG (розничная торговля продуктами питания и товарами бытовой химии и предметами личной гигиены; сегмент DIY (розничная торговля товарами для ремонта и строительства); сегмент household (розничная торговля товарами для дома); сегмент бытовой техники; сегмент мобильных устройств; сегмент компьютерной техники; сегмент Fashion (розничная торговля одеждой, обувью и спортивными товарами); сегмент торговли парфюмерией и косметикой; сегмент детских товаров<sup>4</sup>.

В соответствии со спецификой товаров, реализуемых розничной торговой сетью и особенностью их обработки рассчитывается потребность в отмеченных инфраструктурных элементах. К характерным объектам логистической инфраструктуры розничных торговых сетей относят транспортные предприятия, распределительные и дистрибутивные склады, погрузочно-разгрузочные терминалы. Расчет требуемого количества инфраструктурных объектов каждого типа, их территориальное месторасположение и реализуемые функции составляет существенный элемент всей деятельности по проектированию систем товародвижения.

Логистическая инфраструктура розничной торговой сети характеризуется наличием системы распределения товарных потоков по географическому признаку. При этом можно выделить следующие товарные потоки:

- потоки товаров, идущие от производителей или поставщиков в распределительные центры;
- потоки товаров, идущие от распределительных центров в дистрибутивные центры;
- потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров в магазины сети;
- потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в магазины сети;
- потоки товаров, идущие от производителей и поставщиков в дистрибутивные центры;
- потоки товаров, идущие от дистрибутивных центров к потребителям.

Особое внимание при проектировании систем товародвижения следует уделять накоплению запасов, а именно необходимо установить, сколько и каких запасов следует иметь на каждом объекте и где размещать заказы клиентов на поставку. Это связано с тем, что:

- во-первых, качество и скорость обслуживания клиента являются приоритетными в деятельности розничной торговли и формируют конкурентные преимущества предприятий торговой сети;

- во-вторых, накопление запасов сопряжено с расходами на содержание товарного запаса, замораживающими финансовые ресурсы торгового предприятия и с утратой ликвидности реализуемой продукции из-за динамического спроса, характерного для большинства позиций товарного ассортимента розничных торговых предприятий.

Расходы на содержание товарных запасов, так же как и расходы на перевозку товаров и их складскую обработку являются основными затратными составляющими системы товародвижения розничных торговых сетей, оказывающих существенное влияние на оптимальный синергетический результат от функционирования каналов товародвижения. В связи с этим, считаем необходимым определить перечень показателей, которые целесообразно учитывать как при проектировании системы товародвижения, так и при оценке эффективности их функционирования (см. таблицу.).

**Показатели, учитываемые при проектировании каналов товародвижения розничных торговых сетей\***

| <b>Затратные составляющие</b>          | <b>Наименование показателя</b>                                                                              |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Расходы на перевозку товаров           | - степень загрузки транспортного средства по объему или весу;<br>- расстояние перевозки                     |
| Расходы по складской обработке товаров | - время обработки товаров на складе при приемке товаров на склад, при коммиссионировании и отгрузке заказов |
| Расходы на содержание товарного запаса | - величина товарного запаса;<br>- скорость оборота товарных запасов                                         |

\* Составлено автором по: Таран С.А. Логистическая стратегия предприятия: разработка и реализация. Практические рекомендации. М. : АльфаПресс, 2010.

Измерение параметров деятельности системы товародвижения с целью определения его эффективности является одним из сложных решений. Проектируя систему товародвижения необходимо учитывать, что необходимо для осуществления качественного измерения показателей текущей деятельности системы сузить области параметров до небольшого количества полезных и информативных точек отсчета. Основным понятием качественного измерения функционирования системы товародвижения является ключевой фактор достижения результатов деятельности, под которым, по мнению Лоуренса Дж.Фридмана и Тимоти В.Фьюри<sup>5</sup> следует понимать вид деятельности, который прямо или формально влияет на общий результат всей деятельности в целом и на способность системы достичь плановых показателей.

Ключевые факторы достижения результатов деятельности системы товародвижения служат следующим целям:

1) обеспечивают базис для установления параметров изменения и оценки исполнения системой товародвижения в целом и ее участниками в частности наиболее значимых и важных видов коммерческой деятельности;



2) помогают выявить конкретные виды деятельности, на которые необходимо акцентировать внимание розничной сети для достижения плановых показателей деятельности.

Изначально в процессе проектирования канала товародвижения должен быть определен плановый показатель (или показатели) деятельности системы товародвижения. Заданный показатель (или показатели) являются основой определения ключевых факторов его деятельности, способных внести вклад в достижение целей товародвижения.

В качестве ключевых факторов деятельности применительно к розничной торговле можно выделить следующие:

- увеличение скорости прохождения товарного потока от источника закуп до торговой точки сети;
- увеличение доходности на одну логистическую транзакцию;
- уменьшение удельных затрат на функционирование системы;
- сокращение времени логистического цикла в системе товародвижения;
- повышение лояльности покупателей к розничной торговой сети.

Что касается теоретико-методологических подходов к проектированию каналов товародвижения, то необходимо отметить, что данный процесс должен базироваться на учете логистических принципов их формирования.

---

<sup>1</sup> Таран С.А. Логистическая стратегия предприятия: разработка и реализация. Практические рекомендации. М : АльфаПресс, 2010.

<sup>2</sup> Тяпухин А.П., Голощапова А.И., Лындина Е.Н. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики. М. : Финансы и статистика, 2009.

<sup>3</sup> Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг. М. : Финансы и статистика, 2003.

<sup>4</sup> Горянинская О.А. Разнообразие структур сетевого формата на розничном рынке: сегментация и типология // Современная торговля: теория, практика, перспективы развития : материалы 3-й междунар. инновац. науч.-практ. конф. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2013. С. 30-36. URL: <http://www.ael.ru/about/novosti/fayly/КОНф3Современ.торговля.pdf>.

<sup>5</sup> Фридман Л.Дж., Фьюри Т.Р. Новые каналы сбыта-главное преимущество компаний : пер. с англ. М. : Эксмо, 2009.

## **BASICS OF DESIGNING OF COMMODITY CIRCULATION SYSTEMS IN RETAIL TRADE NETWORKS**

© 2017 Novikova Ekaterina Vladimirovna  
Applicant

Samara State University of Economics  
E-mail: pev@mail.ru

**Keywords:** system, design, commodity circulation, commodity circulation system.

In this paper, the basics of the design of commodity circulation systems in retail trade networks are considered.

## ТОВАРОДВИЖЕНИЕ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

© 2017 Новикова Екатерина Владимировна

соискатель

Самарский государственный экономический университет

E-mail: pev@mail.ru

**Ключевые слова:** товар, товародвижение, розничная торговля.

Рассмотрены особенности товародвижения, представлена динамика оборота розничной торговли в 2015-2019 гг., проанализировано понятие "товародвижение".

Глобализация экономических процессов, активное развитие горизонтальных связей субъектов экономических отношений в целях обмена информацией, и согласования принимаемых решений, а также информатизация бизнес-среды требуют исследования управления процессами товародвижения в розничной торговле. Розничная торговля, являясь связующим звеном между сферой производства и потребления, в качестве своей главной задачи общественного производства рассматривает удовлетворение потребительского спроса в разнообразных товарах и услугах. Именно розничная торговля, реализуя произведенную потребительскую стоимость и тем самым, обеспечивая связь производства с потреблением и поддерживая равновесие между спросом и предложением, завершает процесс обращения товаров и доведения их до непосредственных потребителей.

В современных условиях розничная торговля является одной из ведущих сфер экономической деятельности. Начиная с 2011г, розничный рынок России является самым крупным в Европе и на его долю приходится 15% общеевропейского рынка. Однако, следует отметить, что в текущий период, начиная с 2015 г, розничная торговля проявляет слабую экономическую активность, что предопределяется падением покупательской способности, вызванной макроэкономической и политической ситуацией в экономике в целом. Если еще в 2014 г оборот розничной торговли в России демонстрировал интенсивное развитие и стабильный рост на 2,5% по сравнению с 2013г, что составило 26, 1 трлн. руб. (для сравнения: оборот розничной торговли в 2013 г. достиг показателя 19075,0 млрд. рублей, что в товарной массе составляет 107,2% к 2012 г), то в 2015 г оборот розничной торговли составил 27,6 трл. рублей (или в сопоставимых ценах 90% к уровню предыдущего периода)<sup>1</sup>.

Несмотря на то, что 2016 г произошла некоторая стабилизация в секторе розничной торговли, Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики" констатировала "критически низкий уровень деловой активности на розничном рынке"<sup>2</sup>.

По данным Росстата за первые семь месяцев 2016 г среднее сокращение товарооборота розницы составило 5,6%<sup>3</sup>. Однако, согласно Прогнозу социаль-

но-экономического развития России, разработанному Министерством экономического развития, в 2017-2019 гг, розничный товароборот будет иметь положительную динамику (см. таблицу).

**Динамика оборота розничной торговли в 2015-2019гг. (прирост),  
% к предыдущему году\***

| Розничный<br>товароборот        | 2015  | 2016  | Прогноз |       |       |
|---------------------------------|-------|-------|---------|-------|-------|
|                                 |       |       | 2017    | 2018  | 2019  |
| Номинальный объем,<br>млрд руб. | 27538 | 28216 | 30287   | 32503 | 35088 |
| Темп роста, %                   | 90    | 95,4  | 102,0   | 102,7 | 103,5 |

\* Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2017 год и на плановый период 2018-2019 годов. URL: [http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/9dd9931d-3960-454c-a8db-ec6fc1ab4bfc/prognoz\\_2017\\_2019.pdf?MOD=AJPERES&CA=CEID=9dd9931d-3960-454c-a8db-ec6fc1ab4bfc](http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/9dd9931d-3960-454c-a8db-ec6fc1ab4bfc/prognoz_2017_2019.pdf?MOD=AJPERES&CA=CEID=9dd9931d-3960-454c-a8db-ec6fc1ab4bfc).

Следует отметить, что розничная торговля представляет собой иерархичную организационно-экономическую систему, находящуюся в динамике, которая образует целостную структуру и ориентируется на эффективное обслуживание всей цепи движения товаров от изготовителя к потребителю, а также отвечает за непосредственные контакты с потребителем<sup>4</sup>. В научной литературе система, обеспечивающая перемещение и движение товаров от источника их создания к местам реализации или использования принято называть товародвижением.

В большинстве определений категории "товародвижение" делается акцент на физическую передислокацию товара.

Так, Котлер Ф. рассматривает товародвижение "как деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю над физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя"<sup>5</sup>.

В работе Подольной С.И. "Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей" отмечается, что "товародвижение - это процесс доведения товаров от производителей в сферу потребления, представляющий собой совокупность операций транспортировки и складирования, с целью максимально полного удовлетворения потребностей потребителей"<sup>6</sup>.

Товародвижение Цахаева Р.К. и Муртазалиевой Т.В. представляется как "система обеспечения доставки продукции к месту продажи или эксплуатации (установки) в точно обусловленное время и с максимально высоким уровнем обслуживания"<sup>7</sup>.

Афанасенко, И.Д. и Борисова В. В. считают, что "товародвижение связано с организацией хранения, транспортирования и складирования готовых изделий"<sup>8</sup>.

Егоров В. Ф. трактует товародвижение "как процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до торговых залов предприятий розничной торговли или до внерыночных потребителей"<sup>9</sup>.

Квинтэссенцией категории "товародвижение", на наш взгляд, является определение, приведенное Федько В.П., Шапор О.А., "товародвижение - это дея-

тельность по управлению перемещением и реализацией товаров от производителя к потребителю, целью которой является доставка нужных грузов в нужное место и в нужное время с наименьшими затратами"<sup>10</sup>.

Резюмируя приведенные выше научные взгляды на товародвижение, можно констатировать следующее:

1) процесс товародвижения завершает цикл купли-продажи посредством обеспечения максимально высокого уровня обслуживания за счет своевременной и качественной доставки товаров к местам их продажи либо потребления;

2) в целях обеспечения максимального покрытия рынка и возможности доставить товар в любую точку территории сосредоточения потребителей система товародвижения должна обладать определенной пространственной разветвленностью;

3) для реализации логистических принципов "нужный товар-нужное количество- нужное время- нужное качество" с целью обеспечения оптимального ассортиментного перечня в соответствующем количестве и требуемого качества, решающее значение в системе товародвижения придается упорядоченности во времени всего распределительного цикла;

4) обязательными элементами товародвижения являются непосредственные контакты с поставщиками и потребителями, складирование, транспортировка;

5) система товародвижения включает совокупность рыночных субъектов, обеспечивающих перемещение товаров по рыночной цепочке с заданными параметрами и имеющих разные функциональные возможности и характеристики. Основными участниками товародвижения на макро- и мезоуровне являются: производители; посредники, обеспечивающие складирование и обработку товаров в местах сбыта; сбытовая сеть (оптовики, сеть розничных магазинов, биржи, торговые дома и т.д.) которые обеспечивают контакты с потребителем, организации, отвечающие за транспортировку грузов и комплекс погрузочно-разгрузочных и складских работ.

Структурно товародвижение представляет собой совокупность субъектов, вступающих в определенную систему отношений посредством коммуникаций и обеспечивающих направленное движение потоковых процессов. Субъекты, вступающие в отношения в системе товародвижения, занимают свое упорядоченное место и выполняют имманентные функции в цепи поставок, качественное выполнение которых (управление заказами, управление закупками; физическое распределение и управление запасами; транспортировка; складирование; грузопереработка и упаковка, а также управление качеством), осуществляется за счет наличия соответствующих организационных структур и организационно-технологически организационно-технологического плана. Из этого можно предположить, что эффективность движения потоков материалов, продукции, финансов и информации зависит от характеристик субъектов и отношений, и их заинтересованности в совместном участии.

---

<sup>1</sup> Быркова Е. Обзор российской розничной торговли в 2016 г.: кризис выталкивает малый бизнес. URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/33078-obzop-possijskoy-poznichnoy-topgovli-v-2015-godu-kpizis-vytalkivaet-malyy-biznes.html>.

<sup>2</sup> Деловой климат в розничной торговле в I квартале 2016 года. М. : НИУ ВШЭ, 2016.

<sup>3</sup> Сергеев М. Торговля падает без признаков замедления // Независимая газета. 2016. № 174 (6788). URL: [http://www.ng.ru/economics/2016-08-22/4\\_trade.html](http://www.ng.ru/economics/2016-08-22/4_trade.html).

<sup>4</sup> Чкалова О.В. Торговое дело. М. : Эксмо, 2010.

<sup>5</sup> Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга / пер. с англ. О.Л. Пелявского, А.В. Назаренко. 12-е изд. М. : Дело, 2010.

<sup>6</sup> Подольная С.И. Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей // Молодой ученый. 2014. № 9. С. 304-307.

<sup>7</sup> Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг : учеб. для вузов. М. : Дашков и Ко, 2013. URL: [http://uchebniki.ws/15840720/marketing/marketing\\_-\\_tsahaev\\_rk](http://uchebniki.ws/15840720/marketing/marketing_-_tsahaev_rk).

<sup>8</sup> Егоров В.Ф. Организация торговли. СПб. : Питер, 2006.

<sup>9</sup> Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Экономическая логистика : учеб. для магистров и специалистов. СПб. : Питер, 2013.

<sup>10</sup> Федько В.П., Федько Н.Г., Шапор О.А. Основы маркетинга. Ростов н/Д : Феникс, 2001.

## RETAIL TRADE COMMODITIES

© 2017 Novikova Ekaterina Vladimirovna  
Applicant  
Samara State University of Economics  
E-mail: [pev@mail.ru](mailto:pev@mail.ru)

**Keywords:** product, commodity circulation, retail.

In the article features of commodity circulation are considered, dynamics of retail trade turnover in 2015-2019 is presented, the concept of "commodity circulation" is analyzed.

*УДК 338.45*

## ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

© 2017 Оськина Александра Сергеевна  
студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации  
Волгоградский институт управления  
E-mail: [alexandraosk96@mail.ru](mailto:alexandraosk96@mail.ru)

**Ключевые слова:** лекарственные препараты, сегмент, фармацевтический рынок, объемы, доля рынка, стоимостной, отечественный.

Рассматриваются основные тенденции фармрынка России, в частности динамика объема фармрынка, динамика изменения объема производства коммерческого сегмента фармацевтического рынка, изменение соотношения импортных и отечественных лекарственных препаратов. Представлена структура лидеров по стоимостному объему продаж в России.

Российский фармацевтический рынок является одним из самых перспективных и активно развивающихся рынков<sup>1</sup>. В условиях непростой экономической ситуации, необходимость в отечественных аналогах и заменителях резко возросла<sup>2</sup>, что заставляет Правительство РФ поддерживать отечественного производителя. В частности, в этих целях реализуется федеральная программа "Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации", призванная на 90% к 2020 году заменить иностранные препараты российскими аналогами. Конечно, этого невозможно добиться без качественного обновления и перехода на стандарты GMP. Фармацевтическое производство очень перспективно<sup>3</sup>, и при определенных обстоятельствах может стать прибыльной, высокоразвитой отраслью российского производства<sup>4</sup>. Для того чтобы понять, способен ли отечественный фармацевтический рынок на такие перемены, проанализируем его состояние, перспективы и текущие тенденции развития. Этап, на котором находится отечественный фармацевтический рынок можно назвать этапом развития<sup>5</sup>. Об этом свидетельствует тенденции к наращиванию объемов и масштабов производства уже на протяжении многих лет<sup>6</sup>. Для того чтобы определить и понять, насколько данный сегмент успешен и востребован в России необходимо рассмотреть динамику объема фармацевтического рынка.

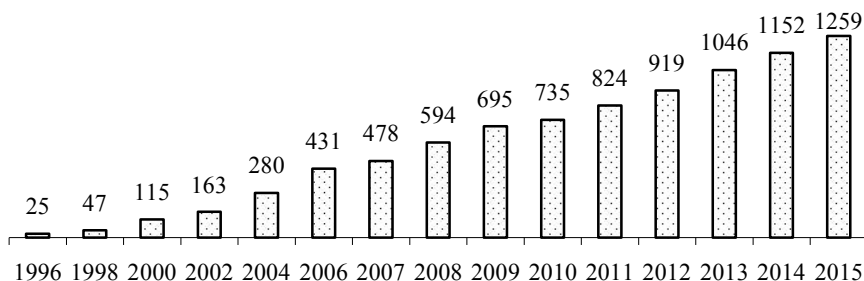


Рис. 1. Динамика объема фармацевтического рынка РФ, млрд руб.

Необходимо отметить, что Российская Федерация отстает от стран ЕС и США не только по производству и экспорту, но и по объемам потребления лекарств (в 3 раза от Европы и почти в 5 раз от США)<sup>7</sup>. Не уступает Россия по этому показателю таким странам как Китай и Бразилия. Одна из главных причин - высокие цены на лекарства. Мониторинг Федеральной антимонопольной службы показал, что самые дорогие препараты находятся в Москве и на Дальнем Востоке<sup>8</sup>. В связи с этим Правительство РФ обозначило снижение цен и доведение объемов потребления лекарств до средневропейского уровня как основную задачу.

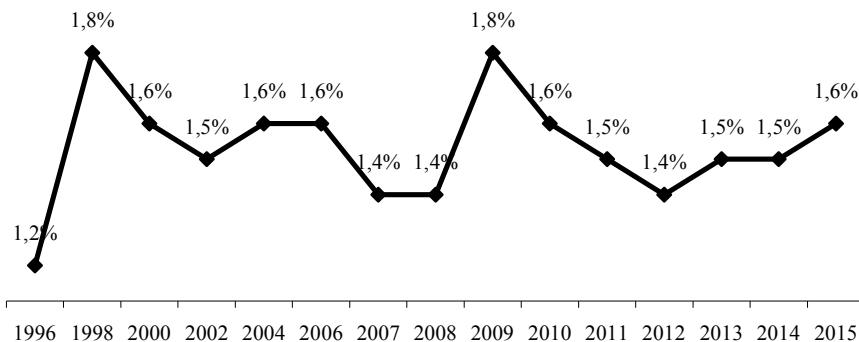


*Рис. 2. Доля фармацевтического рынка в ВВП РФ*

Мы видим, что в 2015 году доля фармацевтического рынка Российской Федерации составила около 1,6% от ВВП страны, это около 1331,72 млрд. руб. (в текущих ценах). По этому показателю РФ находится на 8 месте в мире. Лидером является США, на котором только на розничные продажи приходится 241 млрд.\$., а объем годового прироста достигает почти 9млрд.\$ в год. Отечественный рынок фармацевтики делится на коммерческий и государственный сектор<sup>9</sup>. Отличие последующего состоит в том, что сбыт препаратов, происходит через государственные учреждения. Коммерческий сегмент показывает неплохие показатели роста<sup>10</sup>.

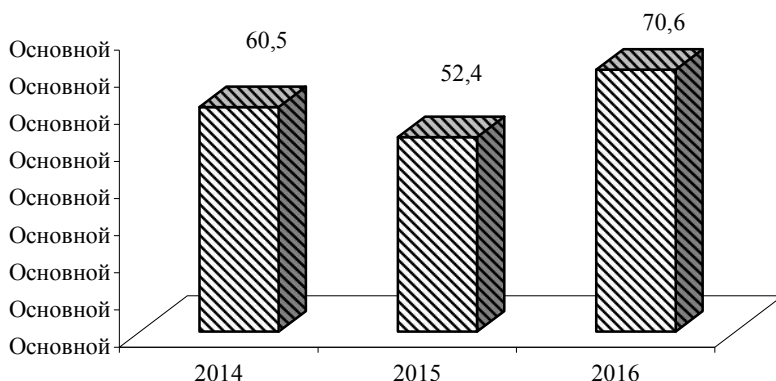


*Рис. 3. Объем коммерческого сегмента лекарственных препаратов (на конец года), млрд. руб.*

В количественном выражении это составило, соответственно, в 2014 году - 458,1 млн. упаковок и в 2015 - 364,5 млн. Средняя стоимость одной упаковки лекарственного препарата возросла. Мы можем увидеть это на графике ниже.

В свою очередь стоимость пачки за период с 2014 по 2015 год возросла на 8,6%, с 2015 по 2016 на 5,6%, и в общей сложности за 2 года цена одной пачки препаратов выросла на 14,8%. Соотношение импортных и отечественных товаров отражено на рисунках 5 и 6.

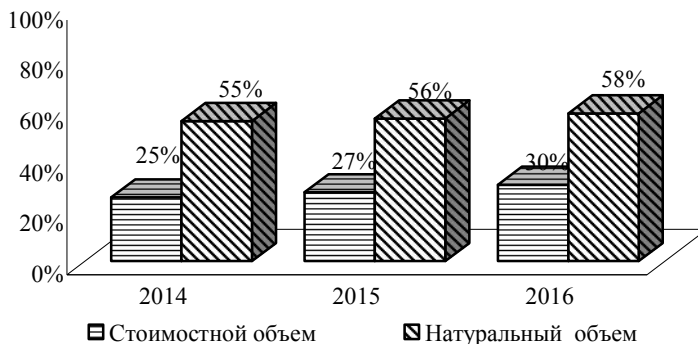


**Рис. 4. Динамика изменения объема отечественных лекарств коммерческого сектора**

Таким образом, в стоимостном выражении удельный вес отечественных лекарств за 2 года увеличился на 5%, а в натуральном - на 3%. Это говорит о том, что отечественные производители постепенно входят на рынок и укрепляются на нем, так как их товар становится с каждым годом все более предпочтительным для потребителя и конкурентоспособным.

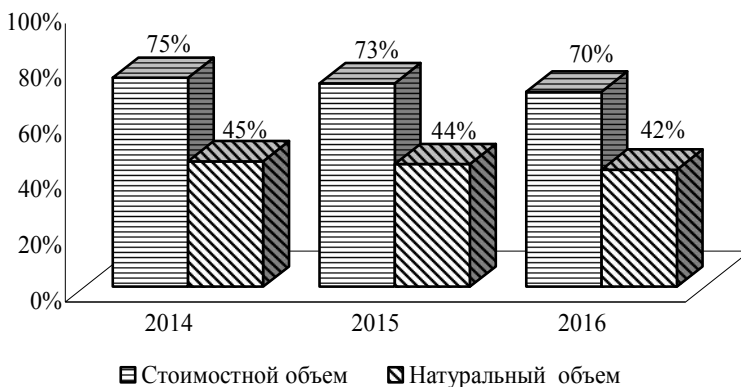


**Рис. 5. Динамика изменения объема импортных лекарств коммерческого сектора**

С импортными лекарствами складывается противоположная ситуация: удельный вес зарубежных препаратов в стоимостном выражении упал соответ-



ственно на 5%, а в натуральном - на 3%. Происходить это может по разным причинам. Удорожание импортных аналогов ведет так же к тому, что многие россияне уже не могут себе их позволить.

Фармацевтический рынок России имеет ряд специфических особенностей, таких как крупная доля традиционных дженериков (препаратов, имеющих состав и форму как у оригиналов, но не имеющих патентной защиты), а также большое количество лекарств, отпускаемых без рецепта. Еще одной особенностью данной отрасли в России является то, что в последнее время предприятия перешли на производство уже готовых лекарств, но из-за небольшого опыта, маленьких объемов производства и высокой степени конкуренции им сложно потеснить устоявшиеся зарубежные аналоги, которые предпочитают большинство россиян. Третьей особенностью является тот факт, что в развитых западных странах расходы на приобретения лекарств покрывает страховка, у нас в стране эти расходы перекладываются на потребителей.

На фармацевтическом рынке России существуют следующие участники: производители (зарубежные и отечественные); дистрибьюторы (поставщики); аптеки (сети аптек или индивидуальные торговые точки)<sup>11</sup>. Рассмотрим, какие производители являются лидерами продаж за последние 3 года и как изменилась первая 10-ка лидеров.

*Таблица 1*

**Лидеры среди производителей по стоимостному объему  
на конец 2014, 2015 и 2016 гг.\***

|    | <b>2016</b>     | <b>2015</b>     | <b>2014</b>    |
|----|-----------------|-----------------|----------------|
| 1  | BAYER           | SANOFI          | NOVARTIS       |
| 2  | SANOFI          | BAYER           | SANOFI         |
| 3  | NOVARTIS        | NOVARTIS        | BAYER          |
| 4  | ОТИСИФАРМ       | SERVIER         | TAKEDA         |
| 5  | GLAXOSMITHKLINE | GLAXOSMITHKLINE | TEVA           |
| 6  | SERVIER         | ОТИСИФАРМ       | ОТИСИФАРМ      |
| 7  | STADA           | TEVA            | BERLIN-CHEMIE  |
| 8  | TAKEDA          | TAKEDA          | SERVIER        |
| 9  | TEVA            | BERLIN-CHEMIE   | ABBOTT         |
| 10 | BERLIN-CHEMIE   | STADA           | GEDEON RICHTER |

\* Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ. DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008.

Из приведенной таблицы можно сделать вывод о том, что в 3-ке лидеров находятся компании "Bayer", "Sanofi" и "Novartis". Они являются самыми предпочтительными у отечественных потребителей. Такие компании как "Abbott" и "Gedeon Richter" исчезли из десятки лидеров, а "Stada" и "Glaxosmithkline" пришли им на замену. Для того чтобы определить, какие препараты являются самыми популярными среди россиян рассмотрим табл. 2.

Таблица 2

**ТОР-10 лекарственных брендов ЛП по стоимостному объему продаж  
в России на конец 2014, 2015 и 2016 гг.\***

|    | 2016         | 2015         | 2014       |
|----|--------------|--------------|------------|
| 1  | ИНГАВИРИН    | ЭССЕНЦИАЛЕ   | ЭССЕНЦИАЛЕ |
| 2  | КАГОЦЕЛ      | КАГОЦЕЛ      | КАГОЦЕЛ    |
| 3  | НУРОФЕН      | НУРОФЕН      | НУРОФЕН    |
| 4  | ТЕРАФЛЮ      | ИНГАВИРИН    | КОНКОР     |
| 5  | ЭССЕНЦИАЛЕ   | КОНКОР       | ИНГАВИРИН  |
| 6  | ЭРГОФЕРОН    | АКТОВЕГИН    | АКТОВЕГИН  |
| 7  | КОНКОР       | ЭРГОФЕРОН    | ЛИНЕКС     |
| 8  | АРБИДОЛ      | ТЕРАФЛЮ      | ТЕРАФЛЮ    |
| 9  | АЦЦ          | КАРДИОМАГНИЛ | АЦЦ        |
| 10 | КАРДИОМАГНИЛ | ЛОЗАП        | ЛОЗАП      |

\* Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ. DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008.

Так как рейтинг составлен на конец декабря, можно увидеть, что большую долю составляют "индукторы интерферона", стимулирующие в организме человека продукцию собственного интерферона, различные жаропонижающие и болеутоляющие средства. Скорее всего, это связано с сезонными заболеваниями: простудой, гриппом или ОРВИ. Одним из важных показателей развитости данного сектора является количество аптечных пунктов в округах РФ<sup>12</sup>.



**Рис. 6. Географическая структура аптечного рынка России в 2016 году, шт.\***

\* Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ. DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008.

По данной диаграмме видно, что почти  $\frac{1}{4}$  аптечных пунктов приходится на Приволжский федеральный округ, а треть - на Центральный. В совокупности их объем составляет около 29 тысяч аптечных пунктов. Аутсайдерами являются Дальневосточный и Северо-Кавказский округа. На их долю в совокупности приходится всего 10%, что фактически составляет около 5 тысяч аптечных пунктов.

Исходя из рассмотренных выше диаграмм, таблиц и графиков и сделанных на их основании выводов, можно сделать предположение о том, как данный сегмент рынка будет развиваться в будущем. Отечественные производители продолжают укрепляться на рынке. На рисунке 4 видно, что удельный вес отечественных производителей на протяжении уже 3-х лет увеличивается. Если подобная тенденция сохранится, то к концу 2017 года доля российских компаний может достигнуть 30% в стоимостном объеме и 60% в натуральном.

Зарубежные предприятия продолжают процесс локализации на территории РФ. Прогнозируется появление иностранных инвесторов, которые помимо организации своего производства в РФ, смогут передать достижения НТП в данной отрасли отечественным предприятиям.

Стоит ожидать того, что государство примет ряд мер, которые будут направлены на усложнение доступа зарубежных компаний на российский рынок. Эта протекционистская мера поможет защитить отечественных производителей и стимулировать их к наращиванию клиентской базы, а затем и объемов производства.

Со вступлением в силу в 2015 году поправка в закон "Об обращении лекарственных средств" индексация цен на лекарственные средства будет проводиться в зависимости от темпов инфляции. В связи с этим, средняя цена может вырасти на 16-18%, а повышение стоимости будет касаться подавляющего большинства средств, в том числе и из перечня ЖНВЛП.

Подводя итог, необходимо отметить тот факт, что тенденцией последних лет является превалирование рыночных факторов над законодательными изменениями (что подтверждается определенной степенью закрытости российского фармацевтического рынка и его зависимостью от импорта). В этом смысле, доля компаний, которые зависят от рыночных изменений этой отрасли, продолжает увеличиваться, как и степень неопределенности относительно влияния законодательных изменений. Также необходимо отметить, что увеличение средних темпов роста в итоге может привести к тому, что фармацевтическая отрасль может стать высококонцентрированной, что в свою очередь может увеличить давление на российские предприятия. Но при этом, российский фармацевтический рынок имеет огромный потенциал для наращивания темпов роста, и если выявленные тенденции будут сохраняться, этот потенциал в скором времени, возможно, может быть реализован<sup>13</sup>.

---

<sup>1</sup> Evstratov A.V. Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999-2012 // World Applied Sciences Journal. 2014. № 32 (7). P. 1402.

<sup>2</sup> Воронцова Н.А. Сущность и специфические особенности фармацевтического рынка // Baikal Research Journal. 2016. Т. 7. № 3. С. 16.

<sup>3</sup> Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний на фармацевтическом рынке: мировой опыт и российская специфика : монография / ВолгГТУ. Волгоград, 2016. С. 25.

<sup>4</sup> Карачев И.А. Развитие российского фармацевтического рынка на современном этапе // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8 (142). С. 72.

<sup>5</sup> Макаренко М.В., Костромин П.А. Современная фармацевтическая промышленность России: удовлетворяет ли потребности здравоохранения в стране? // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. 2015. № 2 (24). С. 98.

<sup>6</sup> Халатян С.Г. Факторы и перспективы развития региональных фармацевтических дистрибьюторов в современных условиях: логистический аспект // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2016. № 3 (55).

<sup>7</sup> Евстратов А.В., Москвичева М.А., Сенина М.В. Анализ особенностей формирования и развития инфраструктуры фармацевтического рынка в США // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-2 (76-2). С. 922.

<sup>8</sup> Евстратов А.В., Измайлов А.М. Слияния и поглощения компаний ... С. 18.

<sup>9</sup> Кунев С.В., Кунева Л.В. Проблемы и пути развития российской фармацевтической отрасли в условиях внешнеэкономических ограничений // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15317>.

<sup>10</sup> Измайлов А.М. Методический подход к анализу конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2015. № 3. С. 233.

<sup>11</sup> Папанова С.Ю. Виртуальная аптечная сеть: особенности создания и функционирования // Наука и образование: новое время. 2016. № 1 (12). С. 2.

<sup>12</sup> Пушкарев О.Н., Евстратов А.В. Оптимизация структуры аптечной сети // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 1. С. 63.

<sup>13</sup> См. также: Евстратов А.В., Днепровская И.В. Теория отраслевых рынков : учеб. пособие / ВолгГТУ. Волгоград, 2016.

## **TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN PHARMACEUTICAL MARKET**

© 2017 Oskina Aleksandra Sergeevna  
Student

Volgograd Institute of Management - Branch of the Russian Presidential  
Academy of National Economy and Public Administration  
E-mail: alexandraosk96@mail.ru

**Keywords:** medicines, segment, market, pharmaceutical, volumes, share, cost, domestic.

This paper examines the main trends in the Russian pharma market, in particular, the dynamics of the pharma market volume, the dynamics of the volume of production of the commercial segment of the pharmaceutical market, the change in the ratio of imported and domestic drugs, as well as the structure of leaders in the value of sales in Russia.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2017 Паздникова Наталья Павловна

кандидат экономических наук, доцент

Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет

E-mail: pazdnikovan@mail.ru

**Ключевые слова:** стимул, налог, единый налог на вмененный доход, деятельность.

Статья посвящена вопросам стимулирования предпринимательской деятельности, эффективность которого оказывает влияние на результативность деятельности предпринимателей и состояние бюджета в целом. Автор рассматривает единый налог на вмененный доход как основной стимулятор развития предпринимательства, проводит анализ эффективности корректирующего коэффициента и дает оценку эффективности применяемого стимула, а также описывает воздействие.

Налоговые стимулы, используемые в Российской Федерации, достаточно разнообразны и обеспечивают функционирование механизма государственной поддержки предпринимательства. Их привлекательность заключается в том, что органы государственной власти и местного самоуправления отказываются от части средств, которые должны поступать в бюджеты бюджетной системы РФ в виде налогов, стимулируя предпринимателей к деятельности и получению дохода. Налоговое стимулирование предпринимательской деятельности осуществляется с помощью различных форм, одной из которых является специальный налоговый режим, представленный следующими формами:

- упрощенная система налогообложения;
- единый сельскохозяйственный налог;
- единый налог на вмененный доход;
- патентная система налогообложения;
- система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Отметим, что в муниципальных образованиях, единый налог на вмененный доход (далее ЕНВД), наиболее распространен как налоговый стимулятор развития предпринимательства, поскольку целиком поступает в местный бюджет и является основным источником доходов местного бюджета после НДФЛ.

Каковы особенности данного специального налогового стимулятора? При выборе режима ЕНВД юридические лица освобождаются от уплаты таких налогов как: налог на прибыль организаций, налог на имущество организаций и НДС. Физические лица, в свою очередь, освобождаются от налога на доходы физических лиц, от налога на имущество физических лиц и НДС.

Отметим, что ЕНВД предназначен больше для субъектов малого бизнеса, поскольку одним из условий перехода на этот режим является количество работников, которое не должно превышать 100 человек. Кроме того, согласно п.2 ст. 346.26 НК РФ, единый налог на вмененный доход применяется в отношении отдельных видов предпринимательской деятельности: розничная торговля; общественное питание; бытовые, ветеринарные услуги; услуги по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств; распространение и (или) размещение рекламы; услуги по передаче во временное пользование торговых мест, земельных участков; услуги по временному размещению и проживанию; услуги по перевозке пассажиров и грузов автотранспортом; услуги стоянок.

Еще одной особенностью ЕНВД является то, что корректирующий коэффициент  $K_2$  устанавливается на местном уровне власти, тем самым, органы местного самоуправления могут стимулировать те или иные сферы экономической деятельности, выбирая различные вариации понижающего коэффициента  $K_2$ .

Еще одним плюсом данного режима является возможность уменьшения налога на сумму страховых взносов, уплаченных в пользу работников, как для юридических, так и для физических лиц (п. 2 статья 346.2 НК РФ). При этом сумма такого уменьшения не может быть больше, чем 50% исчисленного налога. Индивидуальные предприниматели, которые не имеют наемных сотрудников, могут уменьшить сумму ЕНВД на сумму уплаченных за себя в фиксированном размере страховых взносов в ПФР и ФФОМС в полном размере.

Таким образом, стимулы системы ЕНВД для развития предпринимательской деятельности выступают: во-первых, замена части поступающих в местный бюджет налогов; во-вторых, местные органы сами устанавливают корректирующий коэффициент базовой доходности ( $K_2$ ); в-третьих, сумма ЕНВД, собранная на территории муниципального образования зачисляется в местный бюджет в полном объеме.

Практика функционирования налогового стимулирования по ЕНВД в муниципальных образованиях Пермского края показала следующие результаты.

Абсолютные значения налоговых поступлений по ЕНВД по всем муниципальным образованиям (48) уменьшаются в 2016 г. по сравнению с предыдущими периодами. При этом темпы сокращения составили -4,9% в 2014 г., -1,89% в 2015 г., -1,09% в 2016 г. Более того, следует отметить, что в разрезе муниципальных образований поступления по ЕНВД не устойчивы, т. к. нет четко выраженной тенденции уменьшения или увеличения налоговых доходов, а также наблюдаются отрицательные темпы прироста по некоторым муниципальным образованиям.

Поскольку величина недоимок по ЕНВД невелика в 2014-2015гг (во многих муниципальных образованиях они отсутствуют вообще), то данная проблема может быть связана с тем, что в некоторых муниципальных образованиях установлены завышенные корректирующие коэффициенты  $K_2$ , что отталкивает экономические субъекты от перехода на данную систему и уменьшает налоговые поступления, либо, наоборот, величина коэффициентов слишком занижена, что также ведет к недоимкам по ЕНВД.

В связи с этим был проведен анализ эффективности коэффициента ЕНВД  $K_2$ . Алгоритм используемой методики представляет собой следующие шаги:

1) сбор и аккумуляция фактических показателей величины налоговых доходов по ЕНВД (период исследования 2014-2016 гг.);

2) сбор нормативно-правовой и статистической информации о действующих корректирующих коэффициентах базовой доходности (K2) для всех муниципальных образований;

3) расчет темпов прироста налоговых доходов по ЕНВД;

4) оценка эффективности коэффициента K2:

а) "высокая эффективность": если положительные показатели темпов прироста ЕНВД демонстрируют динамику увеличения или отрицательные показатели темпов прироста ЕНВД меняют знак на "положительный";

б) "средняя эффективность": если отрицательные показатели темпов прироста ЕНВД демонстрируют динамику увеличения;

в) "низкая эффективность": если отрицательные или положительные темпы прироста ЕНВД демонстрируют динамику уменьшения.

Анализ эффективности корректирующего коэффициента не проводится в сравнении с темпами роста общей величины налоговых доходов бюджета, в связи с тем, что результаты такого исследования не являются наглядными, т. к. доля налоговых доходов по ЕНВД занимает всего около 3-4% от общей суммы налоговых поступлений местного бюджета. Для анализа эффективности коэффициента K2 были рассмотрены показатели, установленные в отношении розничной торговли, осуществляемой через объекты стационарной торговой сети, имеющей торговые залы, площадью до 6 кв. м включительно (показатель был выбран тот, который занимает наибольшую долю в структуре ЕНВД). В данном виде деятельности было рассмотрено четыре группы показателей: розничная торговля подакцизными товарами, розничная торговля строительными материалами, розничная торговля продовольственными товарами и розничная торговля лекарственными средствами.

В результате анализа темпов прироста налоговых доходов по ЕНВД, муниципальные образования были разделены на три группы: с высокой эффективностью K2, средней и низкой эффективностью (табл. 1).

Таблица 1

**Группировка муниципальных образований Пермского края по эффективности корректирующего коэффициента ЕНВД - K2**

| <b>Эффективность K2</b>                                       | <b>Низкая эффективность</b>                                                                                       | <b>Средняя эффективность</b>                                                                    | <b>Высокая эффективность</b>                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b>                                                      | <b>2</b>                                                                                                          | <b>3</b>                                                                                        | <b>4</b>                                                                                                                                                                   |
| Критерий, по которому определяется эффективность коэффициента | Отрицательные или положительные показатели темпов прироста налоговых доходов, демонстрирующие динамику уменьшения | Отрицательные показатели темпов прироста налоговых доходов, демонстрирующие динамику увеличения | Положительные показатели темпов прироста, демонстрирующие динамику увеличения, или показатели, имевшие отрицательное значение в предыдущем году и положительное в отчетном |

| 1                         | 2                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                         | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Муниципальные образования | г. Лысьва, Гремячинский р-н, Добрянский р-н, Кизеловский р-н, Кишертский р-н, Октябрьский р-н, Оханский р-н, Сивинский р-н, Чусовской р-н | Александровский р-н, Верещагинский р-н, г. Березники, г. Кунгур, г. Пермь, Гайнский р-н, Кудымкарский р-н, Куединский р-н, Соликамский р-н, Усольский р-н, Чайковский р-н, Частинский р-н, Чердынский р-н | Бардымский р-н, Березовский р-н, Большесосновский р-н, г. Губаха, г. Кудымкар, г. Соликамск, Горнозаводский р-н, Еловский р-н, Ильинский р-н, Карагайский р-н, Косинский р-н, Кочевский р-н, Красновишерский р-н, Краснокамский р-н, Кунгурский р-н, Нытвенский р-н, Ординский р-н, Осинский р-н, Очерский р-н, Пермский р-н, Суксунский р-н, Уинский р-н, Чернушинский р-н, Юрлинский р-н, Юсьвинский р-н |

Из таблицы видно, что 9 муниципальных образований имеют низкую эффективность К2, 13 - среднюю и 25 - высокую эффективность (ЗАТО Звездный - данные отсутствуют).

Если соотнести темпы прироста налоговых доходов по ЕНВД и значения К2 муниципальных образований с низкой эффективностью коэффициента, то можно наблюдать следующую ситуацию. В г.Лысьва, Гремячинском, Добрянском, Кизеловском, Чусовском районах высокие значения корректирующего коэффициента, и в четырех из них, в 2014 г. наблюдались недоимки по ЕНВД. Необходимо данным муниципальным образованиям снижать показатель К2, и наоборот, в Кишертском районе значение К2 низкое, уменьшая сумму поступлений в бюджет, поэтому целесообразно увеличивать норму коэффициента. В Октябрьском, Ординском и Сивинском районах значение коэффициента варьируется в слишком большом диапазоне, в связи с чем, сложно сделать вывод о причинах низкой эффективности К2. Для данных районов необходимо провести анализ структуры субъектов, использующих систему ЕНВД, с целью определения приоритетного значения коэффициента, который они используют. На основе этих данных могут быть даны рекомендации по пересмотру значений К2 (табл.2).

Стоит отметить, что у некоторых муниципальных образований высокая и средняя эффективность сочетается с высокими значениями К2, это, например, г. Березники, г. Соликамск, Нытвенский район, Горнозаводский район и другие.



Таблица 2

**Эффективность корректирующего коэффициента ЕНВД к2 муниципальных образований Пермского края**

| Муниципальные образования | К2                                    |                                     |                                     |                                         | Эффективность К2 |
|---------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|------------------|
|                           | Розничная торговля подакциз. товарами | Розничная торговля строит. товарами | Розничная торговля продов. товарами | Розничная торговля лекарств. средствами |                  |
| 1                         | 2                                     | 3                                   | 4                                   | 5                                       | 6                |
| Александровский р-н       | 0,5-0,8                               | 0,36-0,5                            | 0,2-0,32                            | 0,15-0,28                               | Средняя          |
| Бардымский р-н            | 0,24-0,35                             | 0,18-0,27                           | 0,12-0,21                           | 0,12-0,21                               | Высокая          |
| Березовский р-н           | 0,65-0,8                              | 0,32                                | 0,2                                 | 0,2                                     | Высокая          |
| Б-Сосновский р-н          | 0,3-0,4                               | 0,21-0,4                            | 0,2-0,3                             | 0,07-0,4                                | Высокая          |
| Верещагинский р-н         | 0,25-0,6                              | 0,09-0,24                           | 0,11-0,31                           | 0,11-0,31                               | Средняя          |
| г. Березники              | 1                                     | 0,6-0,75                            | 0,55-0,7                            | 0,8-0,95                                | Средняя          |
| г. Губаха                 | 0,9                                   | 0,65                                | 0,6                                 | 0,75                                    | Высокая          |
| г. Кудымкар               | 0,72                                  | 0,61                                | 0,61                                | 0,41                                    | Высокая          |
| г. Кунгур                 | 0,82-0,86                             | 0,55-0,65                           | 0,54-0,58                           | 0,65-0,7                                | Средняя          |
| г. Лысьва                 | 1                                     | 0,9                                 | 0,9                                 | 0,9                                     | Низкая           |
| г. Пермь                  | 0,8-0,9                               | 0,5-0,7                             | 0,3-0,5                             | 0,6-0,7                                 | Средняя          |
| г. Соликамск              | 1                                     | 0,5-0,7                             | 0,47-0,74                           | 0,6-0,85                                | Высокая          |
| Гайнский р-н              | 0,05-0,25                             | 0,04-0,2                            | 0,04-0,2                            | 0,06-0,3                                | Средняя          |
| Горнозаводский р-н        | 1                                     | 0,4                                 | 0,65                                | 0,36                                    | Высокая          |
| Гремячинский р-н          | 0,9                                   | 0,3                                 | 0,6                                 | 0,7                                     | Низкая           |
| Добрянский р-н            | 0,8                                   | 0,01-0,41                           | 0,01-0,63                           | 0,01-0,9                                | Низкая           |
| Еловский р-н              | 0,01-0,4                              | 0,01-0,4                            | 0,01-0,4                            | 0,01-0,4                                | Высокая          |
| Ильинский р-н             | 0,05-0,5                              | 0,05-0,38                           | 0,05-0,38                           | 0,05-0,38                               | Высокая          |
| Карагайский р-н           | 0,05-0,6                              | 0,05-0,6                            | 0,05-0,6                            | 0,05-0,6                                | Высокая          |
| Кизеловский р-н           | 1                                     | 0,9                                 | 0,75                                | 0,9                                     | Низкая           |
| Кишертский р-н            | 0,26                                  | 0,15                                | 0,15                                | 0,15                                    | Низкая           |
| Косинский р-н             | 0,2-0,42                              | 0,1-0,32                            | 0,1-0,32                            | 0,07-0,28                               | Высокая          |
| Кочевский р-н             | 0,1-0,5                               | 0,09-0,4                            | 0,09-0,4                            | 0,09-0,35                               | Высокая          |
| Красновишерский р-н       | 0,1-1                                 | 0,5                                 | 0,075-0,4                           | 0,37                                    | Высокая          |
| Краснокамский р-н         | 0,55-1                                | 0,06-0,42                           | 0,1-0,48                            | 0,005-0,7                               | Высокая          |
| Кудымкарский р-н          | 0,25-0,4                              | 0,25-0,4                            | 0,25-0,4                            | 0,18-0,22                               | Средняя          |
| Куединский р-н            | 0,22-0,3                              | 0,32                                | 0,05-0,12                           | 0,15-0,25                               | Средняя          |
| Кунгурский р-н            | 0,5-1                                 | 0,19-0,6                            | 0,27-0,6                            | 0,27-0,6                                | Высокая          |
| Нытвенский р-н            | 0,87-0,9                              | 0,45                                | 0,32-0,35                           | 0,54-0,6                                | Высокая          |
| Октябрьский р-н           | 0,7                                   | 0,18-0,36                           | 0,12-0,27                           | 0,13-0,27                               | Низкая           |
| Ординский р-н             | 0,35-1                                | 0,15-1                              | 0,06-0,8                            | 0,15-1                                  | Высокая          |
| Осинский р-н              | 0,1-0,8                               | 0,1-0,5                             | 0,1-0,8                             | 0,01-1                                  | Высокая          |
| Оханский р-н              | 0,1-0,72                              | 0,08-0,41                           | 0,08-0,63                           | 0,01-0,73                               | Низкая           |
| Очерский р-н              | 0,35-0,55                             | 0,2-0,51                            | 0,1-0,38                            | 0,1-0,38                                | Высокая          |

| 1                | 2          | 3           | 4         | 5           | 6       |
|------------------|------------|-------------|-----------|-------------|---------|
| Пермский р-н     | 0,23-0,66  | 0,31-0,54   | 0,25-0,45 | 0,25-0,45   | Высокая |
| Сивинский р-н    | 0,2-0,67   | 0,2-0,67    | 0,2-0,67  | 0,2-0,67    | Низкая  |
| Соликамский р-н  | 1          | 0,45        | 0,3       | 0,3         | Средняя |
| Суксунский р-н   | 0,33-0,495 | 0,143-0,275 | 0,17-0,39 | 0,165-0,385 | Высокая |
| Уинский р-н      | 0,1-0,3    | 0,075-0,3   | 0,025-0,2 | 0,025-0,2   | Высокая |
| Усольский р-н    | 0,6-1      | 0,52-1      | 0,42-1    | 0,42-1      | Средняя |
| Чайковский р-н   | 0,45-0,9   | 0,5-0,7     | 0,09-0,45 | 0,2-0,7     | Средняя |
| Частинский р-н   | 0,02-0,5   | 0,02-0,3    | 0,01-0,3  | 0,01-0,3    | Средняя |
| Чердынский р-н   | 0,22-1     | 0,19-1      | 0,13-1    | 0,13-1      | Средняя |
| Чернушинский р-н | 0,44       | 0,022-0,25  | 0,022-0,3 | 0,022-0,25  | Высокая |
| Чусовской р-н    | 0,9        | 0,33        | 0,42      | 0,7         | Низкая  |
| Юрлинский р-н    | 0,6        | 0,5         | 0,5       | 0,4         | Высокая |
| Юсьвинский р-н   | 0,2-0,45   | 0,15-0,37   | 0,15-0,37 | 0,1-0,25    | Высокая |

Еще одной особенностью является тот факт, что общая величина недоимок по ЕНВД не заметна, так как доля в общей величине недоимок бюджета составляет менее 1%.

Таким образом, можно сделать вывод, что муниципальным образованиям, оказавшимся в группе с низкой эффективностью коэффициента К2, необходимо пересмотреть его значения в сторону оптимальности.

Следовательно, налоговое стимулирование предпринимательской деятельности должно осуществляться на основе новых, более качественных механизмов оценки эффективности применяемых стимулов с целью выявления недостатков, их устранения и повышения объективности оценки для обеспечения дальнейшей возможности планирования бюджетных поступлений и осуществления налогового бюджетирования на будущие периоды.

---

1. Мингалева Ж.А., Паздникова Н.П. Экспресс-оценка устойчивости местных бюджетов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12 (146). С. 100-106.

2. Паздникова Н.П. Оценка интегральной эффективности социально-экономической системы региона // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-4 (52-4). С. 268-270.

3. Савина О.Н., Жажин М.А. Проблемы проведения оценки эффективности инструментов налогового стимулирования: анализ современной практики // Налоги и налогообложение. 2015. № 8. С. 580-591.

4. Савина О.Н., Савина Е.О. Актуальные вопросы совершенствования нормативно-правовой базы в целях стимулирования инвестиционной активности в Российской Федерации // Налоги и налогообложение. 2015. № 9. С. 725-739.

5. Трошин А.Г. Налоговая культура как фактор налогового администрирования // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Естественные и экономические науки. 2008. № 43. С. 134-137.

## **TERRITORIAL INSTRUMENTS OF TAX STIMULATION OF ACTIVITY**

© 2017 Pazdnikova Natalia Pavlovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Perm National Research Polytechnic University  
E-mail: pazdnikovan@mail.ru

**Keywords:** incentive, tax, single tax on imputed income, activity.

The article is devoted to the issues of stimulating entrepreneurial activity, the effectiveness of which influences the performance of entrepreneurs and the state of the budget as a whole. The author considers the features of the single tax on imputed income as the main stimulator for the development of entrepreneurship, analyzes the effectiveness of the correction coefficient and gives an estimate of the effectiveness of the stimulus used, and also describes the impact.

*УДК 334.009.12.*

## **ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ С УЧАСТИЕМ ТНК НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**

© 2017 Панфилова Ксения Андреевна  
студент  
© 2017 Перепёлкин Вячеслав Александрович  
доктор экономических наук, доцент, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: panfilovaks1@gmail.com, slavaap@rambler.ru

**Ключевые слова:** конкурентная стратегия, транснациональная компания, глобальный рынок, продукты питания, слияния и поглощения, мировые рейтинги.

Исследованы особенности стратегии Nestlé, проведен сравнительный анализ с конкурентами PepsiCo и Unilever.

Крупнейший в мире производитель продуктов питания швейцарская компания Nestlé была создана в 1867 г. и ассортимент ее продукции за время существования составил более 2000 товарных знаков продуктов широкого потребления.

Компания Nestlé по всем показателям более чем в полтора раза обходит своих ближайших преследователей: PepsiCo и Unilever (табл. 1).

Таблица 1

## Показатели компаний за 2016 г.\*

|          | Выручка, \$ млн | Прибыль, \$ млн | Активы компании, \$ млн | Количество сотрудников |
|----------|-----------------|-----------------|-------------------------|------------------------|
| Nestlé   | 92 285          | 9 423           | 123905                  | 335 000                |
| PepsiCo  | 63 056          | 5 452           | 69 667                  | 263 000                |
| Unilever | 59 093          | 5 445           | 56 806                  | 171 000                |

\* Рейтинг Fortune Global 500. URL: <http://beta.fortune.com/global500/list>.

Стоит отметить, что свыше 90% оборота Nestle (92 млрд \$) осуществляет за границами Швейцарии, являясь лидером среди конкурентов по этому показателю.

Nestle обгоняет своих конкурентов - Unilever, PepsiCo, Mars, Kraft Foods и Groupe Danone в мировых рейтингах (табл. 2).

Таблица 2

## Место Nestle и ее конкурентов в мировых рейтингах

| Компания | Место | Название рейтинга, год проведения                        |
|----------|-------|----------------------------------------------------------|
| Nestle   | 66    | Fortune Global 500 (критерий - выручка компании), 2016   |
| PepsiCo  | 127   |                                                          |
| Unilever | 147   |                                                          |
| Nestle   | 33    | Рейтинг Forbes крупнейших публичных компаний мира, 2016* |
| PepsiCo  | 90    |                                                          |
| Unilever | 109   |                                                          |
| Nestle   | 36    | Рейтинг Brand Finance                                    |
| PepsiCo  | 39    |                                                          |
|          |       | Самые уважаемые компании, 2017**                         |

\* Рейтинг Forbes крупнейших публичных компаний мира, 2016. URL: <http://www.forbes.ru>.

\*\* Рейтинг Самые уважаемые компании 2017. URL: <http://www.brandreport.ru/ratings>.

Стратегии развития этой ТНК основаны на концентрации ресурсов в сфере собственных стратегических преимуществ<sup>1</sup>. Такая концентрация обеспечивается главным образом за счет прямых иностранных инвестиций, осуществляемых ею с целью приобретения стратегических, в первую очередь нематериальных, активов<sup>2</sup>.

В рамках стратегии осуществления долгосрочных инвестиций компания активно вкладывает средства в местное производство и разработку продуктов, отвечающих вкусам и традициям локальных потребителей. Nestlé реализовало крупные инвестиционные проекты в Германии (220 млн евро в строительство новой фабрики Nescafé Dolce Gusto в Швейцарии в 2013), в Испании (44 млн евро на расширение фабрики Nescafé в Жироне в 2013), во Франции (49 млн швейцарских франков на расширение фабрики Nestlé Professional в Нуаяль-Понтиви в 2013), в России (29 млн швейцарских франков на строительство нового дистрибуционного центра в Ворсино в 2013), В Великобритании (35 млн фунтов стерлингов на открытие нового производства бутилированной воды в Бакстоне в 2013), В Швейцарии (300 млн швейцарских франков на строительство новой фабрики Nespresso в Ромонте в 2012)

Только в регионе Россия-Евразия "Нестле" имеет 13 производств, в которые компания осуществляет постоянные инвестиции, 11 из них расположены на территории России. Таким образом, "Нестле" соединяет международный опыт и лидерство в пищевой индустрии с потребностями покупателей.

Частью стратегии ТНК является слияние и поглощение фирм конкурентов для увеличения собственной доли рынка. Как показывает практика, сделки по слияниям и поглощениям представляют собой преобладающую часть прямых иностранных инвестиций.

Основные слияния и поглощения Nestle:

- 1905 Anglo-Swiss Milk Company, производитель сгущенного молока
- 1947 Alimentana S.A. - производитель супов и приправ Maggi
- 1950 Crosse & Blackwell, производитель консервированных продуктов
- 1963 Findus, производитель замороженных продуктов
- 1971 Libby, производство фруктовых соков
- 1985 Carnation, производство корма для домашних животных (Friskies)
- 1997 San Pellegrino, производители минеральной воды
- 2012 Pfizer Nutrition, производители детского питания
- 2014 Zuke, производство корма для домашних животных

Особенностью компании является то, что она начала осуществлять слияния и поглощения, став известной на рынке, тогда как Unilever стала крупной компанией после слияния мыловаренной компании и маргаринового союза, а PepsiCo - благодаря слиянию The Pepsi-Cola Company и закусок Frito Lay. Характерной особенностью компании так же является то, что политика поглощений и слияний носила агрессивный характер в послевоенные годы (с 1945 г), тот этап можно назвать самым динамичным в истории Nestle.

Для завоевания новых рынков сбыта и продвижения продукции и услуг компании могут объединяться в международные альянсы, пользуясь помощью конкурента для продвижения своего продукта. В середине 1990-ых гг. компания Nestle вывела на рынок новую марку чая со льдом Nestea. Поскольку она не имела достаточного опыта, то приняла решение о сотрудничестве в форме альянса с компанией Coca-Cola, своим конкурентом на рынке прохладительных напитков. Компания Nestle воспользовалась расширенной сбытовой инфраструктурой компании Coca-Cola и в результате успешно организовала продажи чая новой марки Nestea. В истории компаниями Unilever и PepsiCo таких объединений не было.

Для развития компании Nestle создало совместное предприятия. В таком случае партнеры договариваются о разделе своих производственных затрат в соответствии с долями в акционерном капитале. В 2016 году Nestle договорился с британским производителем мороженого R&R Ice Cream о создании совместного предприятия Froneri, которое будет продавать мороженое и замороженные продукты в более чем 20 странах, в попытке адаптироваться к изменчивому и более конкурентному рынку фасованных продуктов.

Таким образом, Nestlé - транснациональная компания с многолетним опытом на рынке, благодаря которому она занимает высокие позиции в мировых рейтингах, опережая своих конкурентов. Компания является крупнейшим производителем продукта питания несмотря на нестабильную макроэкономическую среду. Благодаря Nestlé Швейцария занимает 10 место в рейтинге по ры-

ночной капитализации стран, являясь одной из трех компаний, позволяющих ей оставаться в десятке лучших. Все это говорит о верной стратегической политике компании, которая позволит Nestlé продолжать развиваться и расти.

---

<sup>1</sup> Черников Г.П., Черникова Д.А. Очень крупные транснациональные корпорации и современный мир. М. : Экономика, 2008.

<sup>2</sup> Абрамов Д.В. Международное движение капитала как важнейшая характеристика современной глобальной экономики // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 6 (116).

## **PECULIARITIES OF COMPETITION WITH THE PARTICIPATION OF TNC IN THE GLOBAL MARKET OF FOODSTUFF**

© 2017 Panfilova Kseniya Andreevna  
Student

© 2017 Perepelkin Vyacheslav Aleksandrovich  
Doctor of Economics, Associate Professor, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: panfilovaks1@gmail.com, slavaap@rambler.ru

**Keywords:** competitive strategy, transnational company, global market, food, mergers and acquisitions, world ratings.

The article contains research of Nestlé's strategy. It features the features of the strategy and conducted a comparative analysis with competitors PepsiCo and Unilever.

УДК 336.77

## **МИКРОФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ**

© 2017 Первой Илья Николаевич  
магистрант

© 2017 Коновалова Мария Евгеньевна  
доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: ilyapervoy@mail.ru, mkonoval@mail.ru

**Ключевые слова:** микрофинансовые организации, микрозаем, Банк России, денежное обращение, саморегулируемые организации.

Статья посвящена изучению роли микрофинансовых организаций в денежном обращении и проблем, возникающих в процессе их деятельности. Особое внимание уделено вопросам контроля и регулирования деятельности микрофинансовых организаций.

Как известно из экономической теории, развитие товарного производства и общественное разделение труда являются обязательными условиями для возникновения денежного обращения. Денежное обращение существует в безналичной и наличной формах и характеризуется разнонаправленными денежными потоками, циркулирующими между центральным банком, коммерческими банками, хозяйствующими субъектами различных организационно-правовых форм и физическими лицами.

Денежное обращение становится возможным в том случае, когда деньги концентрируются у одних экономических субъектов, и возникает потребность в деньгах у других субъектов. Спрос на деньги возникает при осуществлении расчетов за товары и услуги, уплаты приобретенных в долг товаров. Спрос на деньги предъявляется и для накопления, которое выступает в разных формах: вклады в кредитных организациях, ценные бумаги и т.п.

Ведущая роль в организации денежного обращения в нашей стране отводится двухуровневой банковской системе (Банк России и кредитные организации). Говоря о денежном обращении, традиционно приводится популярное сравнение банковской системы с кровеносной системой экономики, по которой движется "кровь" - деньги. При этом несправедливо забывается роль микрофинансовых институтов, и главным образом, микрофинансовых организаций, в развитии денежного обращения.

Конечно, совокупный объем операций, осуществляемых микрофинансовыми организациями (МФО), значительно уступает объему операций кредитных организаций и вряд ли, в обозримом будущем, к нему приблизится. Но именно МФО обеспечивают значительному сегменту потребителей доступ к финансовым услугам, способствуя повышению финансовой доступности.

Банк России в июле 2015 года с учетом международного опыта и специфики финансовых рынков Российской Федерации принял и опубликовал на официальном сайте следующее определение финансовой доступности: "состояние финансового рынка, при котором все дееспособное население страны, а также субъекты малого и среднего предпринимательства имеют полноценную возможность получения базового набора финансовых услуг". В базовый набор включаются услуги, оказываемые финансовыми организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации по страхованию, кредитованию, по формированию вкладов/сбережений, а также платежные услуги.

МФО в соответствии с Федеральным законом от 02.07.2010 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" предоставляют микрозаймы, а также привлекают денежные средства физических лиц, в том числе не являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), с учетом установленных указанным законом ограничений.

Согласно данным Обзора ключевых показателей микрофинансовых организаций, опубликованным на официальном сайте Банка России ([www.cbr.ru](http://www.cbr.ru), №3, 2016) совокупный портфель микрозаймов по итогам III квартала 2016 года составил 85,5 млрд. рублей. В портфеле преобладали микрозаймы, предоставленные физическим лицам - 75,9% общей суммы задолженности, на микрозай-

мы юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям приходилось 10,7 и 13,4% портфеля соответственно. Таким образом, статистика красноречиво свидетельствует, что основными заемщиками МФО являются физические лица. Как правило, это граждане, либо не имеющие регулярных, официально подтвержденных денежных доходов, либо лица с низким уровнем доходов. Оформление кредита в коммерческом банке для этих категорий физических лиц является невыполнимой задачей. Благодаря деятельности МФО данные слои населения получают доступ к заемным средствам.

Кроме того, практически во всех регионах страны при поддержке региональных и местных властей созданы МФО в форме фондов, осуществляющие поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства путем предоставления целевых микрозаймов по льготным процентным ставкам.

Идея микрокредитования - предоставление займов на небольшие суммы на короткий срок - не нова, еще в 70-х годах прошлого столетия Мухаммад Юнус, впоследствии ставший лауреатом Нобелевской премии мира, создал первый микрофинансовый институт - "Грамин Банк" в Бангладеш. Его опыт очень скоро обрел популярность, микрофинансовые институты стали открываться во многих других государствах. В результате бедные слои населения развивающихся стран стали получать доступ к заемным средствам, что способствовало сокращению числа малоимущих, стимулировало развитие малого бизнеса. Но как это часто водится, у любого благого начинания есть и негативные последствия. В Бангладеш, например, благодаря МФО, существенное сокращение уровня бедности совпало с ростом числа случаев самоубийств среди клиентов МФО, не способных погасить свои обязательства по займам. Это связано, в первую очередь, с неспособностью большей части заемщиков реально оценить рентабельность своих вложений, соотнести свой уровень доходов со стоимостью заимствования.

Сценарий развития микрофинансирования в Российской Федерации в целом повторяет зарубежный опыт. Бурный рост количества МФО в конце 2015 - начале 2016 г.г. и увеличение объемов предоставленных микрозаймов сменились трендом на снижение количество участников рынка и ростом просроченной задолженности.

Банк России, как мегарегулятор финансовых рынков, осуществляющий надзор за деятельностью МФО, принимает все возможные меры к снижению негативных последствий и рисков, связанных с развитием микрокредитования.

Во-первых, Банк России реализует программы по повышению финансовой грамотности населения и предпринимателей. Во-вторых, постоянно совершенствует подходы к защите прав потребителей финансовых услуг.

В течение 2016 года законодателями приняты поправки к закону от 02.07.2010 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях", направленные на защиту прав клиентов МФО.

Изменения касаются, в том числе, максимальной суммы начисляемых по договору микрозайма процентов. Так, с начала 2017 года сумма начисленных



процентов по договору потребительского займа, срок возврата займа по которому не превышает одного года, ограничивается трехкратным размером суммы займа. В 2016 году сумма начисленных процентов ограничивалась четырехкратным размером суммы займа.

Размер процентной ставки по потребительским займам ограничивается Федеральным законом от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", согласно которому полная стоимость потребительского кредита (займа) не может превышать рассчитанное Банком России среднерыночное значение полной стоимости потребительского кредита (займа) соответствующей категории потребительского кредита (займа) более чем на одну треть. Контроль за соблюдением этой нормы также осуществляет Банк России, принимаемые им надзорные меры способствовали тому, что в течение 2016 года процентная ставка по самым популярным займам "до зарплаты" (категория потребительских займов до 30 тыс. руб. до 30 дней включительно) снизилась более чем на 60 процентных пунктов: с 660,159% в 3 квартале 2015 года до 596,364% годовых в 3 квартале 2016 года.

Также необходимо упомянуть норму Федерального закона № 151-ФЗ, устанавливающую лимит суммы основного долга по договорам микрозайма. Например, микрофинансовая компания не вправе выдавать заемщику физическому лицу микрозайм, если сумма основного долга превысит 1 млн. руб. Для микрокредитных компаний лимит еще строже - 500 тыс. руб.

Еще одной из функций МФО, роднящей их с коммерческими банками, является привлечение денежных средств инвесторов. Вложения в МФО, в отличие от тех же банковских вкладов, отличаются потенциально высокой доходностью в сочетании с высокой степенью риска. Изначально законодатель, предвидя возможные негативные последствия, ограничил минимальную сумму привлекаемых денежных средств от физических лиц, не являющихся учредителями, которая составляет 1,5 млн. руб. Благодаря этому было ограничено участие в данных операциях неквалифицированных инвесторов. Внесенные в Федеральный закон № 151-ФЗ поправки еще больше ужесточили требования к привлечению денежных средств физических лиц, не являющихся учредителями (участниками, акционерами) МФО, оставив такое право только за микрофинансовыми компаниями. Микрофинансовая компания - особый вид МФО, она обязана удовлетворять требованиям Федерального закона № 151-ФЗ и нормативных актов Банка России, в том числе к собственным средствам (капиталу). Таким образом, круг МФО, работающих с привлеченными средствами физических лиц, максимально сузился (на 01.03.2017 в Государственном реестре микрофинансовых организаций было зарегистрировано 10 микрофинансовых компаний).

Согласно статистике, приведенной в Обзоре ключевых показателей микрофинансовых организаций, подготовленном Банком России по итогам III квартала 2016 года, объем денежных средств, привлеченных МФО за III квартал, составил 13,9 млрд. руб. Сумма денежных средств, привлеченных за отчетный период от физических лиц, составила 2,2 млрд. руб., что на 10,5% меньше, чем в

III квартале 2015 года. При этом физическими лицами, не являющимися учредителями/участниками/акционерами, было предоставлено всего лишь 1,8 млрд. руб.

Сумма задолженности МФО по процентам и основному долгу перед юридическими и физическими лицами (в том числе задолженность перед учредителями/участниками/акционерами) по состоянию на 01.10.2016 составила 76,3 млрд. руб.

Несмотря на упомянутую выше тенденцию к сокращению количества действующих МФО - с 3 688 МФО на конец 2015 года до 3 173 МФО на конец III квартала 2016 года, микрофинансирование в Российской Федерации уверенно развивается. Рынок покинули нежизнеспособные и нарушающие законодательство МФО, сведения о них были исключены Банком России из государственного реестра микрофинансовых организаций. Имеющийся спрос на микрозаймы был удовлетворен оставшимися игроками, о чем свидетельствует как рост общего портфеля микрозаймов МФО на 22% за 9 месяцев 2016 года, так и увеличение общего количества заемщиков МФО на 41% (с 3,3 до 4,7 млн. заемщиков).

Банк России зафиксировал увеличение концентрации портфеля микрозаймов в крупных МФО в результате сокращения количества участников рынка. За III квартал 2016 года доля задолженности по основному долгу по выданным микрозаймам 20 крупнейших МФО выросла с 44,6% до 46,4%, доля 100 крупнейших - с 74,1% до 74,9%.

Развитие рынка МФО характеризуется не только количественными параметрами, в последнее время отмечаются и качественные положительные изменения.

Активно развивается предоставление POS-микрозаймов (целевые потребительские микрозаймы без обеспечения, предоставленные путем перечисления денежных средств торгово-сервисному предприятию в счет оплаты товаров или услуг). Перспективным направлением также является предоставление онлайн-микрозаймов физическим лицам.

И, тем не менее, дальнейшее повышение конкурентоспособности МФО объективно необходимо. В последние годы имидж микрофинансовых организаций был изрядно испорчен благодаря вопиющим случаям недобросовестного взыскания просроченной задолженности с заемщиков МФО, ставшим известными широкой общественности. Формально не нарушая законодательство, недобросовестные МФО, либо коллекторские организации, получившие от них права требования по договорам микрозайма, "выбивают" всеми возможными способами долги, многократно превышающие сумму первоначального займа. Внедрение принципов саморегулирования в сфере деятельности микрофинансовых организаций призвано решить эту проблему.

Согласно Федеральному закону от 13.07.2015 № 223-ФЗ "О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка" МФО обязаны вступить в

саморегулируемые организации, которые, в свою очередь, обязаны внедрять стандарты деятельности, в том числе, по привлечению денежных средств физических лиц и выдаче микрозаймов. Разработка и утверждение перечисленных базовых стандартов должны способствовать как обеспечению финансовой устойчивости как самих МФО, так и защите прав потребителей финансовых услуг.

Таким образом, мы полагаем, что внедрение саморегулирования деятельности МФО в сочетании с контролем со стороны мегарегулятора в лице Банка России будет способствовать развитию денежного обращения в Российской Федерации в целом, и повышению роли МФО в этом процессе в частности.

---

1. Федеральный закон от 02.07.2017 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях".

2. Федеральный закон от 13.07.2017 № 223-ФЗ "О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка и о внесении изменений в статьи 2 и 6 Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

3. Федеральный закон от 02.07.2017 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях".

4. Мамута М., Криворучко С. Микрофинансирование в России // ЦИПСИР. 2013. С. 20-24.

5. Шестоперов О. Микрофинансовые организации в России и их роль для МП // Lap Academic Publishing. 2013. С. 33-37.

6. Усоскин В. Микрофинансы за рубежом: цели, методы, институты // Банковское кредитование. 2014. № 3.

## **MICROFINANCE ORGANIZATIONS AND THEIR ROLE IN DEVELOPMENT OF MONETARY ADDRESS**

© 2017 Pervoy Ilya Nikolaevich  
Undergraduate

© 2017 Konovalova Mariya Evgenyevna  
Doctor of Economics, Professor  
Samara State University of Economics

E-mail: [ilyapervoy@mail.ru](mailto:ilyapervoy@mail.ru), [mkonoval@mail.ru](mailto:mkonoval@mail.ru)

**Keywords:** microfinance organizations, micro-loan, Bank of Russia, money circulation, self-regulatory organizations.

The article is devoted to the study of the role of microfinance organizations in monetary circulation and problems arising in the course of their activity. Particular attention is paid to the issues of control and regulation of the activities of microfinance organizations.

## РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ИЗМЕРЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

© 2017 Перепёлкина Елена Вячеславовна  
аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: e\_perepelkina@rambler.ru

**Ключевые слова:** человеческий капитал, трудовой доход, издержки обучения, производственный потенциал индивида, индекс человеческого развития, методы оценки.

Подвергнут изучению процесс возникновения и развития методов количественной оценки человеческого капитала, результатом чего стали выводы относительно их подразделения, а также возможностей применения выделенных методов на практике.

Актуальность изучения человеческого капитала в значительной степени усилилась в 1990-е гг. благодаря работам представителей "новой теории роста"<sup>1</sup>, в которых он через техническое творчество, изобретения, обучение в процессе работы стимулирует позитивные изменения в динамике роста национальной экономики. Однако результаты предпринятых другими учеными эмпирических исследований не всегда подтверждали существование сильной прямой связи между накоплением человеческого капитала в стране и устойчивым ростом ее экономики. Причиной этого многими считается недостаточная точность измерения человеческого капитала, из-за чего возникают затруднения при установлении связи между количественными и качественными изменениями в нем и темпами экономического роста.

Первую попытку количественно измерить воплощенный в людях человеческий капитал предпринял во второй половине XVII века в труде "Политическая арифметика" Уильям Петти, сопроводивший расчет стоимости запаса человеческого капитала нации экономико-политическими выводами<sup>2</sup>. Петти полагал, что доход от труда как фактора производства представляет собой определенный процент с человеческого капитала. Стоимостная оценка человека в расчетах Петти зависела от возраста, профессии, квалификации: взрослый стоил как два ребенка, один моряк - как три крестьянина. Во второй половине XIX в. Уильям Фэри осуществил расчет стоимости человеческого капитала путем дисконтирования будущих доходов на момент вступления в профессиональную жизнь (ставка дисконтирования была принята равной 5%), за вычетом образовательных и бытовых расходов, с поправкой на вероятность смерти в различных возрастных категориях посредством таблиц смертности. Тем самым, человеческий капитал индивида измерялся его совокупным доходом, получаемым на

рынке труда в течение жизни, который сильно зависел от достигнутого уровня производительности труда.

Уделявший большее внимание издержкам проживания, Эрнст Энгель полагал, что экономическое сохранение народа основано на том, что каждое поколение отдает долг в виде затраченного на его воспитание и обучение капитала в полном размере и с процентами в виде оплаты аналогичных услуг в отношении следующего поколения. Руководствуясь данным утверждением, немецкий ученый рассчитывал стоимость воспитания родителями детей до достижения ими возраста 25 лет. Каждый человек в течение своей жизни, полагал Энгель, проживает три периода, из которых два непродуктивны (молодость и старость), и лишь один продуктивен. В трудоспособный период человеку следует позаботиться о том, чтобы его доход покрывал издержки обучения и воспитания в молодости, поддержания жизнедеятельности в период активной работы, а также затраты в фазе старости. Таким образом, доход должен быть тем больше, чем большее время отводится на обучение. Попытавшись разработать метод оценки человеческого капитала, основанный на исследовании стоимостной отдачи от обучения, Энгель не смог дать объективную оценку человеческого капитала великих деятелей науки, искусства и политики, что привело к прекращению его изысканий в данной области<sup>3</sup>. Выражая сомнения по поводу возможности точного исчисления стоимости человеческого капитала исходя из получаемого дохода, при проведении исследований представители немецкой школы также не обнаружили неопровержимых признаков существования количественно выраженной неразрывной связи между индивидуальными образовательными затратами и ценностью конкретного человека. Фактически измерению подвергались главным образом издержки связанные с материально-вещественной стороной проживания человека, а не с совершенствованием его качеств как будущего или действующего работника.

Сегодня при измерении величины человеческого капитала чаще всего исходят из определений, в которых внимание сосредоточивается на возникающем вследствие обучения производственном потенциале индивида, обычно выражаемом через стоимостные составляющие экономической отдачи от его использования. Из результатов опроса по заказу Конференции европейских статистиков (CES) 46 официальных статистических служб стран-участниц организации следует:

- большинство из них руководствуются узким определением человеческого капитала, сфокусированном на его экономических составляющих;
- при выборе между физическими и стоимостными показателями оценки человеческого капитала предпочтение обычно отдается последним;
- среди методов оценки человеческого капитала первенствует основанный на учете доходов, а не затрат или осуществляемый посредством применения остаточного подхода. Причем вследствие ограниченности располагаемых статистических данных доходы учитывались главным образом от рыночной деятель-

ности и по лицам трудоспособного возраста, а затраты - по учреждениям образования и лишь в некоторых случаях по фирмам и домохозяйствам <sup>23</sup>. Безусловно, по мере накопления знаний о человеческом капитале диапазон его изменения будет расширяться за счет аспектов, которые со временем станут менее сложными для концептуального осмысления, прежде всего благодаря формированию более исчерпывающей базы данных по ним. Пока же применяемые на практике методики оценки исходят из узкого определения человеческого капитала и в расчетах используются преимущественно сведения о формальном образовании и аккумулируемых человеком экономических выгодах. Вместе с тем уже сейчас российскими учеными ставится задача изучения человеческого и интеллектуального капитала как учетно-аналитических категорий<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Lucas R.E. On the Mechanics of Economic Development // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22. P. 3-42;

Romer P. Increasing Returns and Long-Run Growth // Journal of Political Economy. 1986. Vol. 94. P. 1002-1037.

<sup>2</sup> Петти В. Экономические и статистические работы. М., 1940.

<sup>3</sup> Engel E. Der Werth des Menschen. Teil I: Der Kostenwert des Menschen // Volkswirtschaftliche Zeitfragen. Bd. 7. Berlin, 1883.

<sup>4</sup> Экономический и социальный совет ООН. Конференция европейских статистиков. Обзорный доклад по измерению человеческого капитала "Измерение человеческого капитала: перспективные инициативы и будущие проблемы". Женева, 10-12 июня 2013 г. URL: [http://www.unece.org:8080/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2013/5\\_R\\_.pdf](http://www.unece.org:8080/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2013/5_R_.pdf).

<sup>5</sup> Пискунов В.А., Мохнатова Е.А. Система учета и анализа интеллектуального капитала // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 86-90.

## DEVELOPMENT OF THE METHODOLOGY FOR HUMAN CAPITAL MEASUREMENT

© 2017 Perepelkina Elena Vyacheslavovna

Postgraduate

Samara State University of Economics

E-mail: [e\\_perepelkina@rambler.ru](mailto:e_perepelkina@rambler.ru)

**Keywords:** human capital, labor income, education costs, individual's production capacity, Human Development Index, assessment methods.

The article investigates a process of emergence and development of methods of quantitative human capital measurement. As a result, conclusions concerning their subdivision as well as possibilities of practical application of the classified methods are drawn.

## РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В АГРАРНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

© 2017 Перминова Дарья Андреевна  
студент

© 2017 Китаева Марина Васильевна  
доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: dashenka9595-perminova@mail.ru, kmv\_1965@mail.ru

**Ключевые слова:** личностный и управленческий потенциал, предпринимательская активность, деловые качества.

Рассматриваются особенности развития предпринимательских способностей современных руководителей в крупном и среднем аграрном бизнесе.

На сегодняшний день существует множество проблем, связанных с развитием малого и среднего предпринимательства в сельской местности. Сельские территории весьма разнообразны, и их экономические системы зависят от множества действий, которые не связаны с природными ресурсами. Развитие предпринимательства особенно актуально в сельских территориях нашей страны из-за оттока кадров, особенно активной их части, из-за нехватки рабочих мест и отсутствия необходимых современных производственных фондов. Еще одной проблемой развития предпринимательства в сельской местности является недостаточность и ограниченность ресурсов. Эта статья фокусируется на проблемах развития малых и средних предприятий в сельских районах и мерах политики по поддержке этих предприятий.

В рамках этих тенденций личностный и управленческий потенциал предпринимателя и предпринимательской структуры обретает особую значимость и актуальность. Именно он выступает новой предпосылкой развития предпринимательства, которая позволяет активизировать еще нереализованные человеческие, управленческие, организационные ресурсы компании и помогает повысить конкурентоспособность предпринимательских структур не только на внутренних, но и на внешних рынках.

Выделяют несколько факторов, оказывающих наибольшее влияние на развитие предпринимательской деятельности.

Первый фактор: гендерные различия. По проведенным исследованиям предпринимательством занимается в основном мужская часть населения (88,4%), женская составляет лишь (11,6%).

Второй группой факторов, влияющих на профессиональную успешность предпринимателя, выступают социальные детерминанты: экономическая политика правительства, степень доверия, и т.д.<sup>1</sup>

Также важными для занятия предпринимательской деятельностью являются образование и профессиональный опыт: незаконченное высшее образование имеют 4%, высшее - 69,7%, ученую степень - 12,6%.

В Самарской области функционируют предприятия, которые являются примером эффективного аграрного предпринимательства. Рассмотрим два из них: КФХ Цирулева Е. П. Приволжского района и ООО "Русское подворье" Бездубовского района Самарской области.

Фермерское хозяйство Е.П.Цирулева образовалось в 2003 году. Его основным направлением деятельности является выращивание зерновых и зернобобовых культур (сои и нута), а также овощей: картофеля, капусты, лука, моркови и свеклы. Для этого здесь используются самые передовые технологии.

Финансовые показатели предприятия и рентабельность производства характеризуют положительную динамику за 2013 - 2015 гг. Так выручка увеличилась в 2015 г по сравнению с 2013 г на 184386,2 тыс. руб. или на 90%. Чистая прибыль составила в 2015 г 66089,4 тыс. руб. против 30034,7 тыс. руб. в 2013 г.

Коэффициент рентабельности продаж за 2015 говорит нам о том, что 170 руб. прибыли компания имеет с каждого рубля выручки от реализации товаров. Коэффициент рентабельности собственного капитала в 2015 году составил 0,16. Коэффициент рентабельности оборотных составил 0,4. Коэффициент рентабельности внеоборотных активов 0,21.

Особенностью предпринимательской активности этого хозяйства является то, что в нем одними из первых в области заложены основы виноградарства<sup>2</sup>.

Во многом таких высоких результатов помогли добиться личные качества руководителя: трудолюбие, упорство, умение формировать команду. Эти качества он приобрел еще в детстве, так как сам он является выходцем из села и привык много работать с раннего детства. Евгений Павлович всегда находится на передовой производства, что находит свое отражение в результатах деятельности всей организации.

Основное направление производственной деятельности ООО "Русское подворье" - выращивание зерновых, технических и кормовых сельскохозяйственных культур. В хозяйстве помимо отрасли растениеводство развито животноводство - в ноябре 2011 года хозяйство получило статус племенного репродуктора. Хозяйство выращивает крупный рогатый скот мясной породы "казахская белоголовая". Общая земельная площадь хозяйства составляет 3170 га.

Рентабельность производства за анализируемый период составляет 50-60%. Высокие результаты были достигнуты хозяйством за счет интенсивных технологий производства и высокой урожайности сельскохозяйственных культур, высоких привесов породного скота, эффективных продаж его во все регионы России. В свою очередь Сергей Васильевич Вдовенко достиг успеха за счет своих деловых качеств: умение правильно организовать работу и расставить персонал, правильно и своевременно корректировать технологические процессы в растениеводстве, желание изучать и транслировать передовой опыт



Таким образом, результаты финансовой деятельности этих предприятий в среднем выше результатов предприятий Самарской области по ряду причин:

- за счет внедрения более производительного оборудования;
- увеличения вложений в капитальное строительство;
- увеличение объемов сельскохозяйственного производства;
- более налаженного сбыта продукции и улучшение условий хранения продукции;
- более эффективного использования материальных ресурсов и сырья.
- более производительной работы предприятий<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Головчанская Е.Э. Предпринимательская специфика современного университета в инновационной экономике: функции, принципы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 4.

<sup>2</sup> Солодов И.О., Чернова Д.В. Модели коммерческой деятельности на винодельческом рынке в условиях импортозамещения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 9.

<sup>3</sup> См. также: Золин П.М. Российское предпринимательство: кто предприимчивее? Предпринимательство - фактор общерегионального хозяйствования // Российское предпринимательство. 2009. № 2-2. С. 4-9;

Ларионов В.Г., Цыренов А.Р., Бордоев Д. Г. Доверие при инвестировании предпринимательств // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. № 2. С. 37-42;

Полутова М.А. Теоретико-методологические подходы отечественных ученых к исследованию предпринимательства: сущность, специфика и этапы развития российского предпринимательства // Вестник Забайкальского государственного университета. 2013. № 5. С. 73-86.

## THE ROLE OF PERSONALITY IN AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP

© 2017 Perminova Daria Andreevna  
Student

© 2017 Kitaeva Marina Vasilyevna  
Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: dashenka9595-perminova@mail.ru, kmv\_1965@mail.ru

**Keywords:** personal and administrative potential, entrepreneurial activity, business qualities.

The article considers features of development of the entrepreneurial abilities of modern executives in large and medium agricultural business.

## ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ И СОЦИО-ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ТЕРРИТОРИИ АЛЕКСАНДРОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

© 2017 Печеницина Наталья Андреевна  
магистрант

Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет

E-mail: nataly-pechenitsyna@mail.ru

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, уровень развития, уровень сбалансированности, статистический метод, метод динамических нормативов.

Представлен методический инструментарий оценки уровня развития и уровня социо-эколого-экономической сбалансированности муниципального образования на основе сочетания статического и динамического подходов. Представлены результаты его апробации на примере Александровского муниципального района Пермского края.

Одной из важнейших проблем устойчивого развития (УР) является совершенствование системы оценки состояния промышленных территорий, учитывающей воздействие экономических, социальных и экологических факторов. В настоящее время существующие организационно-экономические решения по УР, представленные различными исследователями, позволяют оценивать достигнутый уровень показателей УР, но не позволяют одновременно оценивать степень социо-эколого-экономической сбалансированности УР. Это происходит по разным причинам (сложность понятия УР, различие взглядов на проблему, характер решаемой задачи и т.п.)<sup>1</sup>. Разработка единого методического инструментария для оценки уровня развития и степени социо-эколого-экономической сбалансированности актуально для государственных и муниципальных организаций, населенных пунктов, промышленных комплексов, для государственных и частных предприятий<sup>2</sup>.

В рамках данного исследования, под УР территории понимается формирование безопасной и благоприятной среды для жизнедеятельности человека, минимизация негативного антропогенного воздействия на окружающую среду в целях обеспечения рационального природопользования в интересах настоящего и будущего поколений<sup>3</sup>. Устойчивое развитие муниципального образования

(МО) предполагает сбалансированное развитие его структурных элементов, обеспечение баланса интересов субъектов с целью обеспечения высокого качества жизни населения<sup>4</sup>.

В данной статье предлагается использовать статический и динамический подходы для оценки уровня развития и уровня сбалансированности Александровского МО, входящего в состав Пермского края (ПК).

В качестве индикаторов УР использовались относительные показатели (коэффициенты, индексы), а объемные показатели переводились в нормализованный вид (в расчете на душу населения или на 1 га площади территории Александровского МО). Выбор показателей был обусловлен их содержательной ценностью и доступностью в официальной статистической отчетности. Информационную базу исследования составил паспорт Александровского МО<sup>5</sup>.

Перечень используемых индикаторов устойчивого развития по *экономической* компоненте: 1. производительность труда 2. объем отгруженных товаров (млн. руб. на 1 работника); 3. индекс физического объема оборота общественного питания, %; 4. сальдированный финансовый результат деятельности организаций, (млн. руб. на 1 человека); 5. инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.; 6. среднемесячная реальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.; 7. удельный вес убыточных организаций, %, 8. среднесписочная численность работников организаций, человек.

Перечень используемых индикаторов устойчивого развития по *социальной* компоненте: 9. темп роста населения, %; 10. оборот розничной торговли на душу населения, руб.; 11. объем социальных выплат и налогооблагаемых денежных доходов населения на душу населения, тыс. руб.; 12. численность работающего населения, приходящаяся на одного пенсионера, человек; 13. общая площадь жилых помещений, м<sup>2</sup> на 1 жителя; 14. число собственных легковых автомобилей, на 1000 человек; 15. число мест в учреждениях культурно-досугового типа, на 1000 человек; 16. соотношение браков и разводов, браков на 1000 разводов; 17. уровень зарегистрированной безработицы, в % от экономически активного населения; 18. численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, на 1000 работающих; 19. заболеваемость, на 1000 человек; 20. число зарегистрированных преступлений, на 10000 человек; 21. уровень занятости населения, в% от экономически активного населения.

Перечень используемых индикаторов устойчивого развития по *экологической* компоненте: 22. число источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу (единиц на 1 га); 23. выбросы в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников (тонн на 1 га); 24. улавливание и обезвреживание загрязняющих атмосферу, (тонн на 1 га); 25. объем оборотного и последовательного использования воды, (млн. м<sup>3</sup> на 1 человека); 26. текущие

затраты на охрану окружающей среды в реальном исчислении (руб. на душу населения).

Комплексное использование статического и динамического подходов позволяет расширить методические возможности оценки устойчивого развития социо-эколого-экономических систем<sup>6</sup>. Оценка уровня развития муниципального образования, основанная на статическом подходе, позволяет оценить уровень развития территории в каждый конкретный момент времени. Метод предусматривает оценку достигнутого уровня развития по каждому индикатору УР на основе нормализованных значений с последующим расчетом стандартизованного значения ( $L_i$ ), характеризующего уровень, достигнутый на территории МО, в сравнении с уровнем, достигнутым на территории Пермского края в целом. Формула для расчета стандартизованного значения для индикаторов, рост значений которых оказывает положительное влияние на устойчивое развитие имеет вид:  $L_i = X_i / X_{ПК}$ . Расчет стандартизованного значения для индикаторов, рост значений которых деструктивно влияет на устойчивое развитие имеет вид:  $L_i = X_{ПК} / X_i$  (где  $X_i$  - нормализованное значение  $i$ -го индикатора муниципального образования,  $X_{ПК}$  - нормализованное значение  $i$ -го индикатора по Пермскому краю).

После расчета стандартизованных значений индикатора производился расчет группового индекса по формуле средней арифметической от нормализованных значений по каждой компоненте (экологической, экономической и социальной). Итоговая комплексная оценка уровня устойчивого развития производилась с помощью расчета и интерпретации значения интегрального индекса устойчивого развития, определяемого по формуле средней геометрической значений групповых индексов<sup>7</sup>.

Если значение интегрального индекса близко к 1, то уровень развития МО оценивается как соответствующий уровню развития, достигнутому в ПК. Если значение интегрального индекса меньше 1, то уровень развития МО ниже, чем в среднем по ПК. Если значение интегрального индекса выше 1, то уровень, достигнутый в МО, выше, чем в среднем по ПК.

Принцип сбалансированности предполагает обеспечение определенного баланса в динамике темповых характеристик индикаторов не только внутри экономической, экологической и социальной компонент, но и между ними, что позволяет получить объективную характеристику процессов функционирования и развития территории на протяжении определенного временного интервала<sup>8</sup>.

В качестве темповых характеристик возможно использование цепных коэффициентов изменения индикаторов, которые находятся по следующей формуле формуле:  $t_i = X_i / X_{i-1}$  (где  $t$  - коэффициент изменения индикатора в  $i$ -м периоде;  $X_i$  - фактическое значение индикатора в  $i$ -м периоде;  $X_{i-1}$  - фактическое значение индикатора в предшествующем  $i$ -му периоду).

Для оценки уровня социо-эколого-экономической сбалансированности был разработан комплекс динамических нормативов, представляющий собой систему неравенств из темпов роста показателей. Соотношения между показателями в динамических нормативах конструируются для обеспечения интенсивного развития территории, т.е. опережающего роста результирующих показателей по сравнению с увеличением потребляемых ресурсов<sup>9</sup>. Динамические эталонные модели были сформированы по базовым компонентам устойчивого развития (табл. 1). Групповые индексы (по каждой компоненте в отдельности) и интегральный индекс (в совокупности по всем компонентам) рассчитывались как доля совпадений фактических соотношений темповых характеристик с эталонными соотношениями. При этом степень сбалансированности оценивалась как "низкая" при значениях индексов от 0,00 до 0,40, как "средняя" при значениях индексов от 0,41 до 0,70 и как "высокая" - при значениях от 0,71 до 1,00<sup>10</sup>.

Динамические эталонные модели по компонентам

|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Экономика</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_5 \geq 1 \\ t_3 \geq 1 \\ t_4 \geq t_2 \\ t_4 \geq t_8 \\ t_4 \geq 1,0 \\ t_4 \geq t_7 \\ t_2 \geq t_8 \\ t_2 \geq 1,0 \\ t_2 \geq t_7 \\ t_8 \geq 1,0 \\ t_8 \geq t_7 \\ t_7 \leq 1,0 \\ t_6 \geq 1 \\ t_1 \geq 1,0 \end{array} \right.$ | <p>2. Социум</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_{14} \geq 1,0 \\ t_{12} \geq 1,0 \\ t_{17} \leq 1,0 \\ t_{18} \geq t_9 \\ t_{18} \geq 1,0 \\ t_9 \geq t_{17} \\ t_{14} \geq t_9 \\ t_{14} \geq 1,0 \\ t_{10} \geq t_9 \\ t_{10} \geq 1,0 \\ t_{11} \geq t_9 \\ t_{11} \geq 1,0 \\ t_{18} \leq 1,0 \\ t_{16} \leq 1,0 \\ t_{20} \leq 1,0 \\ t_{19} \leq 1,0 \\ t_{21} > 1 \end{array} \right.$ | <p>3. Экология</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_{24} \geq \begin{cases} 1,0 \\ t_{23} \end{cases} \\ t_{26} \geq \begin{cases} 1,0 \\ t_{23} \end{cases} \\ t_{25} \geq 1,0 \\ t_{23} \leq 1,0 \\ t_{22} \leq 1,0 \end{array} \right.$ <p>5. Экономика-экология</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_6 \geq \begin{cases} t_9 \\ t_{17} \end{cases} \\ t_8 \geq t_{12} \\ t_5 \geq \begin{cases} t_9 \\ t_{19} \\ t_{20} \end{cases} \\ t_9 \geq \begin{cases} t_9 \\ t_{19} \end{cases} \\ t_2 > t_{21} \end{array} \right.$ | <p>4. Экономика-социум</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_2 \geq \begin{cases} t_{23} \\ t_{22} \end{cases} \\ t_5 \leq t_{24} \\ t_5 \geq t_{23} \\ t_1 \geq \begin{cases} t_{23} \\ t_{22} \end{cases} \end{array} \right.$ <p>6. Социум-экология</p> $\left\{ \begin{array}{l} t_9 \geq t_{23} \\ t_9 \leq t_{24} \\ t_{21} > t_{23} \\ t_{19} \leq t_{24} \\ t_9 \leq t_{25} \end{array} \right.$ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Результаты исследования для Александровского МО представлены на рисунке 1 в виде графика, отражающего уровень развития по сравнению с ПК (вертикальная ось) и уровень динамической социо-эколого-экономической сбалансированности (горизонтальная ось).

Исследования показали, что если в 2010 г. уровень развития Александровского МО был значительно выше уровня, достигнутого на территории Пермского края в целом, то в последующие годы он демонстрировал стабильную тенденцию к снижению.

Уровень социо-эколого-экономической сбалансированности развития снизился со "среднего" в 2010-2012 до "низкого" в 2013-2014 гг.

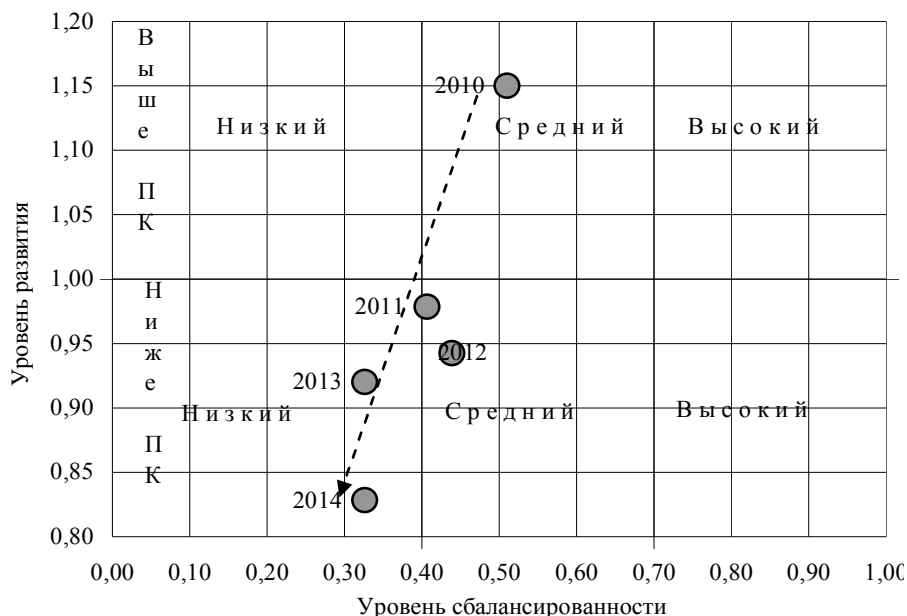


**Рис. График зависимости уровня развития от уровня сбалансированности Александровского МО за 2010-2014 гг.**

Таким образом, для обеспечения устойчивого развития Александровского МО необходим комплекс действенных мер, позволяющих преодолеть тенденцию нарастания разрыва в уровне развития по сравнению с регионом в целом с одновременным повышением степени социо-эколого-экономической развития данной территории.

<sup>1</sup> Третьякова Е.А., Осипова М.Ю. Сочетание статического и динамического подходов в оценке устойчивого развития региональных социально-экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2016. № 2 (29). С. 79-92.

<sup>2</sup> Шедько Ю.Н. Анализ методик оценки устойчивости развития территориальных социо-эколого-экономических систем // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2015/1/1298.pdf> (дата обращения: 26.03.2017).

<sup>3</sup> Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51040](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040) (дата обращения: 27.03.2017).

<sup>4</sup> Полякова А.Г. Обеспечение устойчивого развития муниципального образования в процессе эволюции : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Тюмень, 2003.

<sup>5</sup> Муниципальные образования Пермского края, 2016 : стат. сб. / Пермьстат. Пермь, 2016.

<sup>6</sup> Третьякова Е.А., Осипова М.Ю. Сочетание статического и динамического ...

<sup>7</sup> Осипова М.Ю. Разработка статико-динамического подхода к оценке и управлению устойчивым развитием региона : автореф. ... дис. канд. экон. наук. Пермь : ПНИПУ, 2017.

<sup>8</sup> Третьякова Е.А., Осипова М.Ю. Сочетание статического и динамического ...;

Осипова М.Ю. Разработка статико-динамического подхода к оценке ...

<sup>9</sup> Мальцева А.А. Методические подходы к оценке устойчивости территорий инновационного развития с использованием теории динамических нормативов // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 44 (443). С. 15-29.

<sup>10</sup> Там же.

## ASSESSMENT OF THE LEVEL OF DEVELOPMENT AND SOCIO-ECONOMIC-ENVIRONMENTAL BALANCE OF ALEXANDROVSKY MUNICIPAL UNIT TERRITORY

© 2017 Pechenitsyna Natalya Andreevna

Undergraduate

Perm National Research Polytechnic University

E-mail: nataly-pechenitsyna@mail.ru

**Keywords:** sustainable development, development level, balance level, static method, dynamic standards method.

This article is devoted to the modern approach to the assessment of development and balance levels on the base of static and dynamic standards methods. The author's approach is improved on the example of the Alexandrovsky municipal unit territory.

УДК 330.34

## АНАЛИЗ КРАУДЛЕНДИНГА В РОССИИ

© 2017 Пичкуров Сергей Николаевич

кандидат экономических наук, доцент

© 2017 Федосеева Екатерина Александровна

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: pichkurovsn56@mail.ru, fedoseevakate@mail.ru

**Ключевые слова:** структура краудфандинга, краудлендинг, сервисы взаимного кредитования, P2P кредитование, P2B кредитование.

Составлена схема структуры краудфандинга, проведено сравнение кредита через краудлендинговую платформу с банковским кредитом. Выделены основные особенности системы краудлендинга в России, отмечены преимущества краудлендинга для кредитора и заемщика. Рассмотрены барьеры и возможные перспективы развития краудлендинга в России.

На протяжении длительного времени коммерческие банки оставались основным кредитным финансовым институтом. Если до недавних пор они соревновались только между собой и с микрофинансовыми организациями, то сегодня ситуация меняется. Новыми конкурентами оказываются финансовые технологии (финтех). Таким образом, актуальность данной статьи продиктована современным уровнем развития финансовых технологий и увеличением числа их пользователей.

Под финансовыми технологиями в том числе понимают краудфандинговые интернет площадки, предназначенные для сбора денег:

А) в качестве инвестиций в проекты и стартапы различного характера на различных условиях;

Б) в качестве благотворительности, материальной помощи;

В) с целью кредитования физических лиц, малого и среднего бизнеса.



**Рис. Структура краудфандинга**

Общий объем краудфандинга в мире в 2014 году по оценкам Massolution составил 16,2млрд. долл., а в 2015 году уже 34,4 млрд. долл.<sup>1</sup>

В России объем рынка краудфандинга значительно меньше, однако темпы роста внушительные. По данным аналитического агентства J'son&Partners Consulting в 2014 году он составил 640-700 млн. руб., а в 2016 году по данным Банка России - уже 2 млрд. рублей<sup>2</sup>. По прогнозу Банка России к концу 2017 года объем данного рынка составит 4 млрд. руб., а затем рынок продолжит расти на 15-30% ежегодно. Банк России как мегарегулятор уже планирует разработку нормативно-правовых актов для регламентации деятельности платформ взаимного кредитования.

Наибольшую долю рынка краудфандинга (66%) составляет краудлендинг. В качестве конкурентов коммерческих банков выступают именно краудлендинговые площадки, где физическое лицо может выдать кредит на условиях возвратности, срочности и платности другому физическому (P2P) или юридическому (P2B) партнеру. Кредитор, имеющий в распоряжении некоторую сумму денег, указывает, на какой срок он выдает кредит, и ссудный процент. Площад-



ка соединяет потенциальных кредитора и заемщика, которых устраивают взаимные условия. Заемщик, регистрируясь, тоже указывает желаемую сумму, срок и процент, а также информацию, позволяющую оценить его кредитоспособность. Кредитоспособность заемщика оценивается платформой исходя из подробной анкеты, кредитной истории. Затем платформа присваивает заемщику определенный ранг надежности, от которого будет зависеть процентная ставка. Платформа самостоятельно отвечает за качество заемщика. Собственные доходы площадки складываются из комиссии за проверку верификации (проверка и подтверждение подлинности документов) заемщика в виде процента от дохода или с заемщика. Комиссия составляет в среднем 3-5%.

Представителем таких платформ является британская платформа Zopa, которая сама сводит кредитора с заемщиком без фигурирования такого посредника, как банк. Finding circle, еще одна популярная британская P2B платформа, занимается тем, что находит инвесторов для малого и среднего бизнеса. Проект призван обеспечить честное, простое и быстрое движение капитала. Правительство Британии также не остается в стороне от финансовых технологий и использует эту площадку для выдачи кредитов малому и среднему бизнесу. Например, в 2013 году Британское правительство предоставило кредитов на 20 млн фунтов стерлингов.

Чтобы понять, в чем состоит преимущество такого частного кредитования, краудлендинг нужно рассмотреть с точки зрения основных элементов кредита и сравнить таким образом с банковским кредитом и кредитом микрофинансовой организации (МФО). Это также позволит выделить его отличия.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика системы краудлендинга, банка и МФО**

| Основание сравнения     | Кредит через краудлендинговую платформу                                                       | Банковский кредит                                                                                                | Кредит через МФО                                                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                       | 2                                                                                             | 3                                                                                                                | 4                                                                                        |
| Кредитор                | Физическое лицо, обладающее некоторой суммой денег, которую он желает разместить под проценты | Банк                                                                                                             | МФО                                                                                      |
| Заемщик                 | Физическое или юридическое лицо                                                               | Физическое или юридическое лицо                                                                                  | Физическое или юридическое лицо                                                          |
| Судный капитал          | Собственные свободные сбережения кредитора                                                    | Аккумулированные средства                                                                                        | Аккумулированные средства                                                                |
| Средний ссудный процент | Физ.лицам - 9-35%,<br>Юр.лицам - 20-35% <sup>1)</sup>                                         | По потребительскому кредиту в руб - 23,1%<br>По кредиту нефи-<br>нансовой организа-<br>ции - 12,7% <sup>2)</sup> | "До зарплаты" - 596,4% <sup>3)</sup><br>Для физ. и юр.лиц - 33,5% - 310,6% <sup>4)</sup> |

| 1                    | 2                  | 3                                              | 4                                                                           |
|----------------------|--------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Форма кредита        | Гражданский кредит | Банковский кредит                              | Банковский кредит                                                           |
| Страхование кредита  | нет                | да                                             | нет                                                                         |
| Законодательная база | отсутствует        | ФЗ №395-1 "О банках и банковской деятельности" | ФЗ № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" |

<sup>1)</sup> Кредит из рук в руки. URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=7548180> (дата обращения: 22.01.2017).

<sup>2)</sup> Среднерыночные значения полной стоимости кредитов (займов). URL: [http://www.cbr.ru/analytics/consumer\\_lending/table/14022017\\_mfo.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/consumer_lending/table/14022017_mfo.pdf).

<sup>3)</sup> Занять у МФО "до зарплаты" станет сложнее. URL: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=9523565> (дата обращения: 23.02.2017).

<sup>4)</sup> Среднерыночные значения полной стоимости кредитов (займов). URL: [http://www.cbr.ru/analytics/consumer\\_lending/table/14022017\\_mfo.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/consumer_lending/table/14022017_mfo.pdf).

Таким образом, отличительными особенностями краудлендинга на сегодняшний день являются:

1. Гражданская форма кредита, т.е. физическое лицо в качестве кредитора (чаще анонимное);

2. Широкий диапазон варьирования ссудного процента;

3. Не застрахованность кредита, отсюда вытекают высокие риски кредитора;

4. Отсутствие законодательной базы для осуществления краудлендинга. В будущем неоднократное предоставление кредита физическим лицом может быть рассмотрено в качестве предпринимательской деятельности и, соответственно, может потребовать регистрации ИП. На данный момент согласно статье 208 НК РФ и статье 224 НК РФ, кредитор обязан выплатить налог с полученных доходов по займам по ставке 13% от налогооблагаемой базы (т.е. от всей суммы доходов по займам). Для этого необходимо заполнить декларацию по форме 3-НДФЛ.

Основными преимуществами краудлендинга для кредитора являются:

более высокий доход по сравнению с традиционными способами размещения денег: банковскими вкладами (средняя максимальная ставка по рублевым вкладам топ-10 российских банков за первую декаду декабря 2016 года равнялась 8,49%<sup>3</sup> и фондовым рынком;

возможность диверсификации ссудного капитала, т.е. разбитие общей суммы капитала кредитора для выдачи кредитов нескольким заемщикам. Такая мера способствует снижению риска невозврата;

1. платформа берет на себя функцию взимания денег с должника путем передачи всей информации по займу коллекторскому агентству при просрочке платежа.

Основным недостатком для кредитора являются высокие риски. Следует иметь в виду, что хотя взимание денег не является проблемой кредитора, кредиты не страхуются, а соответственно всегда есть вероятность невозврата долга.

Для заемщика можно выделить следующие преимущества:

1. более широкая возможность получить кредит (например, если бизнес-план не достаточно проработан, но идея стартапа действительно заинтересует потенциального кредитора);

2. более низкая процентная ставка по кредиту по сравнению с банком для физических и юридических лиц на этапе начала бизнеса;

3. обеспечение не требуется.

Существуют также и барьеры развития краудлендинговых платформ на отечественном рынке:

- высокие ставки по кредитам юридическим лицам;
- недостаточная осведомленность граждан об их работе (а значит и недоверие);
- отсутствие законодательства по регулированию (повышает риск мошенничества).

Коммерческие банки также проявляют интерес к краудлендинговым платформам. Альфа - банк в декабре 2015 года запустил проект "Поток", позволяющий физическим лицам кредитовать малый и средний бизнес. Кредитная ставка составляет от 25% до 40% годовых. Банк сам взял на себя ответственность за скоринг (оценка надежности компаний-заемщиков), то есть предположительно доверие со стороны населения к "Потоку" будет выше, чем к отдельным краудлендинговым платформам. Однако чтобы поучаствовать в "Потоке", необходимо быть клиентом Альфа-банка<sup>4</sup>. Таким образом, можно выделить 2 пути развития краудлендинга:

1. Краудлендинг как отдельное направление финансов, альтернативное банку и ценным бумагам с точки зрения инвестора.

2. Краудлендинг как еще одна ветвь банковской деятельности. В этом случае банк будет выступать как посредник между кредитором и заемщиком.

Подводя итог, хочется отметить, что краудлендинг укрепит свои позиции в ходе развития. Этому поспособствует и Банк России, разработав нормативно-правовые акты по регулированию народного финансирования и решив тем самым проблему недоверия к пиринговым сетям. Краудлендинг изменит взгляд на кредитование как таковое<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Massolution Posts Research Findings. URL: <https://www.crowdfundinsider.com/2015/03/65302-massolution-posts-research-findings-crowdfunding-market-grows-167-in-2014-crowdfunding-platforms-raise-16-2-billion> (дата обращения: 22.01.2017).

<sup>2</sup> URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/obzor-rossiyskogo-i-mirovogo-rynkov-kraudlendinga-po-itogam-2013-goda](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-rossiyskogo-i-mirovogo-rynkov-kraudlendinga-po-itogam-2013-goda) (дата обращения: 22.01.2017).

<sup>3</sup> Максимальная ставка топ-10 банков по вкладам в рублях стала самой низкой с марта 2014-го - 8,49%. URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=9435328> (дата обращения: 22.01.2017).

<sup>4</sup> Кредиты на "Потоке": как частные инвесторы могут вложиться в бизнес. URL: <http://money.rbc.ru/news/56f536f59a7947d1512270fe> (дата обращения: 22.01.2017).

<sup>5</sup> См. также: Василенко Т.А. Особенности развития краудлендинга в России // Символ науки. 2015. № 5. С. 90-94;

Взаимное кредитование получило оценку. URL: <http://kommersant.ru/doc/2890319> (дата обращения: 22.01.2017);

Сведения по кредитам в рублях в целом по Российской Федерации. URL: [http://www.cbr.ru/statistics/?PrtlId=int\\_rat](http://www.cbr.ru/statistics/?PrtlId=int_rat) (дата обращения: 22.01.2017);

Ромашова А.И., Морозова А.Е., Соболева Е.С., Башкатова Ю.И. Краудлендинг как форма поддержки малого и среднего бизнеса // Научные исследования: от теории к практике. 2016. № 1 (7). С. 278-283;

Чистик О.Ф., Симонова М.В., Дмитриева К.Е. Статистический анализ динамики и прогнозная оценка инвестиций в основной капитал в Российской Федерации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 12. С. 63-68.

## ANALYSIS OF CROWDLENDING IN RUSSIA

© 2017 Pichkurov Sergey Nikolaevich

Candidate of Economics, Associate Professor

© 2017 Fedoseeva Ekaterina Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: pichkurovsn56@mail.ru, fedoseevakate@mail.ru

**Keywords:** crowdfunding structure, crowdlending, crowdlending services, P2P lending, P2B lending.

The scheme of crowdfunding structure and comparison between a loan provided through crowdlending platform and a bank loan are presented in the article. The main key features of crowdlending system in Russia are distinguished, the crowdlending benefits for lenders and borrowers are recognized. Moreover, the crowdlending barriers and possible outlook of crowdlending development are considered.

УДК 330.13

## СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА ВНЕДРЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФИЛОСОФИИ "КАЙДЗЕН" НА РОССИЙСКОМ ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

© 2017 Пичугина Татьяна Алексеевна

аспирант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: Like.reverie@mail.ru

**Ключевые слова:** кайдзен, концепция непрерывного совершенствования, управление, промышленные предприятия.

Статья посвящена анализу опыта внедрения концепции Кайдзен на зарубежных промышленных предприятиях, а также возможности применения данного опыта в России. Автор рассматривает позитивные аспекты создания проекта внедрения производственной философии Кайдзен на российском промышленном предприятии, а также проблемы, с которыми менеджмент предприятия может столкнуться в процессе реализации проекта.

Эпоха глобализации накладывает отпечаток на промышленные предприятия по всему миру. В условиях жесткой глобальной конкуренции производители вынуждены пробовать все новые и новые приемы и способы организации и ведения бизнеса, которые смогли бы гарантировать им, что они останутся востребованными на международном рынке. Одной из таких стратегий является концепция непрерывного совершенствования Кайдзен.

**Кайдзен** - японская философия, суть которой заключается в понимании, что все производственные процессы в организации (равно как и все аспекты жизни) требуют постоянного совершенствования.

Слово "Кайдзен" (Kaizen) является производным от двух японских слов "Kai" (change), что означает "перемена", и "Zen" (good), что означает "к лучшему". Таким образом, Кайдзен - пропагандирует небольшие, но непрерывные улучшения, и предполагает участие в этом процессе каждого сотрудника в организации (начиная с топ-менеджмента, и заканчивая служащими самого низкого уровня)<sup>1</sup>.

Данная стратегия была успешно реализована на промышленных предприятиях Японии после Второй Мировой Войны, когда предприятия столкнулись с ограниченностью ресурсов и трудностями в получении сырья. Первой концепцию Кайдзен применила компания Toyota Motor Corporation, что позволило ей оптимизировать и существенно повысить эффективность производственных процессов, минимизировать потери, и в короткий срок стать мировым лидером автомобилестроения. В частности, концерн сделал упор на постепенные изменения и усовершенствования, используя внутренний ресурс собственных сотрудников, привлекая их к процессу обсуждения производственных процессов, и наделяя их более широкими правами и возможностями в проявлении производственной инициативы. Такая бизнес концепция не была затратной, и ориентировалась в большей степени на сам процесс усовершенствований, нежели чем на конечный результат.

Поскольку одним из лучших подходов, позволяющим компаниям улучшить свои показатели, является бенчмаркинг (Benchmarking - сопоставительный анализ лучшей практики ведения бизнеса непосредственных конкурентов с целью совершенствования собственного бизнес-процесса) - производственная система Кайдзен, применяемая в Toyota Motor Corporation, стала быстро распространяться и на других промышленных предприятия Японии, а затем и по всему миру.

Успешный опыт применения философии Кайдзен демонстрируют такие компании как Philips, Canon, Nissan и Honda. К примеру, Canon Production System - результат успешного применения Кайдзен в компании Canon - система ускорения поставок и создания более качественной продукции по более низким ценам, включает в себя систему обеспечения качества, производства и систему обучения персонала.

При этом стоит отметить две стороны применения опыта использования Кайдзен в японских компаниях.

С одной стороны, применение концепции Кайдзен предполагает не радикальные, а постепенные изменения, что позволяет людям, участвующим в данной деятельности легко адаптироваться к изменениям, одновременно, формализуя эти изменения в свою повседневную практику. Кайдзен не требует серьезных финансовых вложений, достаточно, чтобы люди использовали разум и сосредоточенно выполняли свою работу.

С другой стороны, нужно понимать, что успех Кайдзен как концепции менеджмента в Японии прежде всего связан с тем, что ее ключевые положения представляются естественными для японского менталитета. Стратегия Кайдзен - представляет собой продукт нации, ее философии и культуры. Сама мысль, что все сотрудники компании непрерывно участвуют в процессе совершенствования, - обычна и совершенно естественна для многих японцев, и они следуют ей, совершенно не задумываясь.

Таким образом, пример Toyota Motor и других японских корпораций нельзя бездумно копировать. Гораздо полезнее применять Кайдзен в той мере, в которой система станет эффективна для каждой отдельно взятой компании.

Считается, что концепцию Кайдзен можно использовать на любом предприятии независимо от его размера и сферы деятельности. Однако очевидно, что применение Кайдзен на крупном предприятии, где каждое подразделение или департамент отвечает за свой участок работы, и от слаженного взаимодействия всех участков зависит общий результат компании, имеет наибольшее значение<sup>2</sup>.

Рассмотрим процесс создания проекта внедрения производственной философии Кайдзен на российском промышленном предприятии.

Сложно переоценить ценность внедрения концепции Кайдзен для российских промышленных предприятий. Продукция отечественных производителей во многом не способна конкурировать с международными аналогами, так как в процессе ее производства российские компании несут несопоставимо более высокие издержки, что влечет за собой увеличение стоимости продукции. Что касается качества продукции, то значительная ее часть также не идет в сравнение с международными стандартами.

В случае, если же производимая продукция сопоставима по качеству с мировыми аналогами и предлагается на рынок по приемлемой цене, то это тем не менее не дает предприятию ощутимого преимущества, так как оно остается в большинстве случаев в догоняющем положении по отношению к признанным мировым лидерам. Причина такой ситуации заключается в том, что сопутствующие издержки остаются выше, чем у конкурентов, а задачи по логистике (вопросы по закупке материалов, комплектующих, поставка продукции заказчикам) решаются по устаревшим схемам.

Рассмотрим, с чего следует начать процесс внедрения концепции Кайдзен на российском промышленном предприятии.

Прежде всего, необходимо осознание необходимости внедрения системы и принятие ее принципов высшим руководством компании, а значит, система должна рассматриваться топ-менеджментом как долгосрочный проект предприятия, часть его стратегии.

Далее, поскольку в центре данной философии - работник (как личность и отдельное самостоятельное творческое целое), следует этап вовлечения всех сотрудников компании в процесс Кайдзен. Ключевым на этом этапе должно стать обучение сотрудников принципам Кайдзен, повышение их квалификации, всевозможное развитие творческого потенциала работников, привлечение их к процессу обсуждения проблем производства и управления на предприятии.

Руководство компании должно быть готово и к возможному сопротивлению со стороны сотрудников, непринятию ими системы Кайдзен в виду отсутствия мотивации делать больше, чем предусмотрено их должностными обязанностями. В этом случае, во-первых, необходимо исключить ситуации, когда инициативы сотрудников блокируются или игнорируются (т.е. необходима соответствующая подготовка и мотивация менеджеров среднего звена, начальников отделов, цехов, бригад, смен). Во-вторых, следует проводить просветительскую работу среди всех сотрудников предприятия (семинары, тренинги, посвященные Кайдзен), организовывать конкурсы на лучшие предложения, создавать атмосферу доверительных и открытых отношений на предприятии.

Следующим этап - подбор подходящих для компании приемов и методов системы Кайдзен, например, гемба, канбан, система 5S, система Just in time ("Точно вовремя"), цикл PDCA (Plan-Do-Check-Act), TQC (Total Quality Control), кружки контроля качества, и прочие. С помощью данных методов можно осуществить совершенствование процессов производства при незначительных финансовых вложениях.

Так, например, прием гемба заключается в том, что руководитель принимает принцип разделения предприятия на гембы и как можно больше своего времени проводит именно там (согласно философии Кайдзен - гембой на предприятии является все, кроме рабочего стола руководителя). Такая концепция позволяет руководителю всегда оставаться в курсе событий, оперативно собирать информацию от сотрудников о предложениях по улучшению производственных и организационных процессов, осуществлять оперативный контроль и быстро принимать адекватные тактические меры по решению проблемных ситуаций<sup>3</sup>.

Кроме того, возможно создание своего рода соревнований между сотрудниками гембы на лучшее Кайдзен-предложение и, если предложение действительно было принято и использовано руководством, предусмотреть выплату премии по итогам квартала или года.

При этом принятое улучшение внедряется не только на участке, откуда поступило предложение по улучшению, но и на других подобных участках предприятия, таким образом повышается эффективность всего предприятия в целом при отсутствии значительных затратах.

Другая система философии Кайдзен - система "Канбан" - представляет собой систему карточек, используемых для передачи сигнала на изготовление продукции, и является способом управления бережливыми производственными линиями. Канбан позволяет существенно экономить на использовании ресурсов, исключить ситуацию затоваривания складов готовой продукции, ожидающей поступления заказов от покупателей, а также хранения большого количества

запасов сырья. При этом используется автоматизация процессов сбора заказов от поставщиков, руководителей участков на месяц вперед.

Еще одна сторона применения философии Кайдзен - это всевозможное сокращение отходов предприятия. К примеру, экономически эффективным для промышленной компании будет организованный сбор и утилизация мусора. Такой подход ведет к увеличению объемов сырья, которое в дальнейшем может быть повторно использовано после переработки, помимо этого, существенно уменьшаются расходы на транспортировку мусора.

Приемы Кайдзен разнообразны, это и пять шагов поддержания порядка (система 5S), включающая в себя сортировку, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизация, самодисциплина, и система "точно вовремя", направленная на повышение оборачиваемости запасов (что позволяет получать детали и готовую продукцию именно в тот момент времени, когда она необходима), и многие другие<sup>4</sup>.

Нужно отметить, что даже при очевидно существующей разнице между японским и российским менталитетом, многие крупные российские промышленные компании вполне успешно применяют на себе основные методики и практики концепции Кайдзен (конечно, это в первую очередь, те компании, которые видят развитие своего бизнеса в долгосрочной перспективе - КАМАЗ, ГАЗ, Лукойл, РУСАЛ, табачная фабрика ЛТИ и другие)<sup>5</sup>.

На предприятиях, использующих философию Кайдзен, непрерывный процесс улучшения является основой функционирования процесса производства и управления, и включает в себя следующие части:

- организация (формирование организационной структуры, процесс распределения ответственности, координация, контроль);
- управление (разделение целей и задач предприятия, формирование команды);
- мероприятия по повышению квалификации персонала (организация обучения сотрудников, различные тренинги);
- система премирования (поощрение внесения рационализаторских предложений, особые системы морального и материального поощрения сотрудников).

На российском промышленном предприятии внедрение концепции непрерывного совершенствования должно осуществляться при понимании того, что, если предприятие не становится лучше, значит оно постепенно теряет свои конкурентные преимущества. Все в компании, начиная от руководства и заканчивая рядовым персоналом должны осознавать необходимость отказа от традиционного мышления.

Ключевые моменты нового мышления по Кайдзен - концентрация на том, что можно сделать, а не на том, почему это сделать нельзя; неприемлемость отговорок. При этом приветствуется решение части проблемы, но сейчас, нежели 100% решение задачи, но без четко установленных сроков, немедленное исправление ошибок, поиск наиболее эффективных и не затратных решений.

Подводя итог, отметим ключевые преимущества системы Кайдзен для применения на российском промышленном предприятии:



1. Возможность использования методик и практик Кайдзен промышленными компаниями любого размера.

2. Использование конкурентного преимущества за счет того, что улучшения в компании происходят постепенно, изнутри, и конкурентам не видны перемены и развитие бизнеса.

3. Повышения лояльности персонала к компании за счет ощущения своей причастности к процессу изменения и улучшения.

4. Повышение качества производимой продукции, логистики, сервиса, снижение издержек и рост прибыли организации.

5. Компания несет минимальные издержки при внедрении концепции Кайдзен (например, по сравнению с разработкой и внедрением инноваций).

Таким образом, философия Кайдзен применительно к российским промышленным предприятиям является не затратным способом оптимизации бизнес-процесса в целом, способствует росту эффективности и жизнеспособности на высококонкурентном международном рынке.

---

<sup>1</sup> Масааки Имаи. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний : пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.

<sup>2</sup> Кайдзен - технология успеха. URL: <http://www.fintuning.ru/Category.aspx?HtmlID=1601>.

<sup>3</sup> Овсянникова А.О. Кайдзен: преимущества, технологии и проблемы внедрения на российских предприятиях // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2011. С. 237-239.

<sup>4</sup> Mohd Ghazali Maarof, Fatimah Mahmud. A Review of Contributing Factors and Challenges in Implementing Kaizen in Small and Medium Enterprises // Procedia Economics and Finance. 2016. № 35. P. 522-531.

<sup>5</sup> Марков Д.А., Куприна Е.В., Маркова Н.А. Опыт внедрения системы "Канбан" в АО "Новомет-Пермь" // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 12 (134).

## KAIZEN PRODUCTION PHILOSOPHY IMPLEMENTATION PROJECT AT THE RUSSIAN INDUSTRIAL ENTERPRISE

© 2017 Pichugina Tatyana Alekseevna  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: Like.reverie@mail.ru

**Keywords:** kaizen, the concept of continuous improvement, management, industrial enterprises.

The article is devoted to the analysis of the Kaizen concept experience in foreign industrial enterprises, as well as the possibility of applying this experience in Russia. The author examines the positive aspects of the Kaizen implementation at the Russian industrial enterprise, as well as the problems that management of the enterprise may face during the project implementation.

## АНАЛИЗ СРЕДНЕГОДОВЫХ ТЕМПОВ ИЗМЕНЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ МОЛОКА, ЕЕ СТРУКТУРЫ И ФАКТОРОВ

© 2017 Рафикова Нурия Тимергалеевна

доктор экономических наук, профессор

Башкирский государственный аграрный университет, г. Уфа

E-mail: Rafikova163@rambler.ru

**Ключевые слова:** анализ, среднегодовые темпы изменения, графики, себестоимость, молоко.

Статья посвящена анализу среднегодовых показателей с использованием системы взаимосвязанных индексов и графиков на примере себестоимости молока и ее важнейших факторов в СХО Республики Башкортостан.

В современных условиях роста цен на продукты питания и импортозамещения актуализируются вопросы анализа себестоимости сельскохозяйственной продукции и поиска резервов ее снижения. На уровне предприятий значение себестоимости продукции усиливается тем, что она является важнейшим рычагом для принятия управленческих решений по таким вопросам, как определение структуры производимой продукции, технологии производства, установление цены. В то же время себестоимость продукции характеризует интенсивность ведения хозяйства и использования ресурсного потенциала и является одним из важнейших результативных показателей производства, влияющим на эффективность и конкурентоспособность сельскохозяйственных организаций<sup>1</sup>. Известно, что себестоимость молока находится в прямой зависимости от уровня затрат на содержание одной коровы и в обратной от уровня ее продуктивности. В качестве базы для проведения анализа себестоимости молока выбран 2009 г., так как именно с этого года в годовых отчетах сельскохозяйственных организаций расширился перечень статей, отражающих материальные затраты (корма с выделением собственного производства, электроэнергия, нефтепродукты). Индексный анализ показал, что в сельскохозяйственных предприятиях Республики Башкортостан себестоимость 1 ц молока повысилась в 2009 г. по сравнению с 2000 г. в 2,24 раза. Это было обусловлено за счет роста затрат на 1 голову в 4,5 раза при повышении надоя на корову на 98,6%. Соответственно в 2015 г. по сравнению с 2009 г. себестоимость возросла в 2,1 раза. При этом затраты на корову увеличились в 2,32 раза, а надой повысился только на 13,2% (табл. 1). Такие высокие темпы роста затрат, в особенности по статье "Прочие затраты" обусловлены в основном ростом цен на продукцию промышленного производства, приобретаемые сельскохозяйственными товаропроизводителями. В этих

условиях наиболее объективные оценки может дать анализ среднегодовых показателей динамики и структуры затрат на производство<sup>2</sup>. Также при анализе себестоимости продукции и ее факторов в динамике необходимо обеспечить экономическую сопоставимость, учитывая общие условия экономики и государственные программы развития сельского хозяйства, его отраслей, в частности, скотоводства<sup>3</sup>.

Таблица 1

**Себестоимость молока и ее факторы в СХО Республики Башкортостан**

| Показатели                                                          | 2000  | 2005  | 2008  | 2009  | 2015   | 2009 в % к |       |       | 2015<br>в %<br>к<br>2009 |
|---------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|------------|-------|-------|--------------------------|
|                                                                     |       |       |       |       |        | 2000       | 2005  | 2008  |                          |
| Себестоимость 1 ц молока, руб                                       | 313,1 | 452,9 | 694,8 | 701,4 | 1444,3 | 224,1      | 154,9 | 100,9 | 205,9                    |
| Надой на одну среднегодовую корову, кг                              | 1913  | 3329  | 3554  | 3800  | 4302   | 198,6      | 114,1 | 106,9 | 113,2                    |
| Затраты на 1 среднегодовую голову, всего, руб.                      | 6754  | 17149 | 27853 | 30103 | 69766  | 445,7      | 175,5 | 108,1 | 231,7                    |
| Из них:оплата труда с отчислениями на социальные нужды              | 1189  | 3306  | 5409  | 6355  | 13604  | 534,5      | 192,2 | 117,5 | 214,1                    |
| корма                                                               | 2661  | 7395  | 11750 | 12782 | 31255  | 480,3      | 172,8 | 108,8 | 244,5                    |
| содержание основных средств                                         | 721   | 1951  | 2694  | 3062  | 7465   | 424,9      | 156,9 | 113,7 | 243,8                    |
| прочие статьи затрат                                                | 2183  | 4497  | 5797  | 5563  | 17442  | 254,8      | 123,7 | 96,0  | 313,5                    |
| Оплата труда с отчислениями на социальные нужды на 1 чел.-час, руб. | 5,41  | 16,30 | 44,19 | 41,7  | 113,5  | 869,8      | 288,6 | 106,5 | 272,2                    |
| Затраты труда на 1 ц молока, чел.-час                               | 11,49 | 6,09  | 3,44  | 3,55  | 2,48   | 30,9       | 58,4  | 103,2 | 69,8                     |

Среднегодовые темпы роста также свидетельствуют об опережении роста уровня производственных затрат на среднегодовую голову над продуктивностью коров (рис. 1 и табл. 2). При этом темпы роста затрат и продуктивности показали тенденцию к снижению, однако за 2009-2015 гг. по сравнению с 2000-2005 гг. они снизились менее значительно по уровню затрат и существенно по надою на корову. В 2000-2005 гг. наиболее быстрыми темпами повышались за-

траты по основным статьям - оплата труда, корма, а в 2009-2015 гг. по прочим статьям затрат, которые непосредственно не влияют на рост продуктивности коров (табл. 2).

Таблица 2

Среднегодовые темпы роста, %

| Показатели                                                        | 2000-2005 | 2006-2008 | 2009-2015 |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Надой на одну среднегодовую корову, кг                            | 111,7     | 101,1     | 102,1     |
| Затраты на 1 среднегодовую голову, всего, руб.                    | 120,5     | 119,4     | 115,0     |
| в том числе                                                       |           |           |           |
| оплата труда с отчислениями на социальные нужды                   | 122,7     | 121,1     | 113,5     |
| корма                                                             | 122,7     | 117,5     | 116,1     |
| содержание основных средств                                       | 122,0     | 129,8     | 116,0     |
| прочие статьи затрат                                              | 115,6     | 109,9     | 121,0     |
| Оплата труда с отчислениями на социальные нужды на чел.-час, руб. | 124,7     | 117,2     | 115,8     |
| Затраты труда на 1 ц молока, чел.-час                             | 88,1      | 77,3      | 94,2      |
| Себестоимость 1 ц молока, руб                                     | 107,8     | 118,6     | 112,8     |

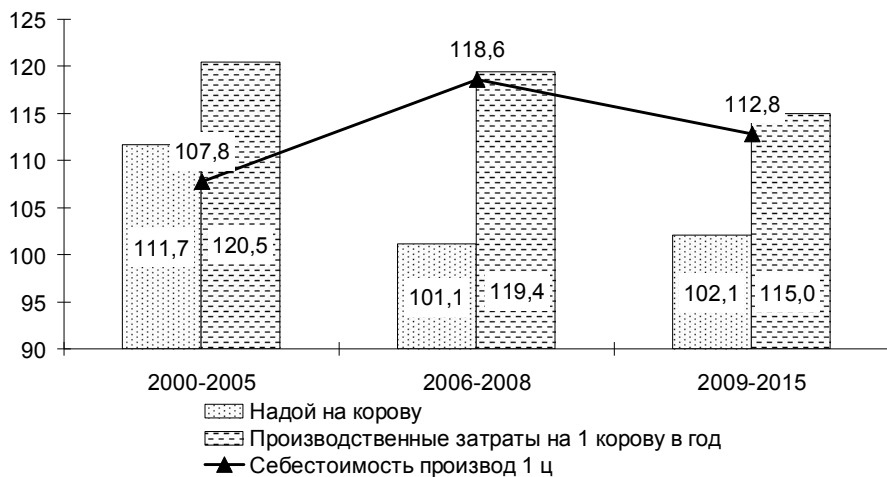


Рис. 1. Среднегодовые темпы роста, %

Далее были получены среднегодовые темпы изменения показателей отдельно по этапам реализации Государственной программы развития сельского хозяйства: за 2009-2012 гг. и за 2013-2015 гг. (табл. 3).

Среднегодовые темпы изменения, %

| Показатели                                                        | 2000-2005 | 2006-2008 | 2009-2012г | 2013-2015 |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|-----------|
| Надой на одну среднегодовую корову, кг                            | 111,7     | 101,1     | 99,0       | 107,4     |
| Затраты на 1 среднегодовую голову, всего, руб.                    | 120,5     | 119,4     | 113,5      | 117,9     |
| в том числе                                                       |           |           |            |           |
| оплата труда с отчислениями на социальные нужды                   |           | 121,1     |            |           |
| корма                                                             | 122,7     |           | 116,5      | 108,3     |
| содержание основных средств                                       | 122,7     | 117,5     | 112,0      | 123,7     |
| прочие статьи затрат                                              | 122,0     | 129,8     | 116,4      | 115,3     |
| Оплата труда с отчислениями на социальные нужды на чел.-час, руб. | 115,6     | 109,9     | 110,5      | 119,7     |
| Затраты труда на 1 ц молока, чел.-час                             |           | 117,2     |            |           |
| Себестоимость                                                     | 124,7     |           | 119,0      | 112,8     |
|                                                                   | 88,1      | 77,3      | 98,2       | 88,9      |
|                                                                   | 107,8     | 118,6     | 114,6      | 109,9     |

Несмотря на небольшой период времени выделение четырех этапов развития сельского хозяйства позволило получить более сглаженную и развернутую характеристику развития исследуемых показателей (рис. 2).

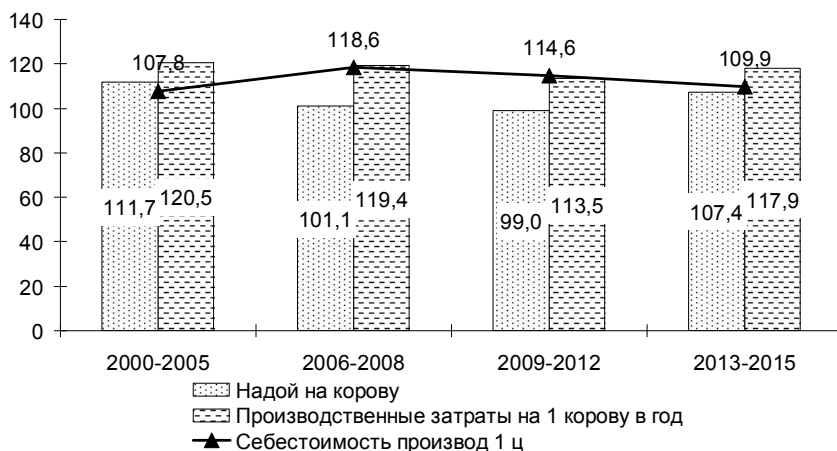


Рис. 2. Среднегодовые темпы изменения, %

Характерной особенностью изменения среднегодовых темпов за 2009-2012 гг. является снижение надоя на корову на 1 % при одновременном повышении производственных затрат на корову на 13,5 % и себестоимости 1 ц молока на 14,6%. За 2009 - 2012 гг. по сравнению с данными за 2006 - 2008 гг. выявлена тенденция снижения себестоимости молока. Эта тенденция сохранилась в 2013 -

2015 гг. в связи с наметившейся тенденцией роста надоя на корову, несмотря на рост уровня затрат на 1 голову скота.

Таблица 4

**Среднегодовые темпы роста, %**

| Показатели                                                          | 2001-2005 | 2006-2010 | 2011-2015 |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Надой на одну среднегодовую корову, кг                              | 110,8     | 101,9     | 106,6     |
| Затраты на 1 среднегодовую голову, всего, руб.                      | 120,4     | 119,3     | 115,1     |
| в том числе                                                         |           |           |           |
| оплата труда с отчислениями на социальные нужды                     | 121,3     | 118,8     | 112,4     |
| корма                                                               | 120,6     | 117,1     | 115,8     |
| содержание основных средств                                         | 122,3     | 116,4     | 117,1     |
| прочие статьи затрат                                                | 118,7     | 124,5     | 115,4     |
| Оплата труда с отчислениями на социальные нужды на 1 чел.-час, руб. | 126,0     | 113,4     | 118,9     |
| Затраты труда на 1 ц молока, чел.-час                               | 89,5      | 89,1      | 88,6      |
| Себестоимость 1ц молока                                             | 108,7     | 117,1     | 108,0     |

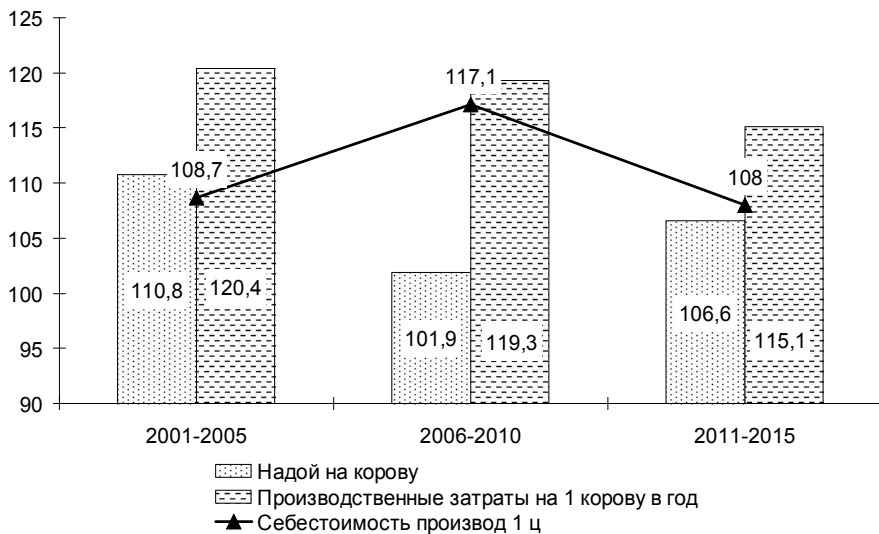


Рис. 3. Среднегодовые темпы роста, %

На завершающем этапе были рассчитаны среднегодовые темпы изменения показателей по пятилетиям, начиная с 2001 г. Из данных табл. 4 следует, что в среднем по пятилетиям выявлена тенденция снижения затрат в целом за исключением прочих затрат. Из рис. 3 наглядно виден пик повышения себестоимости в 2006 - 2010 гг., который усилился за счет повышения уровня затрат в связи с финансовым кризисом в 2008 г. и засухой в 2010 г.

Данные, приведенные на рис. 4 наглядно показывают среднегодовую динамику темпов роста затрат по отдельным статьям. Если в 2001- 2005 гг. темпы роста затрат по всем статьям различались незначительно, то в 2005- 2010 гг. очень высокими темпами увеличились прочие затраты на фоне снижения затрат по всем остальным статьям. В 2011- 2015 гг. по сравнению с 2006 -2010 гг. заметно снизились темпы роста затрат по статьям " Оплата труда", " Корма", "Прочие затраты" и повысились по статье " Содержание основных средств".



**Рис. 4. Среднегодовые темпы роста по статьям затрат, %**

Полученные результаты свидетельствует о том, что в сельскохозяйственных организациях республики Башкортостан наметилась тенденция усиления контроля и управления издержками производства. Рост себестоимости молока на одну треть обусловлен действием экзогенных факторов - повышением цен на приобретаемые средства производства, электроэнергию, топливо, запасные части и ремонтные материалы, услуги сторонних организаций и прочие<sup>4</sup>. За счет изменения этих затрат себестоимость молока повысилась в 2015 г. по сравнению с 2009 г. на 31,3%. При этом рост себестоимости в основном ниже роста цен на молоко, что обеспечивает рентабельное производство. Однако, за последние годы влияние экзогенных факторов, связанных с повышением цен на материально - технические ресурсы не позволяет существенно повысить продуктивность скота. Для сохранения наметившейся тенденции роста надоя на корову в 2013 - 2015 гг. в дальнейшем необходимо в первую очередь внедрять опыт сельхозпредприятий 8 районов республики, где надой превысил 5 тыс. кг молока на корову. Использование графиков для отражения среднегодовых темпов изменения по отдельным периодам позволило придать последним нагляд-

ность и выразительность, а также увидеть тенденции развития взаимосвязанных показателей на отдельных этапах развития.

<sup>1</sup> Рафикова Н.Т. Себестоимость сельскохозяйственной продукции - факторы и методология анализа. М. : Финансы и статистика, 1999.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> См.: Зинченко А.П. Экономико-статистический анализ сельского хозяйства. М. : Изд-во РГАУ-МСХА, 2012;

Рафикова Н.Т., Бакирова Р.Р. Анализ состояния и комплексного развития молочного и мясного скотоводства в Республике Башкортостан // Российская государственная статистика и вызовы 21 века : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 200-летию образования Рос. стат. службы ( Москва, 23-24 июня 2011 г.). М., 2011. С. 160-162;

Рафикова Н.Т. О государственной поддержке развития сельского хозяйства в условиях членства в ВТО // Профессия бухгалтера - важнейший инструмент эффективного управления сельскохозяйственным производством : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти проф. В.П. Петрова. Казань, 2013. С. 143-146.

<sup>4</sup> См.: Рафикова Н.Т., Бакирова Р.Р. Особенности формирования уровня себестоимости молока в регионе // Вестник Башкирского государственного аграрного университета. 2013. № 2 (22). С. 137-139;

Рафикова Н.Т., Хазиева А.М. Анализ себестоимости выращивания КРС на мясо в сельскохозяйственных организациях Республики Башкортостан // Профессия бухгалтера - важнейший инструмент эффективного управления сельскохозяйственным производством : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти проф. В.П. Петрова. Казань, 2013. С. 149-150;

Рафикова Н.Т., Хазиева А.М. Анализ показателей производства продукции выращивания и откорма крупного рогатого скота в разрезе зон // Экономика и управление. 2016. № 6. С. 45-50;

Сельское хозяйство, охота и лесоводство Республики Башкортостан : стат. сб. / Башкортостанстат. Уфа, 2016;

Чистик О.Ф. Анализ динамики и структуры важнейших макроэкономических индикаторов социально-экономического развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 3 (89). С. 89-94.

## **ANALYSIS OF THE AVERAGE ANNUAL RATE OF CHANGE IN THE COST OF MILK, ITS STRUCTURE AND FACTORS**

© 2017 Rafikova Nuria Timergalievna  
Doctor of Economics, Professor  
Bashkir State Agrarian University, Ufa  
E-mail: Rafikova163@rambler.ru

**Keywords:** analysis, average annual rates of change, schedules, cost, milk.

The article is devoted to the analysis of average performance using a system of interrelated indexes, and graphs. The author considers the example of the cost of milk and its most important factors in the agricultural organizations of the Republic of Bashkortostan.



## О ПОДХОДЕ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2017 Рахимов Ринат Раильевич  
студент

© 2017 Чудаева Александра Александровна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: rakhimov94@gmail.com

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, конкуренция, инновация, инновационная стратегия и цели, экономический эффект, показатели оценки эффективности.

Статья посвящена оценке эффективности инновационной деятельности промышленного предприятия. Особое внимание уделяется приоритетным задачам промышленных предприятий, системе оценки инновационной деятельности, а также факторам, снижающим инновационную активность. Рассмотрены показатели оценки эффективности инновационной деятельности.

В рыночной системе хозяйствования инновационная деятельность предопределила динамику уровня конкурентоспособности предприятий. На сегодняшний день в условиях стремительного развития внешней среды необходимо уделять как можно больше внимания, при рассмотрении характеристик и при измерении параметров интенсивности развития инновативности, на конкретном предприятии. Обеспечение конкурентными преимуществами должно проходить при помощи инноваций.

Рассматривая развитие экономики на промышленных предприятиях, к приоритетным задачам можно отнести обеспечение устойчивого экономического роста путем постоянного увеличения объемов инвестиций, наращивания инновационного потенциала, эффективной работы инфраструктуры хозяйственной деятельности и др.

Особое внимание стоит обратить на такие важнейшие задачи, которые повышают инновативность промышленных предприятий, как: скорость и эффективность реагирования на появление на рынке новой или улучшенной продукции; внедрение усовершенствованных технологий (и в производстве, и в сбыте); разработка и реализация новых маркетинговых стратегий.

Сущность инновационной деятельности направлена на коммерциализацию комплекса мероприятий технологического, технического, научного и финансового характера. Результатом совокупности данных мероприятий или отдельно взятого мероприятия являются новые или усовершенствованные товары, услуги, технологии и т.д.<sup>1</sup>

В настоящее время инновации все больше выступают в роли важнейшего источника развития предприятий, а также своего рода показателем деловой активности, которые позволяют повышать конкурентоспособность как отдельно взятого предприятия, так и экономики нашей страны в целом, при условиях благоприятного инвестиционного и инновационного климатов.

Стратегия организации, выраженная в направлениях инновационной деятельности, и структура управления организацией, выраженная в количественном и качественном составе сотрудников, занимающихся инновационной деятельностью, прямо влияют на систему оценки этой деятельности. Ведение постоянного учета ответственными за создание, внедрение и использование инноваций на предприятии менеджерами повышает качество и упрощает оценку инновационной деятельности, дает возможность корректировать дальнейшие действия.

Полнотой информации об инновационной стратегии конкретного предприятия должен обладать высший руководящий состав (генеральный директор и его заместитель по инновациям)<sup>2</sup>. В свою очередь, менеджеры, которые отвечают за одно или сразу несколько направлений инновационной деятельности должны владеть стратегически важной и глубоко изученной информацией в рамках своего направления. Одно из главных и наиболее значимых условий в каждом направлении - содержание инновационных целей, в которых необходимо отражать результат и планируемый срок достижения этого результата. Каждое направление должно содержать инновационные цели, отражающие результат и планируемый срок его достижения. Найденные идеи проходят отбор и оценку, к которой привлекаются опытные экономисты-аналитики.

Следующим шагом должно стать одобрение высшего звена руководства. Когда первые, подготовительные, этапы успешно пройдены, идеи начинают преобразовываться в инновационный проект со следующими основными характеристиками: финансирование, состав участников, этапы, сроки.

При дальнейшей оценке слабых и сильных сторон деятельности, связанной с инновациями, необходимо вести учет следующих параметров: какой тип инновации планируется использовать; проработанный план затратных статей на инновации или их бюджет; планируемый доход от инновационной деятельности; сроки реализации планируемого проекта; планируемый эффект от вложенной применяемой инноватики.

Для заключительного контроля инновационных процессов проводится учет таких фактических данных, как: затраты, которые были потрачены на инновации; доход, полученный от инновации; дата выпуска инновации на рынок; рост доходности или другой параметр эффективности, положительно влияющий на развитие организации.

Для того чтобы была видна предшествующая информация о результатах инновационной деятельности, необходимо создавать базы учетных данных, которые дадут организации значительные преимущества.

Наибольший эффект от проведения анализа инновационной деятельности промышленных предприятий можно достичь, как в сопоставлении его с конкурентами, так и с внутренними инновационными процессами.

Критерием принятия управленческого решения является экономический эффект. В настоящее время в соответствии с рекомендациями ЮНИДО (Организации Объединенных Наций по промышленному развитию) в зарубежной практике применяются показатели оценки эффективности инновационной деятельности. Рассмотрим некоторые из них:

- срок окупаемости инвестиций в инновационный проект ( $T_o$ )<sup>3</sup>:

$$T_o = \text{Инвестиции} / \Pi_{\text{ч}} \quad (1)$$

где  $\Pi_{\text{ч}}$  - чистая годовая прибыль, получаемая в результате функционирования объекта.

- внутренняя норма прибыли (IRR) или коэффициент дисконтирования:

$$\sum_{t=0}^T \frac{CIF_t}{(1 + IRR)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{COF_t}{(1 + IRR)^t} \quad (2)$$

IRR рассчитывается как значение ставки дисконтирования, при которой NPV=0.

- коэффициент финансовой автономности проекта ( $K_{\text{фа}}$ ):

$$K_{\text{фа}} = \frac{C_c}{Z} \quad (3)$$

где  $C_c$  - собственные средства, руб;  $Z$  - заемные средства, руб;

- коэффициент результативности работы ( $r$ ) может быть использован в качестве интегрального показателя, характеризующего эффективность инновационной деятельности организации:

$$r = \frac{R_e}{\sum_{i=1}^N Q_i - \sum_{i=1}^N (H_2 - H_1)} \quad (4)$$

где  $R_e$  - суммарные затраты по законченным работам, принятым (рекомендованным) для освоения в серийном производстве;  $Q_i$  - фактические затраты на НИОКР за  $i$ -й год;  $N$  - число лет анализируемого периода;  $H_1$  - незавершенное производство на начало анализируемого периода в стоимостном выражении;  $H_2$  - то же на конец анализируемого периода<sup>4</sup>.

Существуют показатели, на которые следует обращать особое внимание в процессе оценки эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий, - они могут определить основные проблемы, и указать на возможности их решения: низкие показатели эффективности; малая доля выручки от продаж инновационного продукта в сравнение с конкурентными предприятиями и др.

Основными факторами снижения инновационной активности промышленных предприятий являются<sup>5</sup>:

- ухудшение финансового положения;
- недостаток собственных финансовых средств;
- неопределенность перспектив развития рынков сбыта;

- трудность привлечения заемных средств;
- недостаточность государственной поддержки инноваций;
- сокращение закупок инновационной продукции государством.

При своевременном обнаружении подобных проблем, руководящий состав имеет возможность вовремя предпринять необходимые действия. Метод учета инновационной деятельности, описанный выше, является эффективным инструментом, при помощи которого можно анализировать результаты инновационной деятельности за конкретный срок и иметь возможности быстро осуществлять корректирующие действия, что уменьшает степень риска инновационной деятельности.

---

<sup>1</sup> Мыслякова Ю.Г., Кислов Р.С. Формирование инновационной состоятельности промышленного предприятия // Креативная экономика. 2016. № 2. С. 123-140.

<sup>2</sup> Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации. 3-е изд., стер. М. : Омега-Л, 2011. С. 415.

<sup>3</sup> Герасимов Б.Н., Новикова Н.А. Оценка эффективности управления развитием инновационной деятельности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 72-76.

<sup>4</sup> Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов. 6-е изд. СПб. : Питер, 2011. С. 448.

<sup>5</sup> Булавко О.А., Заступов А.В. Механизмы стимулирования инвестиционно-инновационного развития предприятий промышленного комплекса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 8 (142). С. 42-47.

## ABOUT THE APPROACH TO EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

© 2017 Rakhimov Rinat Railyevich  
Student

© 2017 Chudaeva Aleksandra Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: rakhimov94@gmail.com

**Keywords:** innovative activity, competition, innovation, innovation strategy and objectives, economic effect, performance evaluation indicators.

The article is devoted to the analysis of the efficiency evaluation of the innovation activity of an industrial enterprise. Particular attention is given to priority tasks at industrial enterprises, the system of assessing innovation activities, as well as to the factors that reduce the innovative activity of industrial enterprises. The indicators of the effectiveness evaluation of innovation activity are considered.

## ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ В ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2017 Ромадина Виктория Константиновна  
студент

© 2017 Федоренко Роман Владимирович  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: vikaromadina@yandex.ru

**Ключевые слова:** логистика, закупки, оптимизация.

Рассматриваются вопросы оптимизации закупочной деятельности торгового предприятия. Выделены основные составляющие затрат на закупочную деятельность. Предложены целенаправленные решения по сокращению данных затрат.

В процессе оптимизации закупочной деятельности компании основное внимание должно быть направлено на сокращение общих затрат, связанных с этим функционалом. Оптимизация важна в первую очередь по причине того, что затраты на управление закупочной деятельностью в различных отраслях составляют от 40 до 60% в структуре себестоимости готовой продукции<sup>1</sup>. Наибольший удельный вес в затратах, связанных с закупками, занимают: непосредственно цена материальных ресурсов, затраты на транспортировку и затраты на управление запасами материальных ресурсов (складирование, грузообработка, хранение и т.д.).

Экономический эффект фирмы от рационального управления закупочной деятельностью может быть очень существенным. Тем более учитывая, что издержки в данном случае составляют 40-60% от величины выручки, удачные решения по управлению закупками могут дать ощутимый эффект роста рентабельности всей компании. По оценкам большинства специалистов, чтобы увеличить прибыль компании в среднем на 100% необходимо изменение следующих показателей:

- увеличение объема продаж на 100%;
- рост цены товаров на 15%;
- снижение заработной платы и окладов на 25%;
- сокращение накладных расходов на 33%;
- уменьшение затрат на закупки на 8,5%<sup>2</sup>.

Так снижение затрат на закупочную деятельность на один процент способствует росту прибыли на 12%. Поэтому необходимы целенаправленные реше-

ния логистики снабжения, включающие в себя определенный комплекс мер и механизмов сокращения составляющих затрат на закупочную деятельность.

К таким мерам можно отнести реинжиниринг логистических систем, который позволяет предприятию уменьшать имеющиеся у него в наличии товарные запасы, что приводит к значительному повышению эффективности деятельности компании в целом. Такой результат достигается благодаря применению современных методик управления товарными запасами, сокращению числа участников цепи поставок и внедрению современных информационных технологий.

Применение систем "быстрого реагирования" также позволяет сокращать затраты на закупки. Суть этой системы состоит в том, что после того как определенное число единиц товара продано, и информация об этом поступила в информационную сеть предприятия, данные направляются в системы пополнения запасов и переоформления заказов; и как следствие - быстрая реакция на возникший спрос на данный товар. Информация передается основным поставщикам, что приводит к последующей интеграции производства и процесса поставки<sup>3</sup>. Преимущества данной стратегии для предприятия-продавца и поставщика представлены в таблице.

**Преимущества стратегии "Быстрого реагирования"**

| <b>Преимущества для продавца</b>                                                                                                                                  | <b>Преимущества для поставщика</b>                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Снижение затрат<br>Снижение запасов<br>Ускорение товарных потоков<br>Удовлетворение покупателей<br>Увеличение объемов продаж<br>Усиление конкурентных преимуществ | Снижение затрат<br>Более предсказуемые производственные циклы<br>Увеличение частоты заказов<br>Более тесные связи с продавцом<br>Возможность отслеживать объемы продаж (лучшее прогнозирование)<br>Усиление конкурентных преимуществ |

Ключевую роль в оптимизации закупочной деятельности на предприятии играет наличие "товарной матрицы", а именно полного перечня всех его ассортиментных позиций, доступных в продаже с учетом особенностей выбранного формата предприятия и его месторасположения<sup>4</sup>. Ее составлению предшествует формирование ассортимента, включающее в себя следующие этапы:

1. Определение концепции предприятия и его формата.
2. Изучение спроса.
3. Оценка положения конкурирующих фирм.
4. Принятие решения о товарной и ценовой политике компании, работа по подбору поставщиков.
5. Составление общего, а затем более подробного многоуровневого товарного классификатора на основе анализа покупательского спроса.

Результат проведения этих работ - товарная матрица, которая будет содержать данные о товарах и поставщиках, а также основные свойства товаров (размер, цвет и т.д.), условия работы с поставщиком (кредитные или предоплатные), упаковка и количество единиц товара в упаковке, вес единицы товара, коды (таможенный, штрих-код и др.), к какой категории и группе относится товар и т.д. Товарная матрица - эффективный инструмент выявления ключевых ассортиментных позиций, реализация которых позволяет достигать целей фирмы, и не ключевых, от поставок которых можно отказаться с целью оптимизации использования оборотных средств. Из ключевых позиций в дальнейшем происходит формирование ассортиментного минимума (дефицит этих товаров не допускается), а состав не ключевых позиций может меняться в зависимости от сезонности, взаимоотношений с поставщиками, колебаний спроса и т.д.

Таким образом в основу мероприятий по оптимизации в закупочной деятельности входит целый комплекс мер, к которым можно отнести: реинжиниринг логистических систем, применение систем "быстрого реагирования", а также введение в компании товарной матрицы.

---

<sup>1</sup> Аникин Б.А. Коммерческая логистика. М. : Проспект, 2014.

<sup>2</sup> Логинова Е.В., Корнилов С.Н. Основные показатели, характеризующие закупочную логистику и ее эффективность // Вестник самарского государственного экономического университета. 2013. № 1 (99).

<sup>3</sup> Долгов А.П., Уваров С.А. Логистический менеджмент: управление запасами. СПб. : СПбГУЭФ, 2013.

<sup>4</sup> Лихачева Я.А. Управление логистическими издержками и затратами в цепи поставок. Саратов : СГТУ, 2012.

## LOGISTICS OPTIMIZATION IN PURCHASING

© 2017 Romadina Viktoria Konstantinovna  
Student

© 2017 Fedorenko Roman Vladimirovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: vikaromadina@yandex.ru

**Keywords:** logistics, purchasing, optimization.

The article describes the points of purchasing optimization in the commercial enterprise. The main factors that affect purchasing value are identified. The author also suggests a way to improve purchasing total costs.

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ВНЕШНЕГО ДОЛГА РФ И США

© 2017 Романова Полина Владимировна

студент

© 2017 Сапожникова Ольга Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: olya7khan@list.ru

**Ключевые слова:** задолженность, внешняя задолженность, внешний долг РФ, валютная структура внешнего долга, чистая позиция по внешнему долгу.

Статья посвящена сравнительному анализу структуры внешнего долга РФ и США, а также долга центральных банков стран в структуре внешнего долга. Авторы анализируют секторальную структуру внешнего долга США и РФ за период 2008-2015 гг.

Проблема международной задолженности является одной из основных в современных экономических реалиях. Данный вопрос впервые стал предметом наблюдения еще в 80-х годах позапрошлого века, с началом "эры финансовой глобализации". Однако особый интерес представляет ситуация, сложившаяся в 2000-2010-х годах и связанная с мировым финансовым кризисом. Почва для формирования внешних долгов развитых стран (в особенности США) была заложена еще в 1970-80 годах с началом действия Ямайской валютной системы, однако, мы можем наблюдать обострение данной проблемы в настоящее время.

Как показывает практика, сравнение количественных показателей такого многокомпонентного явления, как внешняя задолженность, не является репрезентативным. Поэтому имеет место анализ ее структуры, который позволяет сравнивать несопоставимые по масштаб величины, как то внешний долг США (занимающих первое место в мире по данному показателю) и Российской Федерации (22 место).

Целью нашего исследования является сравнительный анализ структур внешних задолженностей США и России. В качестве базы для расчета коэффициентов устойчивости долга, его структурных показателей, а также для построения информационных графиков, таблиц и диаграмм используются официальные данные Всемирного банка, Международного валютного фонда, Банка России, Федерального Казначейства США, а также частных аналитических и статистических агентств.

Прежде, чем обратиться непосредственно к сопоставительному анализу, рассмотрим мировые показатели динамики внешнего долга посткризисного периода.



В период с 2008 по 2015 год уровни всемирного долга возрастали. В 2015 году отношения внешних заимствований к ВВП большинства развитых стран составляли больше соответствующих показателей 2007 года (начала ипотечного кризиса в США). За рассматриваемые 7 лет всемирный внешний долг увеличился на 57 трлн. USD, показатель отношения долга к ВВП вырос на 17 процентных пунктов<sup>1</sup>. Подобные уровни задолженности в купе с низкими темпами экономического роста создают угрозу новой фазы финансового кризиса (финансовый кризис 2008 года, сопровождавшийся кризисом ликвидности, снижением налоговых доходов, расширением государственных программ поддержки крупных компаний привел к огромному увеличению внешнего долга большинства развитых экономик)<sup>2</sup>.

В 2016 году всемирный долг составил рекордные 152 трлн. USD. Согласно результатам исследования 113 экономик мира, проведенного МВФ, отношение всемирного долга к мировому ВВП составляет 225% (что на 175 процентных пунктов выше наибольшего предусмотренного МВФ норматива для страны; для сравнения, в 2007 году данный показатель был равен 200% (рис. 1)). Долги частного сектора составляют 2/3 данной величины<sup>3</sup>.

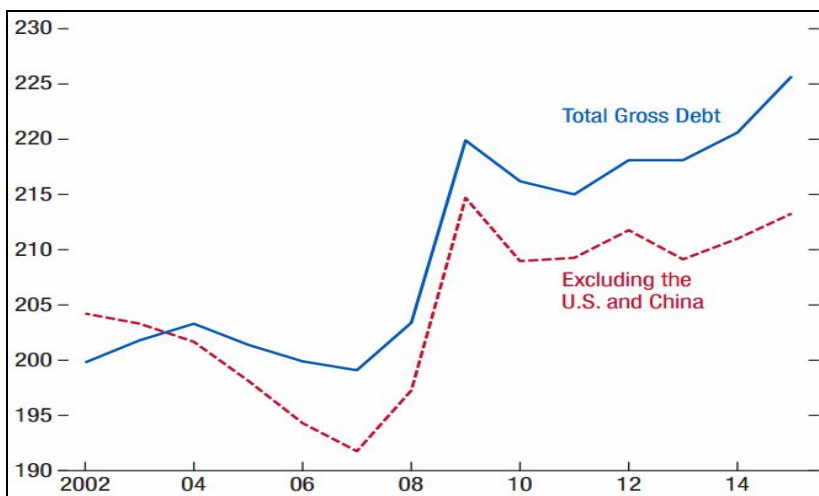


Рис. 1. Валовый всемирный долг, % к ВВП, 2002-2016 г.\*

\* Fiscal Monitor: Debt, use it wisely / World Economic and Financial Surveys. Washington, DC : International Monetary Fund, October, 2016. P. 2. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fm/2016/02/pdf/fm1602.pdf> (дата обращения: 12.03.2017).

Далее обратимся к анализу показателей размера налогового бремени и устойчивости внешнего долга Российской Федерации.

Внешний долг Российской Федерации по состоянию на 1 апреля 2017 года, по оценке Банка России, составил 529,7 млрд долларов и увели-

чился по сравнению с началом года на 16,2 млрд долларов США, или на 3,1%. Рост накопленной внешней задолженности наблюдался по всем секторам экономики и был в значительной мере обусловлен переоценкой долговых обязательств, номинированных в национальной валюте, в условиях укрепления российского рубля. Кроме того, I квартал 2017 года характеризовался увеличением долговых обязательств органов государственного управления и прочих секторов в результате операций с нерезидентами. При этом секторальная структура внешнего долга Российской Федерации не претерпела существенных изменений<sup>4</sup>.

Обратимся к анализу динамики внешнего долга РФ за 2003-2017 год (рис. 2).

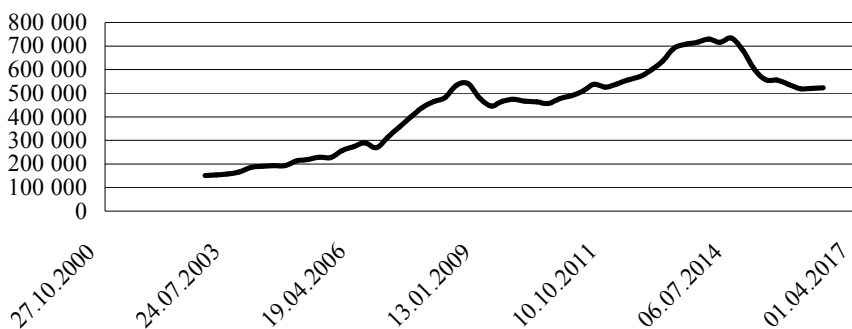


**Рис. 2. Динамика внешнего долга РФ с 01.01.2003 по 01.04.2017  
(по ежеквартальным данным), млн USD\***

\* Составлено по данным Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 11.04.2017).

На данном временном отрезке наибольшее значение (732 779 млн. USD) было зафиксировано на начало третьего квартала 2014 года, наименьшее (151 302 млн. USD) - на начало первого квартала 2003 года. Средний размер внешней задолженности за тринадцатилетний период оценивается в 443 043 млн. USD. Наивысший темп прироста внешнего долга по цепной схеме расчета наблюдается в первом квартале 2007 года (16,22%), средний темп прироста за четырнадцать лет оценивается в размере 2,49%.

По сравнению с уровнем 2003 года к 2017 году темп прироста долга составил около 246%, средний ежеквартальный темп прироста долга по отношению к уровню первого квартала 2003 года за 14 лет - 196,4%.

Далее рассмотрим динамику валютной структуры внешнего долга РФ за 2011-2016 годы (рис. 3).

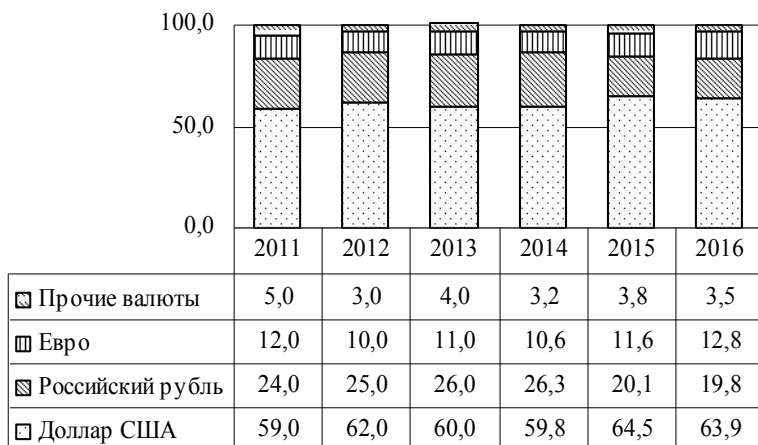


**Рис. 3. Динамика валютной структуры внешнего долга РФ за 2011-2016 гг., % от совокупного внешнего долга РФ\***

\* Составлено по данным Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 09.04.2017).

В среднем за рассматриваемый период валютная структура внешнего долга РФ имела следующий вид: 61,5% - долг в USD, 23,5% - в рублях, 11,3% - в EUR, 3,8% - в прочих валютах. Наибольшая доля долларовых заимствований (64,5%) наблюдалась в 2015 году, наименьшая (59%) - в 2011 году. По сравнению с уровнем 2011 года доля долга в долларах к 2016 году выросла на 8,31%, средний темп прироста долларового долга за пятилетний период - 1,69%.

Далее рассмотрим секторальную структуру внешнего долга РФ по состоянию на 1 октября 2016 года (рис. 4).

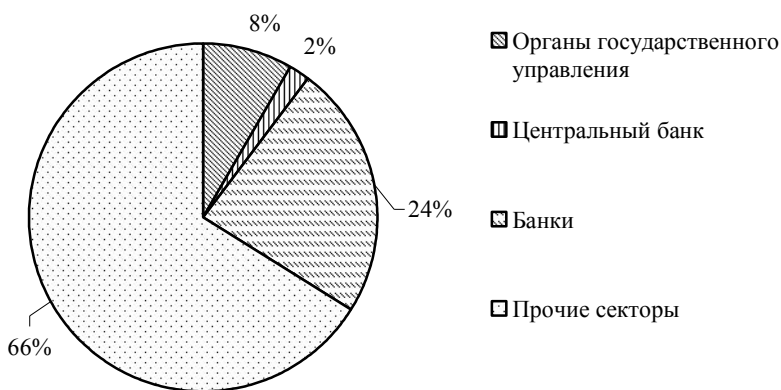


**Рис. 4. Внешний долг РФ по секторам экономики на 01.10.2016 г.\***

\* Составлено по данным Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 09.04.2017).

Доля внешнего долга Банка России в общей структуре внешнего долга РФ составляет 2% (9 980млн. USD), долги органов государственного управления (включая региональные и местные органы) - 8% (43 045 млн. USD), задолженность банковского сектора составляет чуть менее четверти совокупного внешнего долга РФ (123 586млн. USD).

Далее обратимся к анализу чистой позиции по внешнему долгу (разность между внешним долгом и внешними активами экономического субъекта) РФ на 01.10.2016 (рис. 5).

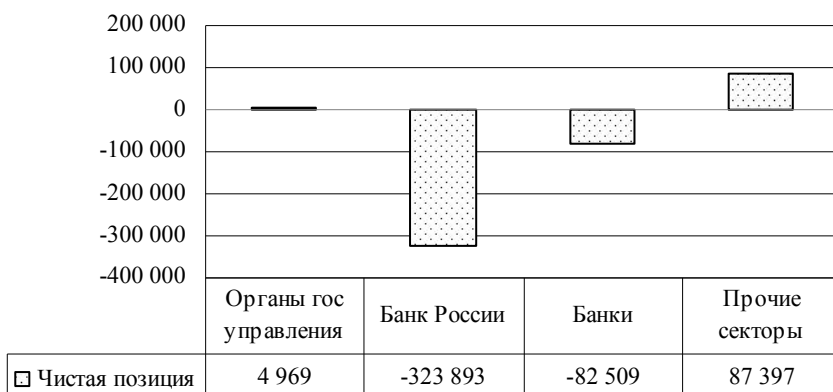


Рис. 5. Чистая позиция по внешнему долгу РФ на 01.10.2016 г., млн USD\*

\* Составлено по данным Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 09.04.2017).

Как можно заключить из данных, наибольшая доля покрытия внешней задолженности активами наблюдается у Банка России (внешний долг составляет 2,99% величины внешних активов, т.е. размер задолженности в 33,45 раза меньше размера активов), далее следует банковский сектор (его активы больше внешнего долга в 1,67 раза). Для органов государственного управления задолженность на 13% больше размера активов. Наихудшее значение показано в прочих секторах экономики - здесь внешний долг на 34% больше внешних активов.

Далее непосредственно приступим к сравнению показателей и структуры внешних задолженностей РФ и США.

Так как объемы внешних долгов России и США не сопоставимы в абсолютных величинах (внешний долг США по состоянию на 31 декабря 2016 года равен 18 325,489млрд. USD<sup>5</sup>, внешний долг РФ по состоянию на 1 января 2017 года - 513,5 млрд. USD<sup>6</sup>), имеет смысл проводить оценку и сравнение показателей устойчивости внешней задолженности, утвержденных МВФ, (в частности, отношения внешнего долга к ВВП страны), а также индикаторов, характеризующих структуру внешнего долга.

Рассмотрим секторальную структуру внешнего долга США и РФ по состоянию на 31 декабря 2016 - 1 января 2017 года (рис. 6).

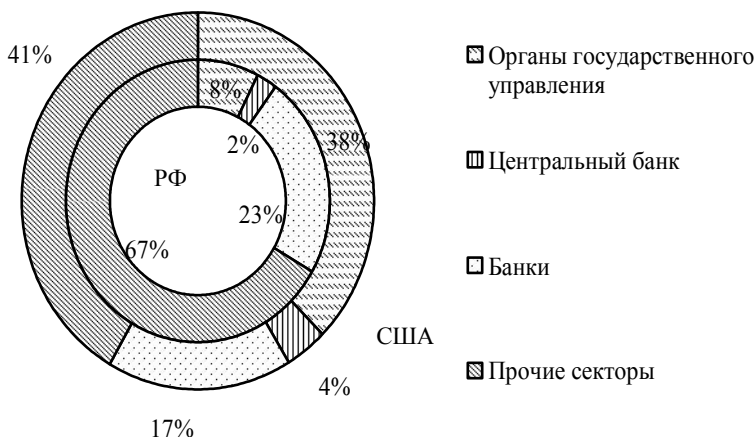


**Рис. 6. Внешний долг США и РФ по секторам экономики на конец 2016 - начало 2017 г.\***

\* Составлено по данным Банка России (URL: [http://www.cbr.ru/statistics/credit\\_statistics/meth-kom-debt.pdf](http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/meth-kom-debt.pdf)) и Федерального Казначейства США (URL: <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/tic/Pages/external-debt.aspx>) (дата обращения: 09.04.2017).

Долги центральных банков стран в структуре внешнего долга составляют сопоставимые величины: 2 и 4% для РФ и США соответственно. Основное структурное различие приходится на задолженность органов государственного управления. Доля этой задолженности для РФ в 4,6 раза меньше соответствующей доли в структуре внешнего долга США. Доли долгов банковских секторов стран также различаются в незначительной степени (23% -РФ, 17% - США). Кроме того, в значительной мере различаются доли долгов прочего сектора (включая внешние долги корпораций). Здесь данная позиция по РФ в 1,6 раза превышает соответствующую для США.

Далее рассмотрим динамику показателя устойчивости внешнего долга, рекомендованного МВФ - отношение внешнего долга к ВВП страны - в сравнении для РФ и США в период с 2004 по 2016 год (рис. 7).

В качестве базы для сравнения возьмем верхний порог норматива МВФ (внешний долг страны = 50% ее ВВП). За 12 лет максимальное значение наблюдаемого показателя составило: для США - 99,94% в 2011 году, для РФ - 42,7% в III квартале 2016 года. Минимальные значения за период - 68,05% для США (2004) и 26,54% для РФ (2011). Среднее значение отношения внешнего долга страны к ВВП за двенадцатилетний период составляет: 91,6% - для США (на 41,6 п.п. выше верхнего порогового значения МВФ), 33,5% - для РФ (на 16,5 п.п. ниже верхнего порогового значения МВФ).

Максимальное значение темпа прироста данного показателя наблюдалось в 2007 (11,88 п.п.) и в 2015 (9,68 п.п.) для США и России соответственно. Наи-

меньшее значение прироста (наибольшее значение убыли) отмечено в РФ в 2008 году (-6,7 п.п.), а в США - в 2012 году (-2,88 п.п.). Средний темп прироста отношения внешнего долга к ВВП страны составляет 2,48 п.п. для США и 0,55 п.п. для РФ.

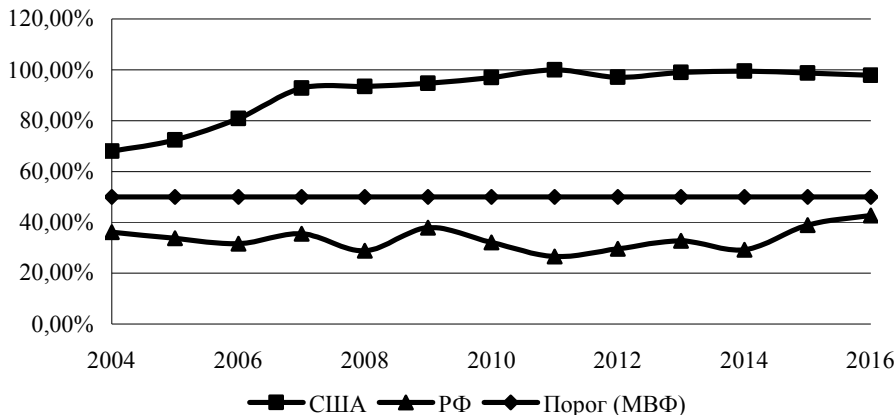


**Рис. 7. Отношение внешнего долга РФ и США к ВВП стран с 2004 по 2016 г. (III квартал)\***

\* Составлено по данным Банка России (URL: [http://www.cbr.ru/statistics/credit\\_statistics/meth-kom-debt.pdf](http://www.cbr.ru/statistics/credit_statistics/meth-kom-debt.pdf)) и Всемирного банка (URL: <http://data.worldbank.org/indicator>) (дата обращения: 10.04.2017).

Необходимо отметить, что тенденции годовой динамики данного показателя для двух стран не совпадают и/или противоположны по направлению (например, в 2011 году наблюдается наибольшее значение отношения внешнего долга к ВВП в США и наименьшее - в РФ). Поэтому, по нашему мнению, представляется возможным сделать вывод о влиянии на рассматриваемый показатель внутренних факторов государства, либо различной реакции стран на внешние эффекты в силу разницы в их отраслевой структуре.

Таким образом, в результате проведенного анализа были сделаны следующие выводы:

1) в валютной структуре внешнего долга РФ в среднем доля долларového долга за период 2011-2016 годов составляет 61,5%; по сравнению с уровнем 2011 года доля долга в долларах к 2016 году выросла на 8,31%, средний темп прироста долларového долга за пятилетний период - 1,69%;

2) основное различие в секторальных структурах внешних долгов РФ и США приходится на задолженность органов государственного управления; доля

этой задолженности для РФ в 4,6 раза меньше соответствующей доли в структуре внешнего долга США;

3) средний темп прироста отношения внешнего долга к ВВП за 2004-2016 годы для России на 1,93 п.п. ниже соответствующего показателя для США.

---

<sup>1</sup> Hatzakis E.D., Wolfe C.J. Global Debt: Challenges and Opportunities / Chief Investment Office Study. Merrill Lynch, Bank of America Corporation, 2016. URL: [https://mlaem.fs.ml.com/content/dam/ML/Articles/pdf/ML\\_Global-Debt\\_WP\\_ARNM6TMP.pdf](https://mlaem.fs.ml.com/content/dam/ML/Articles/pdf/ML_Global-Debt_WP_ARNM6TMP.pdf) (дата обращения: 10.03.2017).

<sup>2</sup> Buttiglione L., Lane P.R., Reichlin L., Reinhart V. Deleveraging? What Deleveraging? / Geneva Reports on the World Economy. International Center for Monetary and Banking Studies, 2016. URL: <http://voxeu.org/sites/default/files/image/FromMay2014/Geneva16.pdf> (дата обращения: 11.03.2017).

<sup>3</sup> Elliott L. IMF urges governments to tackle record global debt of \$152tn. URL: <https://www.theguardian.com/business/2016/oct/05/world-debt-has-hit-record-high-of-152tn-says-imf> (дата обращения: 12.03.2017).

<sup>4</sup> URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 11.04.2017).

<sup>5</sup> URL: <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/tic/Pages/external-debt.aspx> (дата обращения: 09.04.2017).

<sup>6</sup> URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 09.04.2017).

## COMPARATIVE ANALYSIS OF STRUCTURE OF EXTERNAL DEBTS OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE USA

© 2017 Romanova Polina Vladimirovna

Student

© 2017 Sapozhnikova Olga Aleksandrovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: [olya7khan@list.ru](mailto:olya7khan@list.ru)

**Keywords:** arrears, external debt, external debt of the RF, currency structure of external debt, net position on external debt.

The article is devoted to a comparative analysis of the structure of the external debt of the Russian Federation and the United States, as well as to the debts of the central banks of countries in the structure of external debt. The authors analyze the sectoral structure of the external debt of the US and RF for the period 2008-2015.

## **АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ В ЧАСТНЫХ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИКАХ**

© 2017 Сараев Александр Рудольфович

кандидат медицинских наук, доцент

© 2017 Майорская Анастасия Сергеевна

старший преподаватель

© 2017 Ирतिकеев Павел Сергеевич

студент

Самарский государственный медицинский университет

E-mail: [aleksandrsarae@yandex.ru](mailto:aleksandrsarae@yandex.ru), [as-mayorskaya@rambler.ru](mailto:as-mayorskaya@rambler.ru),

[pashkenti48@gmail.com](mailto:pashkenti48@gmail.com)

**Ключевые слова:** стоматологическая клиника, ценообразование, средняя цена.

Представлен анализ ценообразования в частных стоматологических клиниках, а также анализ цен на основные услуги клиники.

В современной медицине особо остро встает вопрос о становлении цен на медицинские услуги, особенно в частном секторе.

Актуальность выбранной темы обусловлена значимостью финансовых результатов как отдельного объекта учета, который определяет конечный результат, что позволяет нам оценить финансовую эффективность деятельности медицинской организации.

Целью исследования является изучение стоимости основных услуг лечебно-профилактического центра ООО "Елена Плюс".

1. Рассмотреть порядок становления цен в клинике ООО "Елена плюс".

2. Провести анализ цен в сравнении с конкурентами.

Объектом исследования является ценообразование стоматологическая клиника ООО "Елена плюс", основным видом деятельности которой является предоставление стоматологических услуг.

Предметом исследования является ценообразование в системе здравоохранения на примере ООО "Елена плюс".

Использованы следующие методы исследования: экономический, статистический анализ.

Рассмотрим как образуются цены на основные услуги лечебно-профилактического центра ООО "Елена Плюс".



Таблица 1

## Расчет стоимости лечения

| Кариес (С)                       |                            |                                 | Пульпит (Р)                  |                              |                               | Периодонтит (Рt)             |                              |                               | Стои-<br>мость<br>(руб.)       |
|----------------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| Поверх-<br>ност-<br>ный          | Сред-<br>ний               | Глу-<br>бокий                   | Одно-<br>ка-<br>наль-<br>ный | Двух-<br>ка-<br>наль-<br>ный | Мно-<br>гока-<br>наль-<br>ный | Одно-<br>ка-<br>наль-<br>ный | Двух-<br>ка-<br>наль-<br>ный | Мно-<br>гока-<br>наль-<br>ный |                                |
| Прием                            |                            |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 195                            |
|                                  | Аппликационная анестезия   |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 201                            |
|                                  | Инфильтрационная анестезия |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 884                            |
| Меха-<br>ниче-<br>ская<br>чистка |                            |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 50                             |
|                                  | Медицинская Обработка      |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 321                            |
| Фтори-<br>рование                |                            |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 33                             |
|                                  | Изолирующие<br>прокладки   |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 942                            |
|                                  |                            | Лечеб-<br>ные<br>Про-<br>кладки |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 448                            |
|                                  |                            |                                 | R-снимок                     |                              |                               |                              |                              |                               | 495                            |
|                                  |                            |                                 | Паста                        |                              |                               |                              |                              |                               | 119                            |
|                                  |                            |                                 | Гуттаперчивые штифты         |                              |                               |                              |                              |                               | 119                            |
|                                  |                            |                                 | Временная пломба             |                              |                               |                              |                              |                               | 321                            |
|                                  | Свет. Композит: Градия     |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               |                                |
|                                  | 1п                         | 1-2п                            | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 1816                           |
|                                  | Стекл. Цемент: Фуджи       |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               |                                |
|                                  | 1п                         | 1-2п                            | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 791                            |
|                                  | Ионозит                    |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               |                                |
|                                  | 1п                         | 1-2п                            | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 1-2п                         | 1-2п                         | 3-4п.                         | 942                            |
| Лечение                          |                            |                                 |                              |                              |                               |                              |                              |                               | 455-1880                       |
| 733                              | 367<br>7700                | 4308<br>8965                    | 4574<br>9231                 | 5945<br>10602                | 9175<br>13658                 | 7944<br>12601                | 8764<br>13421                | 11806<br>17488                | Стои-<br>мость<br>ле-<br>чения |

По данным таблицы мы можем увидеть, как формируются цены на лечение таких заболеваний, как: С - Кариес, Р - пульпит, Рt - периодонтит. Для начала в стоимость лечения каждого заболевания включаются такие процедуры, как: прием, анестезия и медицинская обработка. Дальше список услуг расширяется, и начинают появляться расхождения в лечении, в зависимости от заболевания и его тяжести.

Стоимость лечения усреднена, т.к. степень и сложность заболеваний разная, в соответствии, с чем и варьируется цена.

Со средним кариесом для лечения уже требуется анестезия, медицинская обработка и пломба. В зависимости от материала, из которого изготовлена пломба и анестезии, итоговая цена варьируется от 3600р. до 7700р.

Аналогичная ситуация и с глубоким кариесом, поэтому цены на лечение среднего кариеса не сильно отличаются от цены на лечение глубокого и составляя: от 3600р. До 7700р. и 4300р. До 8900р. Соответственно.

Лечение пульпита требует рентгеновского снимка, а так же дополнительные затраты на материалы, что значительно повышает цену услуги в сравнении с тем же кариесом. Так же сильно на цену влияет стоимость самого лечения. К примеру, цена на лечение глубокого кариеса составляет 600р. а цена на лечение пульпита начинается от 1200р.

Так же как и в любой другой услуге, представленной в таблице 1, стоимость лечения пульпита будет зависеть от качества выбранного материала и анестезии, итоговая стоимость колеблется от 3800р. до 13500р.

Стоимость лечения периодонтита так же будет зависеть от тяжести данного заболевания и начинается она от 1400р. до 1900р.

В зависимости от качества анестезии и качества сопутствующих материалов итоговая стоимость лечения периодонтита будет стоить от 4000р. До 17500р.

Итоговая цена лечения так же будет зависеть от степени и тяжести заболевания, а так же от материалов, используемых при лечении заболевания.

Далее мы проведем анализ цен на лечебные услуги в разных стоматологических клиниках г. Самара без учета обследования и материалов.

Таблица 2

### Сравнительный анализ цен на лечебные услуги в клиниках

| Наименование Услуги       | Клиники       |          |          |            |        |
|---------------------------|---------------|----------|----------|------------|--------|
|                           | Елена<br>плюс | Proident | Мега мед | Милеведент | Юрмакс |
| Кариес, в том числе:      |               |          |          |            |        |
| Поверхностный             | 510           | 1575     | 2500     | 2000       | 1050   |
| Средний                   | 1490          | 2475     |          |            |        |
| Глубокий                  | 1770          | 2825     |          |            |        |
| Пульпит, в том числе:     |               |          |          |            |        |
| Одноканальный             | 2170          | 3920     | 2500     | 3400       | 3800   |
| Двухканальный             | 2290          | 5160     | 3000     |            | 4300   |
| Трехканальный             | 2460          |          | 3500     |            | 4800   |
| Периодонтит, в том числе: |               |          |          |            |        |
| Одноканальный             | 2720          | 4530     | 3000     | 6950       | 3800   |
| Двухканальный             | 2900          | 6030     | 3500     |            | 4300   |
| Трехканальный             | 3020          |          | 4200     |            | 4800   |

Для сравнения взяты клиники города Самары, информация с официальных сайтов каждой из клиник. Все клиники имеют примерно одинаковый статус и ценовую категорию.

Исходя из данных таблицы, мы можем сделать вывод о том, что цены на одни и те же услуги сильно разнятся. Это может быть связано с разными факторами, такими как уровень профессиональной подготовки лечащих врачей, постоянные издержки, уровень которых нам не известен. Так же цены могут разниться в связи с тем, что клиники по-разному распределяют стоимость издержек на услуги.

Оценивая информацию, представленную в работе, можно сделать вывод, что клиники устанавливают цены на услуги, исходя из личных предпочтений. Это могут быть и постоянные издержки, и задолженности, и уровень престижа клиники. Так как клиники являются коммерческими организациями, а главная цель коммерческих организаций - это получение максимальной прибыли, винить их мы просто не можем.

В результате проведенного анализа можно порекомендовать определить рамки в установлении цен, так как стоматология, как часть медицины, в первую очередь, отвечает за здоровье населения.

---

1. Федеральный закон Российской Федерации от 21.11.2011 № 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" (в действ. ред.).

2. Постановление Правительства РФ от 16.04.2012 № 291 "О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково").

3. Федеральный закон от 29.11.2010 № 326-ФЗ "Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации" (в ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016).

## **THE ANALYSIS OF FORMATION OF THE COST PRICE AND PRICING FOR MEDICAL SERVICES IN PRIVATE DENTAL CLINICS**

© 2017 Saraev Aleksandr Rudolfovich  
Candidate of Medical Sciences, Associate Professor

© 2017 Mayorskaya Anastasiya Sergeevna  
Senior Lecturer

© 2017 Irtikeev Pavel Sergeevich  
Student

Samara State Medical University  
E-mail: [aleksandrsaraev@yandex.ru](mailto:aleksandrsaraev@yandex.ru), [as-mayorskaya@rambler.ru](mailto:as-mayorskaya@rambler.ru),  
[pashkenti48@gmail.com](mailto:pashkenti48@gmail.com)

**Keywords:** dental clinic, pricing, average price.

The article analyzes the work of the private dental clinics; analysis was made by prices of the main clinic services.

## ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

© 2017 Сараева Наталья Дмитриевна  
студент

© 2017 Симонова Марина Викторовна  
доктор экономических наук

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: saraeva1995@mail.ru

**Ключевые слова:** компетенция, государственный служащий, обучение, профессиональная программа, квалификация.

Статья посвящена разработке модели компетенций для работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы с целью составления индивидуальной программы обучения. Авторы рассматривают показатели в совокупности, дают их общую оценку, а также описывают их воздействие на примере Самарской Губернской Думы.

Обучение государственных служащих в системе подготовки, переподготовки и повышения квалификации должно быть основано на освоении современных достижений науки и передовой практики, на использовании современных форм и методов обучения в образовательном процессе. Развитие общественных отношений и научных знаний в современном мире настолько стремительны, что теории, взгляды, концепции, формы и методы работы, являющиеся передовыми сегодня, завтра будут в значительной степени устаревшими. А это выдвигает задачу не только непрерывного, но и опережающего обучения. Создание новой системы профессионального образования государственных служащих обусловлено, прежде всего, стратегией и содержанием происходящих в стране преобразований, в которых все более возрастает роль личностного фактора, научных знаний, профессионализма и компетентности кадров государственного аппарата. Содержание и уровень их профессиональной подготовки должны носить опережающий характер, учитывать высокий динамизм социальных процессов, задачи и трудности становления новой модели государственного управления, кадрового обеспечения государственной службы.

Изучая проблему системы обучения в данной организации, было доказано, что использование ИПР в государственных структурах является неотъемлемым элементом управления и улучшения работы персонала. С помощью данного инструмента обеспечивается значительное повышение профессиональной планки специалиста, что является важным не только для самого сотрудника, но и для

того государственного ведомства, в котором он работает. Индивидуальный план развития специалиста, представляет собой документ, в котором описываются основные цели развития и определенный перечень действий, необходимых для выполнения госслужащим.

Поэтому государственным служащим недостаточно пополнять свои профессиональные знания раз в три года. Для постоянного совершенствования и актуализации профессиональных знаний они должны иметь постоянный доступ к свежей информации на протяжении всего периода профессиональной деятельности. Для этого необходимо создание легко и постоянно доступной системы непрерывного повышения квалификации, опирающейся на разные формы обучения. То есть, в системе дополнительного профессионального необходим переход к новой образовательной парадигме, обеспечивающей постоянную адаптацию государственных служащих к новым социально-экономическим реалиям.

На примере, Думы была проанализирована численность гражданских служащих Думы, отнесенных в группу "специалисты", получивших дополнительное профессиональное образование в 2015-2016 гг.

На основании "Сведений о дополнительном профессиональном образовании федеральных государственных гражданских служащих и государственных гражданских служащих субъектов РФ" представлена численность работников, получивших дополнительное профессиональное образование за 2015-2016 гг. Проанализируем состав гражданских служащих Думы отнесенных в группу "специалисты", получившие дополнительное профессиональное образование с отрывом и без отрыва от государственной гражданской службы (чел.).

*Таблица 1*

**Состав гражданских служащих Самарской Губернской Думы  
отнесенных в группу "специалисты",  
получивших дополнительное профессиональное образование**

|                                                                                  | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>Прирост</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|----------------|
| Всего работников на конец отчетного года отнесенных в группы "специалисты"(чел.) | 120         | 121         | +1             |
| Работники, прошедшие дополнительные профессиональные программы:                  |             |             |                |
| профессиональной переподготовки (чел.)                                           | -           | -           |                |
| повышение квалификации (чел.)                                                    | 4           | 16          | +12            |
| за пределами РФ (чел.)                                                           | -           | -           |                |
| в том числе:                                                                     |             |             |                |
| с отрывом от государственной гражданской службы (чел.)                           | 3           | 16          | +13            |
| без отрыва от государственной гражданской службы (чел.)                          | 1           | -           | -1             |
| Всего работников, получивших дополнительное образование (чел.)                   | 4           | 16          | +12            |

Как видно из табл. 1 в динамике за 2015-2016 гг. доп. проф. программу без отрыва от госслужбы в 2015 году прошел один человек из трех, а в 2016 году ни одного. Таким образом, можно утверждать, что современные госслужащие должны хорошо разбираться в законодательстве, работать с большой нормативной базой, учитывать сложную систему госуправления, участвовать в разработке и реализации многих проектов, что требует постоянного обновления знаний. В силу большой загруженности, редко направляют на прохождение дополнительного профессионального образования с отрывом от службы. Исходя из этого, необходима разработка электронного обучающего курса, который даст возможность предоставить госслужащим эффективное средство обучения, которое включает в себя теоретический материал, вопросы и практические задания, исходя из оценки компетенций работника.

Учебный процесс, построенный на основе взаимного дополнения технологий традиционного и электронного обучения, предполагает замещение традиционных учебных занятий различными видами учебного взаимодействия в электронной среде.

Чтобы реализовать успешное создание индивидуальной программы обучения госслужащего необходимо оценить компетенции сотрудника.

Итак, представим оценку компетенций, работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы в отделе по гражданской службе и кадрам аппарата Думы, по разработанной методике, проводимая на основе должностной инструкции работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы и профессиональным стандарте "Специалист по управлению персоналом".

Для разработки и оценки уровня компетенций работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы были поставлены задачи:

1. Составление документов: профиль должности, квалификационная характеристика, профессиограмма работника, распределение трудовых действий по уровням компетенций;

2. Составление квалификационной характеристики работника, определяя список необходимых личностных характеристик для специалиста;

3. Проведение оценки способностей работника по пятибальной шкале;

4. Подсчет уровня компетенций работника

5. Построить портрет компетенций работника

Данная методика позволит:

- разработать модель компетенций

- установить степень соответствия специалиста занимаемой должности с учетом специфики его рабочего места и специфики организации в целом.

В соответствии с должностной инструкцией и профессиональным стандартом "Специалист по управлению персоналом" были разработаны: "Профиль должности" (табл. 2) и "Профессиограмму" (табл. 3).

**Профиль должности работника, замещающего должность  
"консультант" государственной гражданской службы**

| <b>Описание должности</b>                                                                           |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Должность                                                                                           | Консультант                                                                         |
| Орган государственной власти                                                                        | Самарская Губернская Дума                                                           |
| Структурное подразделение                                                                           | Отдел по гражданской службе и кадрам аппарата Думы                                  |
| Группа                                                                                              | Ведущая должность гражданской службы                                                |
| Категория                                                                                           | Специалист                                                                          |
| Должность непосредственного руководителя                                                            | Начальник отдела по гражданской службе и кадрам аппарата Думы                       |
| <b>Требования должности</b>                                                                         |                                                                                     |
| Требования должности                                                                                | Обязательные                                                                        |
| Образование                                                                                         | Высшее профессиональное по направлению деятельности структурного подразделения Думы |
| Стаж                                                                                                | Без предъявления                                                                    |
| Профессиональные знания                                                                             | ПК                                                                                  |
|                                                                                                     | Конституция РФ                                                                      |
|                                                                                                     | Трудовой кодекс РФ                                                                  |
|                                                                                                     | Законы Самарской области                                                            |
|                                                                                                     | Иные локальные нормативные акты Думы                                                |
|                                                                                                     | Основы правового обеспечения деятельности Думы                                      |
| <b>Результаты (KPI)</b>                                                                             |                                                                                     |
| Подготовка справочных материалов, распоряжений                                                      |                                                                                     |
| Подготовка информационных материалов                                                                |                                                                                     |
| Подготовка материалов, распоряжений                                                                 |                                                                                     |
| <b>Должностные обязанности</b>                                                                      |                                                                                     |
| Организация и обеспечение проведения конкурсов на замещение вакантных должностей гражданской службы |                                                                                     |
| Проведение аттестации государственных гражданских служащих                                          |                                                                                     |
| Осуществление ведения воинского учета                                                               |                                                                                     |
| Страхование на случай смерти и причинения вреда здоровью лиц                                        |                                                                                     |
| Оформление полисов добровольного медицинского страхования                                           |                                                                                     |
| Реализация наградной политики Самарской Губернской Думе                                             |                                                                                     |

Квалификационная характеристика работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы (Приложение 4) содержит требования к госслужащему, каждое из которых имеет свой весовой коэффициент: k-0,5 - желательное требование, k-1 - важное, k-1,5 - очень важное.

Далее в профессиограмме, отражаем наиболее реальные способности госслужащего в соответствии с требованиями должности. Данная таблица является своеобразным графиком, так как связывает все блоки "Профессиограммы" и оцениваем степень значимости по шкале от 0,5 - 1,5 баллов.

Таблица 3

**Профессиограмма. работника, замещающего должность  
"консультант" государственной гражданской службы**

| Способности работника |    |                                                                                                                               | k=1,5 | k=1 | k=0,5 |
|-----------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|-------|
| Профессиональные      | 1. | Организация и выполнение задач                                                                                                | x     |     |       |
|                       | 2. | Повышение эффективности и результативности деятельности отдела                                                                |       | x   |       |
|                       | 3. | Осведомленность в кадровой иерархии                                                                                           |       |     | x     |
|                       | 4. | Составление графика отпусков гражданского служащего на соответствующий год                                                    |       | x   |       |
|                       | 5. | Разработка распоряжения председателя Думы по вопросам кадровой работы                                                         | x     |     |       |
|                       | 6. | Подготовка совместно с непосредственным руководителем индивидуального плана профессионального развития гражданского служащего |       | x   |       |
|                       | 7. | Владение компьютерной и другой оргтехникой, а также необходимым программным обеспечением                                      |       | x   |       |
| Деловые               | 1. | Доброжелательность к людям                                                                                                    |       | x   |       |
|                       | 2. | Внимательное отношение к критике                                                                                              |       | x   |       |
|                       | 3. | Системное мышление                                                                                                            | x     |     |       |
|                       | 4. | Грамотность в оформлении документов                                                                                           | x     |     |       |
|                       | 5. | Адаптация к новой ситуации и применение новых подходов к решению поставленных задач                                           |       | x   |       |
|                       | 6. | Стремление подсказать людям их возможности                                                                                    |       | x   |       |
| Управленческие        | 1. | Ответственность за полученный результат                                                                                       |       | x   |       |
|                       | 2. | Умение эффективно решать поставленные задачи с оптимальным использованием ресурсов                                            | x     |     |       |
|                       | 3. | Принципиальность                                                                                                              |       | x   |       |
|                       | 4. | Оперативность                                                                                                                 | x     |     |       |
|                       | 5. | Готовности к использованию гибких тактик подбора людей к задачам                                                              |       | x   |       |
| Личностные            | 1. | Эффективное планирование работы и рабочего времени                                                                            |       | x   |       |
|                       | 2. | Навык публичного выступления                                                                                                  |       | x   |       |
|                       | 3. | Сотрудничество с коллегами                                                                                                    |       |     | x     |
|                       | 4. | Недопущение личностных конфликтов                                                                                             |       | x   |       |
|                       | 5. | Систематическое повышение квалификации                                                                                        | x     |     |       |

Ниже представлена модель компетенций работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы, которая состоит из 3 блоков:

- функциональные компетенции;
- управленческие компетенции;
- корпоративные компетенции.

Каждая компетенция имеет три уровня, состоящие из индикаторов в виде трудовых действий. Логично, что к каждому последующему уровню добавляются все виды работ предыдущего уровня. Взяв за основу профессиональный стандарт "Специалист по управлению персоналом" с учетом требований государственной службы и должностную инструкцию специалиста, определяем компетенции всех блоков.



Далее, взвешивая компетенции, создаем коридор допустимых значений. Где расставляем компетенции по блокам, а индикаторы в соответствии с должностью.

Следующим шагом создаем портрет компетенций специалиста и рассчитываем показатель среднего балла компетенций, его уровень и долю от максимального значения. Таким образом мы сможем проанализировать качественные показатели по каждой компетенции, исходя из всех присущих ей навыков и умений.

По представленным на ней значениям уровня компетенций определяется уровень соответствия работника требованиям должности. Если значения уровня компетенций находятся ниже минимального значения, возможного для данной компетенции, то, следовательно, что данной компетенцией работник обладает не в достаточной степени, или она совсем у него отсутствует.

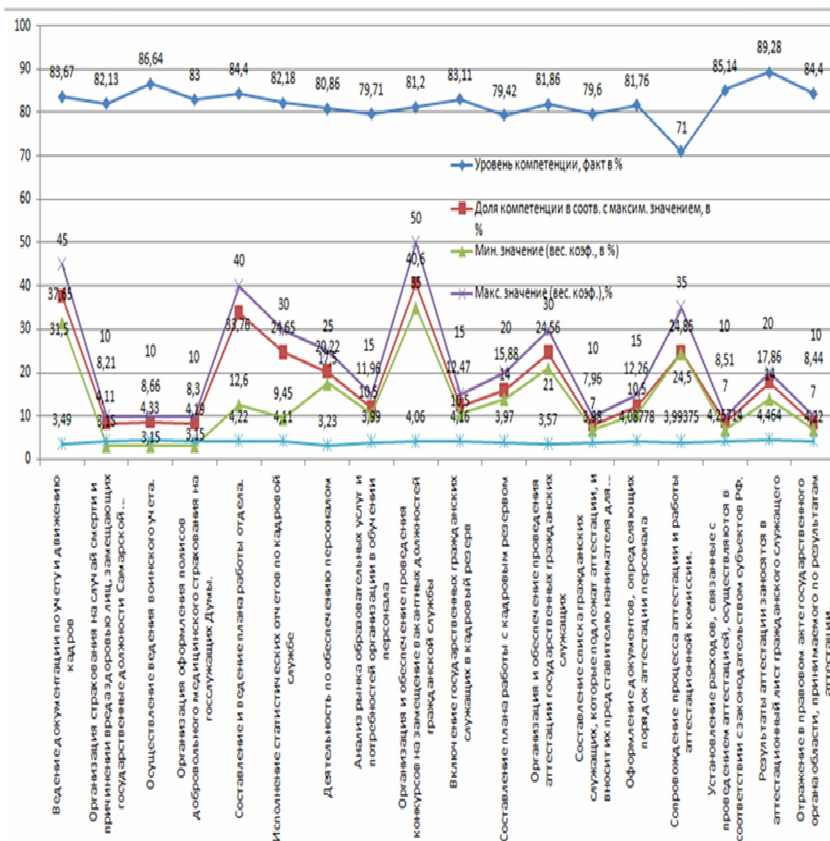


Рис. Портрет профессиональных компетенций специалиста

Исходя из данных гистограммы "Портрет компетенций работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы" (см. рисунок) становится очевидно, что у специалиста уровень индикаторов профессиональных компетенций ниже минимального допустимого значения по показателю

телям оценки: анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении персонала, составление плана работы с кадровым резервом, составление списка гражданских служащих, которые подлежат аттестации, и вносит их представителю нанимателя для принятия решения о проведении аттестации и сопровождение процесса аттестации и работы аттестационной комиссии.

После выяснения конкретных причин не преодоления некоторыми индикаторами компетенций минимального порога значений важно провести мероприятия по повышению их уровня. Для этого можно отправить работника на тренинги или курсы повышения квалификации, возможно также индивидуальный пересмотр системы стимулирования на его счет.

В конечном варианте, составляется профиль компетенций работника, замещающего должность "консультант" государственной гражданской службы, в котором указаны реальные возможности работника по сравнению с максимально возможными. Разница значений дает представление о трудовом потенциале сотрудника в данной должности.

Таким образом, рассчитав уровень компетенций специалиста, можно определить направление его развития. Учитывая, какие компетенции у работника слабо выражены, необходимо составить план действий по повышению их уровня, чтобы повысить его профессионализм. Для каждой организации несомненно важным является наличие сотрудников, которые обладают всеми необходимыми профессиональными знаниями, умениями и навыками, представленными в профессиональном стандарте специалиста.

---

1. Калужная Н.В. Разработка модели компетенций организации // Молодой ученый. 2016. № 6. С. 447-455.

2. Махмудова И.Н. Методика оценки компетенций персонала для определения соответствия профстандарту // Научное обозрение: теория и практика. 2017. № 2.

3. Ерофеев А.К., Базаров Т.Ю. Авторские технологии разработки моделей компетенций // Организационная психология. 2014. Т. 4. № 4. С. 74-92.

## **APPLICATION OF THE COMPETENCY MODEL TO DEVELOP A TRAINING PROGRAM OF THE STATE EMPLOYEE**

© 2017 Saraeva Natalya Dmitrievna  
Student

© 2017 Simonova Marina Viktorovna  
Doctor of Economics

Samara State University of Economics  
E-mail: saraeva1995@mail.ru

**Keywords:** competence, civil servant, training, professiogram, qualification.

The article is devoted to the development of a competence model for an employee who replaces the position of "consultant" of the state civil service with the purpose of drawing up an individual training program. The authors consider these indicators in a package, give their overall assessment, and describe their impact on the example of the Samara Provincial Duma.

## ВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С УЧЕТОМ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

© 2017 Сарбитова Ирина Леонидовна

студент

© 2017 Корнилова Ксения Алексеевна

студент

© 2017 Нуйкина Елена Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sarbitova\_irina\_leonidovna@mail.ru

**Ключевые слова:** экология, экономика, устойчивое развитие, математические модели, оптимальное решение.

Понятия "экология" и "экономика" рассматриваются как взаимозависимые. Выявляется несколько альтернативных вариантов построения математической модели, которые позволят достичь максимальной стадии экономического роста с учетом экологических приоритетов.

На данном этапе развития<sup>1</sup> система целей экономической деятельности включает помимо конечной цели - получение прибыли, основную цель - удовлетворение потребностей человека как элемента природы земной цивилизации, т.е. ведущей потребностью становится соблюдение эколого-экономического единства в жизнедеятельности человека. Поэтому и государство, регулирующее экономику в целом, гарантирует людям право на благоприятную окружающую среду и ставит перед собой задачу установления приемлемого режима природопользования<sup>2</sup>.

Сегодня сохранение эколого-экономического единства возможно только благодаря расчетам допустимых объемов природопользования. Данные расчеты производятся через построение математических моделей с широким спектром многомерных критериев:

| Стандартный план выработки оптимального решения<br>для рационального природопользования |          |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| 1. Формулирование цели (постановка задачи)                                              |          |  |
| 2. Сбор данных, прогноз                                                                 |          |  |
| 3. Формулирование признаков рационального природопользования                            |          |  |
| 4. Формирование множества ресурсов                                                      |          |  |
| 5. Формирование множества свойств ресурсов                                              |          |  |
| 6. Поиск альтернатив                                                                    |          |  |
| 7. Определения критерия выбора                                                          |          |  |
| Данные:                                                                                 |          |  |
| Альтернативы                                                                            | Критерии |  |
| 8. Решение (математическая модель)                                                      |          |  |
| 9. Система                                                                              |          |  |
| 10. Оценка результата                                                                   |          |  |
| 11. Выработка рекомендаций                                                              |          |  |

Решением является выбор одной стратегии<sup>3</sup> из всего объема альтернатив с учетом наиболее значимых критериев отбора.

Альтернативность присутствует не только на стадии принятия оптимального решения, но и непосредственно при выборе модели решения:

1. Модели описательного типа: типичные представители регрессионных и эмпирических установленных уравнений, отражающих количественную зависимость. Отрицательная сторона: отсутствие раскрытия механизма всей системы, изучению только некоторых процессов.

2. Модели качественного типа. Модель выражается в динамической системе, способности к воспроизводству. В соответствии с данным положением анализируются модели, изучающие механизм работы системы и ее эффекты. Использование такого вида правомерно при изучении колебательного характера изменения биомассы или образования неоднородной в пространстве структуры. Отрицательной стороной в данном случае является то, что в анализе участвует небольшое число объектов.

3. Имитационные модели конкретных экологических и эколого-экономических систем. Данный тип самый перспективный в глобальном плане, так как позволяет учитывать взаимодействие всех факторов и влияние всей информации об объекте. Становится возможным не только анализ, но и прогнозирование поведения сложных систем или решение оптимизационной задачи их эксплуатации.

Например, модель водных экосистем. Цель: оптимизация стратегии управления водными ресурсами, в том числе рыболовным промыслом. Баранов Ф.И. изобрел технику промышленного рыболовства, в основе моделирования которой коэффициенты общей смертности в виде суммы коэффициентов естественной и промысловой гибели в формуле численности рыбного стада. Еще больший вклад внес В.В. Меншуткин. Он в своей работе "Математическое моделирование популяций и сообществ водных животных" (1971) представил схему устойчивых стационарных взаимодействий в водной экосистеме как контур с обратными связями. А.А.Ляпунов разработал научную базу описания обменных процессов водных экосистем. Он подчеркивал важность для экосистем как физической (поглощение энергии света), так и биологической (образование биомассы) роли фотосинтеза.

Итак, можно сделать вывод, что применение математических моделей при решении конкретных задач по поводу ведения рационального природопользования становится необходимостью, а построенная междисциплинарная связь между экономикой, экологией и математикой говорит о прогрессивности и эволюционности такой системы взглядов

---

<sup>1</sup> Анопченко Т.Ю., Маколова Л.В. Проблема формирования механизма рационального использования ресурсов в агропромышленном комплексе с учетом экологических приоритетов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 12 (110). С. 108-112.

<sup>2</sup> Сарбитова И.Л., Кусков В.М. Экология как институциональное понятие // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными

предприятиями : межвуз. сб. науч. тр. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. Вып. 2. С. 200-205.

<sup>3</sup> Сарбитова И.Л., Кусков В.М. К вопросу о рациональном природопользовании и налогообложении предприятий // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 15-й Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Самар. гос. экон. ун-та. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2016. С. 275.

## **CONDUCTING OF ECONOMIC ACTIVITY TAKING INTO ACCOUNT OF RATIONAL ENVIRONMENTAL MANAGEMENT**

© 2017 Sarbitova Irina Leonidovna  
Student

© 2017 Kornilova Ksenia Alekseevna  
Student

© 2017 Nuykina Elena Yuryevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: sarbitova\_irina\_leonidovna@mail.ru

**Keywords:** ecology, economy, sustainable development, mathematical models, optimal solution.

The concepts "ecology" and "economy" are considered as interdependent. Several alternative options of creation of mathematical model which will allow to reach the maximum stage of economic growth taking into account of ecological priorities come to light.

УДК 338.2

## **АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОГО РЕГИОНА**

© 2017 Сацкая Екатерина Андреевна  
магистрант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: skatrin92@mail.ru

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная деятельность, Самарская область, промышленные предприятия, инвестиционные проекты, перевооружение, основные фонды.

Проведен анализ инвестиционной активности Самарского региона. Выявлены отрасли со снижающейся инвестиционной активностью. Определены основные инвестиционные проекты по перевооружению основных фондов промышленных предприятий.

В настоящее время для российской экономики как никогда актуальна тема инвестиций и инвестиционной деятельности. Это связано в первую очередь с тем, что на мировой арене стало усиливаться давление на Российскую Федерацию, что потребовало от Правительства наращивания отечественного производства и улучшения качества выпускаемой продукции. Всего этого возможно достигнуть лишь при модернизации производства и перевооружении основных фондов, которые требуют вложения капитала.

На данном этапе развития экономика исчерпала возможные варианты экстенсивного развития производства и на смену ему стали внедряться интенсивные способы, требующие инвестиций.

Как ни банально, но в первую очередь, необходимо направлять инвестиции именно в перевооружение основных фондов, так как процесс интенсивного роста износа начался в 1996 году. Наибольшая степень износа основных фондов наблюдается в таких отраслях как: транспорт и связь, электроэнергетика, добыча полезных ископаемых и другие основополагающие отрасли развития экономики. Хотя рост износа основных фондов увеличивается, наблюдается резкое падение их обновления и выбытия. Подобная тенденция приводит к падению уровня производительности труда, эффективности производства, а в конечном итоге - к ухудшению качества выпускаемой продукции<sup>1</sup>.

Переооружение основных фондов весьма капиталоемкий процесс и зачастую предприятиям не хватает собственных средств для проведения данной процедуры. Труднее приходится предприятиям, производящим редкую продукцию, или осуществляющим производство по заказам Минобороны. Как правило, такие предприятия существуют за счет федеральных средств, а соответственно, и инвестирование в их развитие происходит из государственного бюджета.

Для привлечения инвесторов извне необходимо обеспечить минимальный показатель рисков, что, к сожалению, для российских реалий является трудной задачей. Нестабильная политическая и экономическая ситуация в стране пугает потенциальных инвесторов.

Несмотря на все попытки государства повысить инвестиционную привлекательность, она продолжает снижаться как в целом по стране, так и в отдельных ее регионах. Это можно проследить по анализу инвестиционной активности Самарской области. Так, в 2016 году большую часть инвестиций (61,2%) в основной капитал составили собственные средства предприятия. На долю зарубежных инвестиций приходилось 0,6 % (около 1,2 млрд. рублей) от общего объема<sup>2</sup>. Данные показатели еще раз доказывают, что инвестиционный вклад зарубежных партнеров незначителен.

В ходе анализа МЭРИТ Самарской области было выявлено, что наибольшее снижение инвестиций наблюдается в таких областях как: энергетика, производство машин и оборудования, добыча полезных ископаемых, химическое производство и т.д.

### Анализ снижения инвестиций в некоторые виды экономической деятельности Самарской области\*

| № п/п | Вид экономической деятельности                   | Процент снижения в 2016 г. от уровня 2015 г. |
|-------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1     | Производство транспортных средств и оборудования | 39,1                                         |
| 2     | Энергетика                                       | 60,6                                         |
| 3     | Производство нефтепродуктов                      | 74                                           |
| 4     | Добыча полезных ископаемых                       | 92,6                                         |
| 5     | Химическое производство                          | 85,1                                         |
| 6     | Транспорт и связь                                | 78,4                                         |
| 7     | Торговля                                         | 73,3                                         |

\* Данные по инвестиционной деятельности в 2016 г. МЭРИТ Самарской области.

Помимо снижающихся объемов инвестирования в основные виды экономической деятельности Самарской области, наблюдались и положительные тенденции в некоторых отраслях. Так в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличились в 1,44 раза инвестиции в предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. Также наблюдался рост в производстве пищевых продуктов, производстве резиновых и пластмассовых изделий (в 1,1 раза и 1,4 раза в 2016 году по сравнению с 2015 годом соответственно).

Необходимо отметить, что значительную часть инвестиций в производство занимают средства бюджета всех уровней. Они составляют 12 % в структуре инвестиций в основной капитал по источникам финансирования по Самарской области, причем более половины из них (55%) средства федерального бюджета.

Например, в 2016 году завершилась реализация инвестиционного проекта комплексного развития производства АО "Тяжмаш". Финансирование данного проекта было произведено за счет средств Министерства промышленности и технологий Самарской области. В результате его реализации были разработаны проектно-сметные работы, закуплена часть оборудования, создано 60 новых высокопроизводительных рабочих мест, а также увеличилась выработка на 4% в нормо-часах<sup>3</sup>.

В распоряжении Правительства Самарской области от 09.04.2014 N 221-р "Об утверждении Плана создания объектов инфраструктуры в Самарской области на 2014 - 2016 годы, Перечня стратегических инвестиционных проектов Самарской области и Плана создания инвестиционных и инновационных объектов в Самарской области" планируется инвестирование средств Министерством промышленности и технологий Самарской области в размере 715 млн. рублей на увеличение производственных мощностей в рамках импортозамещения, а именно для закупки нового оборудования для нужд АО "Тяжмаш"<sup>4</sup>.

Подобная положительная тенденция в перевооружении основных фондов наблюдается не только в отношении АО "Тяжмаш". На 2017 год запланированы следующие программы по оказанию содействия в реализации<sup>5</sup>:

1) Инвестиционный проект по перевооружению и инновационному развитию ООО "Завод приборных подшипников";

2) Инвестиционный проект по запуску производства новых типов трансформаторов ЗАО "ГК "Электрощит - ТМ Самара";

3) Инвестиционные проекты по разработке продукции ООО "Тольяттинский трансформатор", ОАО "Самарский завод электромонтажных изделий" согласно отраслевых планов по импортозамещению.

4) Инвестиционный проект по строительству высокотехнологичной установки производства аммиака по технологии LindeGroup для АО "Куйбышев Азот";

5) Реконструкция агрегатов аммиака и карбамида для АО "Тольяттиазот" и др.

Таким образом, работы по перевооружению основных фондов промышленных предприятий Самарского региона набирают темпы с каждым годом. Подобные инвестиционные проекты обеспечат развитие отечественного производства во много раз. перевооружение основных фондов на данном этапе развития экономики является основной целью для реализации, так как именно оно способствует сокращению затрат на производство продукции, улучшению качества продуктов и выходу на зарубежные рынки.

---

<sup>1</sup> Матвеев Ю.В., Матвеев К.Ю. Инвестиции как источник модернизации национальной экономики // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 10 (96).

<sup>2</sup> Инвестиционная деятельность в 2016 году (по данным Министерства экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области).

<sup>3</sup> Электротехпром региона за прошлый год отгрузил продукции на 46 млрд рублей // Волжская коммуна. Пятница. 2017. 14 апр.

<sup>4</sup> Щербакова Е.Я. Инвестиционная привлекательность России и отдельных ее регионов, рассмотренная на примере Самарской области // Вестник Волж. ун-та им. В.Н. Татищева. Тольятти, 2014. Вып. 2 (31).

<sup>5</sup> О внесении изменения в распоряжение Правительства Самарской области от 09.04.2014 N 221-р "Об утверждении Плана создания объектов инфраструктуры в Самарской области на 2014 - 2016 годы, Перечня стратегических инвестиционных проектов Самарской области и Плана создания инвестиционных и инновационных объектов в Самарской области".

## ANALYSIS OF INVESTMENT ACTIVITY ON THE EXAMPLE OF THE SAMARA REGION

© 2017 Satskaya Ekaterina Andreevna

Undergraduate

Samara State University of Economics

E-mail: skatrin92@mail.ru

**Keywords:** investments, investment activity, Samara region, industrial enterprises, investment projects, re-equipping, the basic funds.

This article analyzes the investment activity of the Samara region. There were identified industries with declining investment activity. The main investment projects for re-equipping the basic funds of industrial enterprises are determined.



## СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ТРАНСПОРТНЫМ ЛОГИСТИЧЕСКИМ КОМПАНИЯМ

© 2017 Семина Виктория Юрьевна  
студент

© 2017 Тойменцева Ирина Анатольевна  
доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: svu1996\_2010@mail.ru, tia67@rambler.ru

**Ключевые слова:** логистические услуги, тахограф, транспортная компания, квалификационные требования, законодательство.

Рассмотрены основные современные требования, которые предъявляются к транспортным логистическим компаниям. Особое внимание уделяется изменениям в законодательстве, регламентирующим деятельность компаний, предоставляющих транспортные услуги, а также дается сравнительный анализ применения аналогового и цифрового тахографов.

На современном рынке транспортных услуг представлено большое количество компаний, каждая из которых заботится об успешности своей деятельности. Однако стремясь получить максимум прибыли от своей деятельности, не стоит забывать о нормативно-правовой базе, требования которой периодически могут изменяться. Транспортным компаниям, действующим на рынке логистических услуг, необходимо быстро реагировать на изменения в законодательстве, касающиеся их деятельности. В настоящий момент времени можно выделить следующие изменения:

- квалификационные требования к работникам транспортных компаний;
- требования по установке/ замене тахографов.

Изменения в квалификационных требованиях к работникам транспортных компаний были прописаны в приказе Минтранса РФ от 20.09.2015<sup>1</sup>. Данный закон затрагивает юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих перевозки автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом. В документе говорится о следующих знаниях, которыми должен обладать водитель любой категории: правила дорожного движения, основы законодательства РФ в сфере дорожного движения, основы обязательного страхования граждан, основы безопасного управления транспортным средством, порядок вызова аварийных служб, методики по оказания первой медицинской помощи. Также все водители, вне зависимости от категории должны уметь: контролировать свое эмоциональное состояние, проверять техническое состояние т/с, устранять мелкие неисправности т/с, использовать

средства тушения пожара. Помимо этого, закон устанавливает стаж работы для водителей легкового такси, теперь он составляет три года. Стаж также устанавливается для водителей, осуществляющих перевозку опасного груза и водителей, осуществляющих перевозки детей, он составляет один год. Помимо необходимого стажа водитель, осуществляющий перевозку детей, не должен быть привлечен к административной ответственности в виде лишения права управления транспортным средством или административным арестом. Все водители организации, управляющие транспортом предприятия, обязаны проходить ежегодное повышение квалификации и проверку знаний по БДД с отрывом от производства. На основании закона "Об образовательной деятельности в РФ" такое обучение может проводить только организация с лицензией на образовательную деятельность.

Закон затрагивает не только обязанности водителей. Значительные изменения внесены и по отношению к диспетчерам автомобильного и городского наземного электрического транспорта, контролерам технического состояния автотранспортных средств, специалистам, ответственным за обеспечение безопасности дорожного движения. Все вышеперечисленные сотрудники должны иметь диплом об образовании не ниже среднего по специальности, входящей в укрупненную группу 23.00.00 "Техника и технологии наземного транспорта". Если диплом специалиста не входит в данную группу, то ему необходимо предоставить документ, о прохождении переквалификации. Помимо этого диспетчер (мастер, начальник гаража) должен пройти государственную аттестацию со сдачей квалификационного экзамена в Автодорнадзоре (территориальное управление ГАДН), на право выпуска автотранспорта в рейс.

Другим серьезным моментом, на который стоит обратить внимание логистическим компаниям, является вопрос об установке/замене тахографов.

Тахограф - контрольное устройство для непрерывной регистрации пройденного пути и скорости движения, времени работы и отдыха водителя<sup>2</sup>.

Впервые закон о тахографах был введен в 2013 году, но в него были внесены некоторые поправки. В конце 2015 года Министерство транспорта Российской Федерации запретило использование аналоговых тахографов на грузовых и пассажирских транспортных средствах. Теперь транспортные компании обязаны устанавливать только цифровые тахографы.

Различие между аналоговым и цифровым тахографом состоит в способе записывания информации. В отличие от аналогового прибора, в котором данные записываются на бумажный диск, цифровой прибор производит запись данных на электронную память. Также при использовании аналогового прибора перед каждой поездкой водителю выдается бумажный диск, который он должен вручную заполнить соответствующим образом<sup>3</sup>. В случаях использования цифрового тахографа, водителю выдается одна карта на три года.

Отличие между аналоговым и цифровым тахографом состоит еще и в стоимости. Цена аналогового тахографа в среднем составляет около 15 тысяч рублей, цифровой тахограф вместе с установкой стоит около 50 тысяч рублей. Учитывая данный факт, можно сказать, что установка современных моделей

контрольных устройств требует от предприятия серьезных финансовых вложений<sup>4</sup>. Это не может не отразиться и на стоимости услуг данных компаний.

Необходимо сказать, что часть расходов, направленных на приобретение контрольных регистрирующих устройств (тахографов), можно возместить за счет средств фонда социального страхования. Расходы на приобретение устройств покрываются за счет сумм страховых взносов от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, подлежащих перечислению в ФСС России в текущем финансовом году. Сумма, направляемая страхователем на финансовое обеспечение предупредительных мер, не может превышать 20% от объема средств страховых взносов, начисленных им за предшествующий календарный год, в данной сумме не учитываются расходы на выплату обеспечения по указанному виду страхования, которые страхователь произвел страхователем в предшествующем календарном году<sup>5</sup>.

В конце 2015 года была введена система "Платон", которая обеспечивает взимание платы в счет возмещения вреда, который причиняют дорогам автомобилям массой более 12 тонн. Данная система распространяется на все дороги, имеющие федеральное значение, в РФ это 50 774 км. Все транспортные средства и их владельцы должны быть зарегистрированы в реестре системы "Платон", после чего, на каждое транспортное средство устанавливается бортовое устройство.

Бортовое устройство "Платон" - это техническое устройство, с помощью которого отслеживается маршрут движения транспортного средства с помощью технологий спутниковой навигации ГЛОНАСС и ГЛОНАСС/GPS.

После установления бортового устройства, все транспортные средства обязаны вносить плату. Законодательство разрешает уплату средств, как до начала движения, так и в порядке постоплаты. В период с 15. 11. 2015 года по 15.04.2017 года плата за 1 км. пути составляет 1, 53 руб. С 15. 04. 2017 года размер выплачиваемой суммы увеличиться до 3,06 руб. за километр.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предпринимателям, действующим на рынке транспортных услуг, необходимо постоянно отслеживать возможные изменения законодательства и своевременно реагировать на них.

---

<sup>1</sup> Приложение к приказу Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 декабря 2012 г. N 580н.

<sup>2</sup> Пункт 1 Постановления Правительства Российской Федерации от 03.08.96 N 922 // Собрание законодательства Российской Федерации. 12.08.96. N 33. Ст. 3996.

<sup>3</sup> Тойменцева И.А. Эффективная стратегия, основанная на принципах логистики, как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Проблемы развития предприятий: теория и практика : сб. материалов 11-й Междунар. науч.-практ. конф.

<sup>4</sup> Носков В.А., Носков И.В. Социально-экономические проблемы развития транспортного комплекса региона в глобальной экономике (на примере Самарской области) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 4 (114). С. 43-48.

<sup>5</sup> Тойменцева И.А., Швецова Е.В. Создание транспортно логистической системы как залог развития инфраструктуры региона // Вестник Самарского Государственного Экономического университета. 2015. № 4. С. 15-17.

## **MODERN REQUIREMENTS FOR TRANSPORT LOGISTICS COMPANIES**

© 2017 Semina Viktoria Yuryevna  
Student

© 2017 Toymentzeva Irina Anatolyevna  
Doctor of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: svu1996\_2010@mail.ru, tia67@rambler.ru

**Keywords:** logistics services, courier, transport company, eligibility requirements, legislation.

The article considers the basic modern requirements that apply to transport logistics companies. Special attention is given to changes in legislation regulating the activities of companies providing transport services, as well as a comparative analysis of the use of analogue and digital tachographs.

УДК 338

## **ВЛИЯНИЕ ЭКСПОРТНЫХ ПОСТАВОК НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

© 2017 Сидорова Валерия Викторовна  
аспирант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: d.valeriyaviktorovna@mail.ru

**Ключевые слова:** устойчивость предприятия, стабильное развитие, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, внешнеэкономическая деятельность, экспорт.

Статья посвящена анализу влияния экспортной деятельности на экономическую устойчивость промышленных предприятий. Представлен общий алгоритм осуществления экспортной деятельности. Рассмотрены преимущества и недостатки ведения внешнеэкономической деятельности на предприятии.

В условиях нынешней экономики основой стабильного развития промышленного предприятия является четко сформулированный стратегический план действий, который составлен с учетом предъявляемых требований потребителей в области качества продукции, а также с учетом объемов потребления. На сегодняшний день на рынке промышленной продукции наблюдается переизбы-

ток предложения, что обуславливает высокий уровень конкуренции среди отечественных производителей. В данной ситуации наилучшим и наиболее эффективным сценарием достижения предполагаемых объемов продаж является выход отечественных производителей на внешний рынок.

Попытки определить влияние торговли на внешнем рынке были предприняты еще меркантилистами, яркими представителями являются Т. Мэн, А. Монкретьен. Принципы определения выгоды от экспорта сформулированы А. Смитом, также влияние экспортной деятельности рассматривали Д. Рикардо и Дж. С. Милль.

Исследованием факторов, влияющих на успешную торговлю на внешнем рынке, занимались: С. Дадаленко, П.В. Манин, Н.А. Невская, Д. Фоменко и др.

Обзор научной литературы позволил выделить ряд факторов<sup>1</sup>, которые непосредственно влияют на работу в сфере экспортной деятельности:

Факторы внешней среды: экономические; политико-правовые; социально-культурные; природно-климатические.

Факторы внутренней среды: состав и квалификация персонала; используемые технологии; качество продукции; инновационная политика предприятия.

Предложены авторские факторы, которыми можно дополнить ранее разработанные факторы внутренней среды: подробный анализ рынков сбыта конкурентов; наличие определенной структуры поставщиков услуг, оказываемых в сфере оформления разрешительных документов, сертификатов и лицензий.

Экспортная деятельность является влиятельным направлением в России, так как значительная часть федерального бюджета формируется посредством поступлений таможенных платежей от внешнеэкономической деятельности предприятий. Так, согласно данным Федеральной Таможенной Службы России<sup>2</sup>, по состоянию на 30 декабря 2015 года сумма доходов, администрируемых таможенными органами и учтенная по доходным статьям федерального бюджета от внешнеэкономической деятельности, составила 4 910,7 млрд рублей. Данная сумма превышает запланированную на 2015 год сумму денежных средств (4,88 млрд рублей), более, чем на 30,3 млрд рублей.

Сумма доходов, администрируемых таможенными органами составила:

- от экспортных операций - 2 766,9 млрд рублей;
- от импортных операций - 2 174,0 млрд рублей;
- иные платежи - -30,2 млрд рублей.

К ведущим партнерам России среди государств дальнего зарубежья можно причислить Нидерланды, Германию, Италию, Китай, Турцию, США, Польшу и ряд других стран. Особое место занимает Европейский союз как крупнейший экономический партнер, на его долю в общем объеме товарооборота Российской Федерации в январе-июле 2015 г. приходилось 46%<sup>3</sup>.

Внешеэкономическая деятельность - сложный процесс, который требует особого внимания и контроля. Комплекс мер по обеспечению установленного государством порядка осуществления внешнеэкономической деятельности в отношении определенной группы контролируемых товаров и технологий назы-

вается экспортным контролем. В соответствии с международными договоренностями разрабатываются международные списки контролируемой продукции и руководящие принципы осуществления экспорта такой продукции. В настоящее время в России действует уполномоченный федеральный орган исполнительной власти в области экспортного контроля - Федеральная служба по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК России).

Для выхода на внешний рынок необходимо провести серьезную подготовительную работу. Анализируются ведущие отраслевые участники рынка, их цены, сервисные предложения, используемое оборудование и уровень качества продукции, а также анализируются рынки сбыта конкурентов. Результатом проведенных исследований является предварительное заключение о перспективах развития предприятия на внешнем рынке. Помимо кропотливой работы анализа деятельности конкурентов, оцениваются финансовые возможности промышленного предприятия, так как для организации экспортной деятельности требуются первоначальные инвестиции, связанные с продвижением предприятия на международных площадках, с внедрением и созданием мощного иностранного Интернет-ресурса, с участием на выставках, а также с наймом дополнительного персонала, владеющего иностранными языками. Необходимо подготовить проекты контрактов, которые будут предложены контрагентам для заключения, шаблоны упаковочных листов, инвойсов и других документов. Важно знать, если сумма сделки превышает 50 000 долларов США, то необходимо оформить паспорт сделки. Также необходимо заранее просчитать ориентировочные цены на продукцию, в которые будут заложены затраты на упаковку, страхование груза, разрешения и лицензии на вывоз товара, таможенные платежи, транспортные расходы и расходы, связанные с оформлением сертификатов происхождения товара.

Все вышеперечисленные трудности, с которыми сталкивается предприятие, принявшее решение заниматься экспортными поставками, помогают выйти предприятию на принципиально новый высокий уровень.

Однозначными преимуществами экспортной деятельности являются: расширение рынков сбыта, снижение зависимости предприятия от внутренней структуры рынка, то есть реализация товаров на экспорт снижает риски зависимости от сезонных факторов, а также от внутренней экономической ситуации. Промышленное предприятие перестает снижать объем производства в зависимости от времени года, появляется стабильность работы, что непосредственно влияет на устойчивое развитие и стабильный доход предприятия. В период устойчивого состояния предприятие наиболее полно реализует свои интересы на всех типах рынков, что дает возможность осуществления и воспроизведения основных видов деятельности<sup>4</sup>.

В условиях нестабильности курса валюты выгодно работать с зарубежными контрагентами, так как, чаще всего, расчеты производятся в долларах США.

Яркое подтверждение этому событию 2014 года, так, согласно данным ЦБ РФ на 01.01.2014 г. курс доллара США составил 32,6587 рубля, а на 31.12.2014 г. - 56,2584 рублей<sup>5</sup>. Таким образом, за один год курс доллара вырос практически в 2 раза, многие предприятия стали банкротиться и прекращать свою деятельность, однако предприятия, которые занимались экспортной деятельностью и вели расчеты в иностранной валюте, наоборот развивали свое производство и расширялись.

Помимо уже перечисленных преимуществ необходимо также отметить, что выход на мировой рынок увеличивает конкурентоспособность предприятия на глобальном уровне, сотрудничество с иностранными контрагентами открывает альтернативные пути ведения бизнеса, появляется возможность разработки инновационных продуктов, еще не освоенных на внутреннем рынке.

---

<sup>1</sup> Экономика предприятия : учеб. для вузов / под ред. В.М. Семенова. 5-е изд. СПб. : Питер, 2016.

<sup>2</sup> URL: [www.customs.ru](http://www.customs.ru).

<sup>3</sup> Иванова С.А. Внешнеэкономическая деятельность Российской Федерации в условиях новой экономической ситуации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9 (131).

<sup>4</sup> Черняева О.А. Экономический механизм управления устойчивостью функционирования предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 8 (46).

<sup>5</sup> URL: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru).

## IMPACT OF EXPORT SUPPLIES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

© 2017 Sidorova Valeriya Viktorovna

Postgraduate

Samara State University of Economics

E-mail: [d.valeriyaviktorovna@mail.ru](mailto:d.valeriyaviktorovna@mail.ru)

**Keywords:** stability of the enterprise, stable development, environmental factors, factors of the internal environment, foreign economic activity, exports.

The article is devoted to the analysis of the influence of export activity on the economic sustainability of industrial enterprises. A general algorithm for the implementation of export activities is presented. The advantages and disadvantages of conducting external economic activities at the enterprise are considered.

## РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СТАНДАРТОВ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ НА ОСНОВЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

© 2017 Скобкин Сергей Сергеевич  
доктор экономических наук, профессор

© 2017 Белавина Яна Андреевна  
аспирант

© 2017 Калита Глеб Вадимович  
аспирант

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва  
E-mail: skobkin.s@yandex.ru, belavina.ya@gmail.com, gkalita92@mail.ru

**Ключевые слова:** бизнес-процессы, конкурентоспособность, стратегия, эффективность управления, бизнес-модель, система менеджмента качества.

Проектирование стратегии развития на предприятиях индустрии гостеприимства имеет важное значение для формирования их конкурентных преимуществ и устойчивого долгосрочного развития. Современные подходы к оптимизации работы гостиничных предприятий позволяют использовать широкий выбор средств, с помощью которых возможно достижение ключевых критериев эффективности предприятий.

В сложившейся ситуации одним из необходимых условий для формирования положительной динамики развития туристической сферы в РФ, на наш взгляд, является разработка и внедрение системы менеджмента качества (СМК) на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

СМК, на наш взгляд, выполняет ряд важных функций, каждая из которых имеет конечной целью удовлетворение потребностей клиента, среди них:

- является составным элементом бизнес стратегии предприятия;
- является средством повышения доходов;
- обеспечивает процесс реализации продуктов/услуг;
- служит инструментом формирования новых продуктов/услуг;
- служит инструментом организации рабочего времени;
- обеспечивает послепродажное обслуживание<sup>1</sup>.

Как составляющая бизнес стратегии, задачей СМК является объединение всех аспектов бизнеса, критериальный, системный характер, позволяющий использовать все имеющиеся ресурсы предприятия для гармонизации своего развития. На наш взгляд, выбор той или иной бизнес модели означает определение в широком смысле способа развития, конкуренции, а в узком - способ формирования стоимости бизнеса для его владельцев.



Процедура создания бизнес-модели для предприятия индустрии гостеприимства представлена на рис. 1.



*Рис. 1. Процесс создания бизнес-модели*

Одной из тенденций развития гостиничного бизнеса в современных условиях является расширение сектора бюджетных гостиниц. Во многом процесс объясняется способностью таких объектов размещения более гибко реагировать на изменения конъюнктуры и необходимостью в меньших объемах капитальных затрат<sup>2</sup>.

В рамках проектирования бизнес-модели для бюджетного отеля предлагаются следующие действия:

- системно закрепляются хозяйственные процессы, рабочие процедуры, технологии и способы их применения.
- определяются функции персонала, должностные инструкции, система мотивации, разрабатываются программы подготовки и переподготовки специалистов.
- внедряются информационные системы, необходимые для функционирования бизнес-процессов, соответствующее оборудование, программное обеспечение.
- сформированная модель тестируется, после чего готовится к полномасштабному запуску<sup>3</sup>.

Соответствующая модель предлагается в рамках текущего исследования, ее иллюстрация приведена рис. 2.

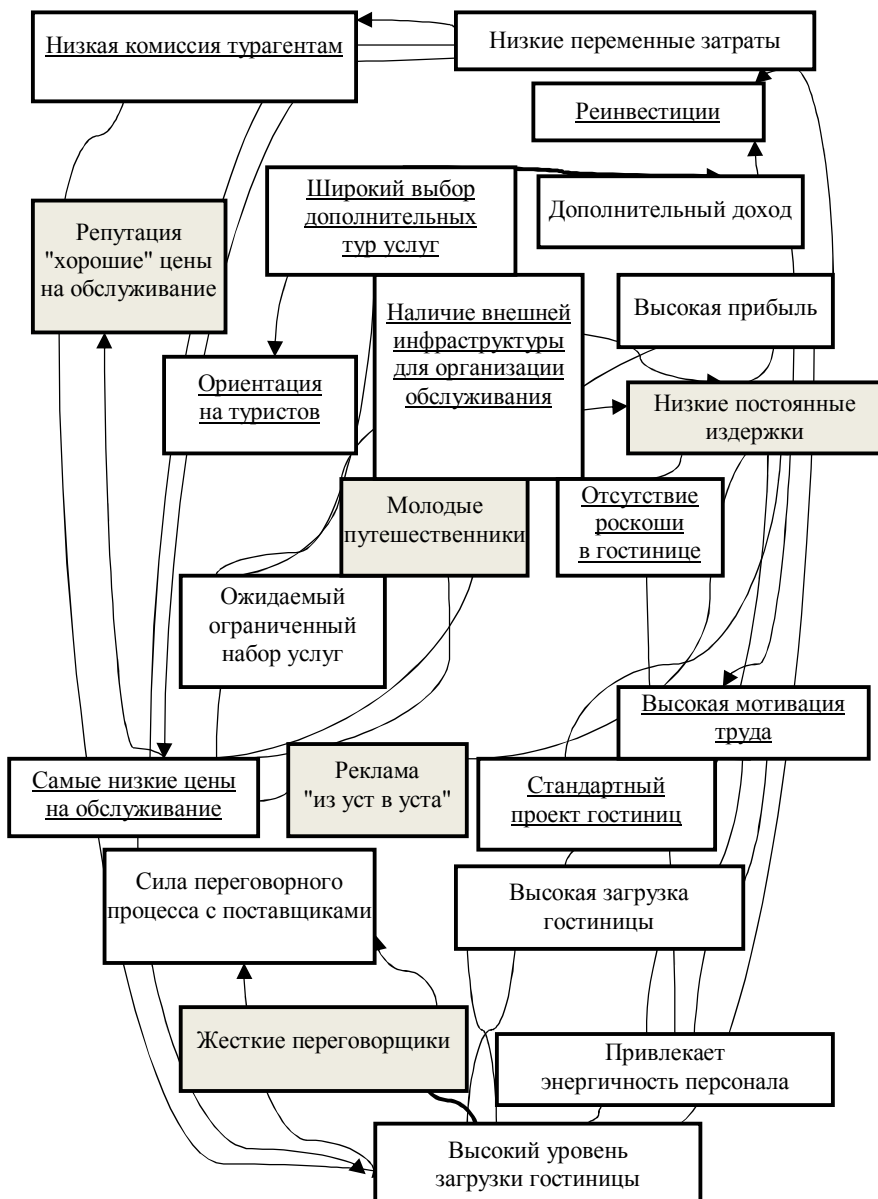


Рис. 2. Бизнес-модель бюджетной гостиничной сети

Ожидаемыми результатами от выбора данной модели являются следующие:

- ограниченный набор услуг - низкие издержки;
- самые низкие цены на номера - большой объем продаж;
- низкая комиссия турагентам - низкая цена поездки;
- стандартный проект гостиниц сети - рыночная власть над поставщиками;
- все клиенты обслуживаются одинаково - экономия на масштабе предоставления услуг;
- мощные стимулы - привлекают единую команду;
- ограниченный набор в цене предоставляемых услуг - быстрый оборот производственного цикла обслуживания;
- большой выбор туристических услуг за дополнительную плату на условиях аутсорсинга - дополнительный доход;

Предложенная бизнес-модель, имеет замкнутые циклы, которые усиливают эффект некоторых компонентов при каждом повторении.

При этом, эффект может быть как положительным, так и отрицательным, если процесс был прерван или отменен.

Модель предлагаемой стратегии развития гостиничной сети представлена на рис. 3.



**Рис. 3. Стратегия развития гостиничной сети**

Приведенная выше модель дает достаточно четкое представление о стратегических целях компании на различных этапах ее развития. Важно отметить,

что переход к следующему уровню возможен только в том случае, если преодолен предыдущий. При этом, каждая стадия также предполагает наличие целого портфеля стратегий, которые могут быть использованы для достижения зафиксированных стратегических индикаторов развития<sup>4</sup>.

Представленная модель помогает систематизировать деятельность организации в долгосрочной перспективе, дифференцировать стратегии на несколько подуровней, применять аналитические инструменты оптимизации стратегии в целом.

Наличие ясности в вопросах стратегического целеполагания, а также разветвленная сеть подуровней стратегических тактик и инструментов позволяет достоверно определить необходимость реорганизации отдельных хозяйственных процессов в организации.

Уже после осуществления анализа эффективности бизнес-процессов начинается создание обеспечивающих подсистем, задачей которых является поддержание функционирования всей системы жизнедеятельности компании<sup>5</sup>.

Создавая новую информационную систему, необходимо уделить внимание формированию и наполнению баз данных, установке коммуникационных модулей, оборудования, программного обеспечения. Ниже представлен процесс проверки счетов за проживание в отеле (рис. 4).

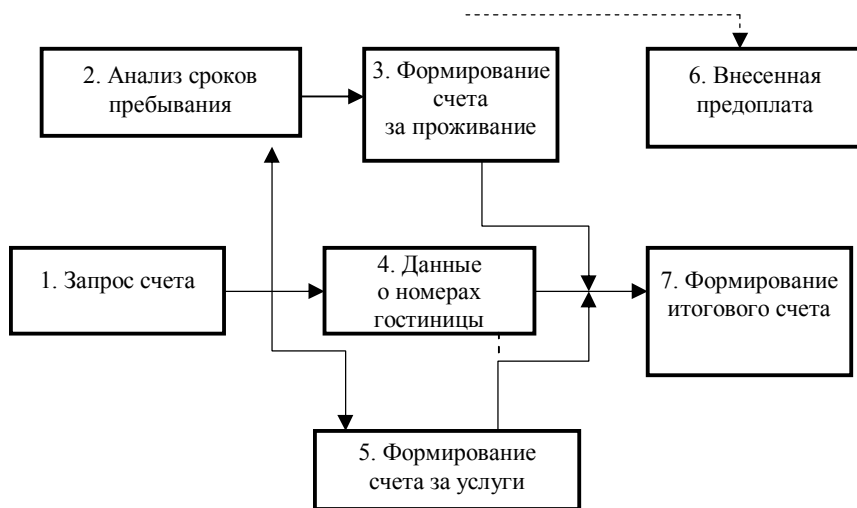


Рис. 4. Информационный поток проверки счетов за проживание в гостинице

Системность подхода в координации деятельности подразделения имеет, по нашему мнению, значительный потенциал. В данном примере представлены основные операционные задачи сотрудника или группы работников, которые необходимо реализовать для наиболее рационального выполнения существующей цели - формирование счета. При этом, в данном контексте могут быть реализованы, в частности, оптимизационные действия практически для каждого элемента процесса. Автоматизация элементов как всего процесса в целом, может быть эффективно реализована при наличии четкой системы задач и алгоритма их реализации.

В рамках бизнес модели также предполагается обновление структуры организационно-экономической системы предприятия, в частности, обновление должностных инструкций, программ повышения квалификации, документооборота.

На заключительном этапе проект бизнес процессов проходит проверку комиссией, в составе которой могут быть лица принимающие решения и менеджеры процессов. Кроме этого, возможно привлечение группы независимых экспертов для проведения инспекционных действий. Реализация проекта проходит в несколько этапов, строго в соответствии с приоритетами, установленными на этапе идентификации бизнес-процессов<sup>6</sup>.

Как и в других случаях, привнесения программы важен элемент тестирования полученных результатов от ее использования, корректировка механизмов модели, объективность данных, при помощи которых можно принимать управленческое решение.

---

<sup>1</sup> Скобкин С.С., Белавина Я.А., Калита Г.В. Система менеджмента качества для предприятий индустрии гостеприимства : монография. Казань, 2016.

<sup>2</sup> Ковалева Н.И., Никольская Е.Ю. Повышение качества гостиничных услуг на предприятиях индустрии гостеприимства // Научный вестник МГИИТ. 2015. № 3.

<sup>3</sup> Скобкин С.С. Повышение эффективности деятельности предприятий гостиничного хозяйства : дис. ... канд. экон. наук. М., 2002.

<sup>4</sup> Скобкин С.С. Economic strategy of the hospitality industry development in the Russian Federation: methodology and practice // European Journal of Tourism Research. 2014. Vol. 8.

<sup>5</sup> Маршева А.И., Попов Л.А. Роль корпоративной культуры в системе менеджмента качества гостиничного предприятия // Актуальные проблема индустрии гостеприимства и туризма. М. : Аэтерна, 2016.

<sup>6</sup> Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице : учеб. пособие. М. : Магистр, 2008.

## **DEVELOPMENT OF CORPORATE STANDARDS FOR HOTEL CHAINS PROVIDED ON A GROWTH STRATEGY BASIS**

© 2017 Skobkin Sergey Sergeevich

Doctor of Economics, Professor

© 2017 Belavina Yana Andreevna

Postgraduate

© 2017 Kalita Gleb Vadimovich

Postgraduate

Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov, Moscow  
E-mail: skobkin.s@yandex.ru, belavina.ya@gmail.com, gkalita92@mail.ru

**Keywords:** business processes, competitiveness, strategy, management effectiveness, business model, quality management system.

Working out of a growth strategy for hotels is a significant part of an overall conditions in competitiveness and ability for sustainable long-term development. Modern approaches and techniques provide an opportunity to implement a wide range of tactics which are performed to achieve key results in operative effectiveness of the hospitality enterprises.

## ПРОБЛЕМЫ ГАРМОНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ УЧЕТА

© 2017 Солуянов Кирилл Олегович  
студент

© 2017 Хвостенко Олег Александрович  
кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: cayenne73@yandex.ru

**Ключевые слова:** бюджетирование, МСФО, корпоративные финансы, стандарты учета, система планирования ресурсов, ЦФО, стратегия корпорации, центры затрат, центры прибылей, бизнес-направление, бизнес-процесс.

Статья посвящена анализу понятия бюджетирования как отдельного бизнес-процесса в системе корпоративных финансов, получившего дальнейшее развитие в рамках перехода на международные стандарты учета.

Задачи построения эффективных внутрикорпоративных систем бюджетирования и финансового контроля, ориентированных на достижение стратегических целей, в настоящее время очень актуальны. В современных непростых экономических условиях в нашей стране, первостепенную важность приобретает фактор конкурентоспособности, который во многом зависит от эффективности бизнес-процессов в компаниях, таких процессов как: планирование, бюджетирование, финансовый контроль. Особое внимание данным процессам должно быть уделено в том числе и по причине широкомасштабного и практического повсеместного перехода на международные стандарты учета.

Одним из важных и наиболее заметных преобразований процесса бюджетирования в рамках положений международных стандартов финансовой отчетности является формирование специфичной финансовой структуры на основе центров финансовой ответственности (ЦФО), а сама финансовая структура обязательно соответствует стратегии компании. Таким образом, формирование стратегии, определение целей компании и исполнение бизнес-планов увязывается напрямую с бюджетированием, с которого, собственно и начинаются управленческие решения.

При этом необходимо отметить, что большинство российских компаний и корпораций пока еще отстает от своих зарубежных конкурентов по уровню эффективности бюджетных процессов. Практически все российские организации до недавнего времени работали в условиях открытого рынка, и устаревшая организация финансовых процессов грозила им проигрышем конкурентной борьбы. В данный момент ситуация несколько изменилась, вопрос конкуренции

отошел на второй план, однако сейчас поиск дополнительных резервов развития в условно-закрытой отечественной экономики стал как никогда актуален.

Одной из наиболее острых проблем системы бюджетирования в российских компаниях на данный момент можно назвать слабость связей между стратегией развития организации и ее бюджетом. Как правило, стратегия компании, предполагающая решение долгосрочных задач, по факту никак не привязана к текущему бюджету, горизонт целей которого ограничивается одним-двумя годами. Причиной такого положения дел является то обстоятельство, что в методических документах (положениях, регламентах) компаний касающихся вопросов практики бюджетирования, алгоритмы стратегического и текущего бюджетирования обычно не увязаны друг с другом.

Как следствие, традиционные методы бюджетирования не способны в полной мере обеспечить максимальное управленческое воздействие, поскольку алгоритмы достижения долгосрочных и краткосрочных целей могут действовать разнонаправленно.

Необходимо подчеркнуть, что бюджетирование - это прежде всего управленческая технология, используемая для обоснования принимаемых управленческих решений. Но это также процесс составления бизнес-планов и оценка их исполнения с последующей корректировкой как самих планов, так и, возможно, поставленных целей. Поэтому повышение эффективности деятельности компаний требует разработки и внедрения таких технологий финансового менеджмента, которые обеспечат интеграцию стратегического и текущего бюджетирования. Основным направлением этих обновленных бизнес-процессов должна стать четкая взаимная увязка текущих расходов со стратегическими целями развития компании. Такую возможность развития методологии бюджетирования в компаниях может дать работа по принципам положений МСФО. Таким образом, разработка системы согласования стратегического и операционного управления на основе системы бюджетирования является в настоящее время актуальной задачей для российских компаний. Особое значение данный процесс приобретает в рамках перехода на МСФО.

В терминологии, используемой в современных зарубежных корпорациях (большинство из которых работает по международным стандартам учета) четко разграничены понятия планирования и программы действий, бюджета и бюджетирования. Под планированием здесь обычно понимается процесс постановки целей и разработка стратегий по их достижению. А программа действий включает в себя описание комплекса мероприятий по реализации выбранных стратегий. Под бюджетом понимается финансовое выражение включенных в план целей, стратегий и мероприятий, финансовые сметы, графики расходов и платежей, а также, что немаловажно, дополняется прогнозами финансовых результатов запланированных программ, оценками ресурсов и затрат, необходимых для достижения поставленных целей. Это также является особенностью бюджетирования в рамках положений международных стандартов учета<sup>1</sup>.

Основные функции такой системы бюджетирования мало отличаются от традиционных систем, однако сформулированы несколько по-иному:

- постановка плановых финансово-экономических целей и задач, в том числе с использованием стратегического планирования;
- контроль выполнения плановых целей посредством своевременного сопоставления запланированных и фактических результатов;
- оптимальное и своевременное управление финансовыми ресурсами;
- анализ причин, вызвавших отклонение и оперативная корректировка планов.

Основные факторы, влияющие на систему бюджетирования должны изучаться индивидуально. Даже если не брать во внимание различия между условиями ведения бизнеса в России и за рубежом, в каждой конкретной корпорации система бюджетирования организована по-своему. Тем не менее, до определенного уровня общая схема разработки и внедрения системы бюджетирования может быть идентичной для самых разных компаний (как и для самых разных стран). Здесь, вероятнее всего, наиболее значимым фактором станет именно отраслевая принадлежность компании. Однако результат применения данной технологии будет различаться, поскольку разные компании используют неодинаковые финансовые модели.

При разработке финансовой модели бюджетирования в рамках подхода по МСФО удастся наиболее гармонично учесть основные ограничивающие факторы, влияющие на бизнес компании. У разных бизнес-направлений корпораций наборы ограничивающих факторов могут существенно различаться. Например если развитие бизнеса компаний ограничивается емкостью рынка, то расчет бюджета начинается именно с бюджета продаж. Это строгий подход. Если сложилась ситуация, когда объем продукции компании продается, но производственные мощности недогружены ввиду нехватки сырья, то расчет бюджета должен начинаться с бюджета снабжения. Отсюда следует, что во-первых, финансовая модель бюджетирования может строиться отдельно по каждому бизнес-направлению, во-вторых, финансовая модель бюджетирования при изменении ситуации с ограничивающими факторами должна мгновенно обновляться.

Стратегическое планирование, характерное для традиционного бюджетирования, включает в себя разработку как долгосрочных, так и среднесрочных планов развития бизнеса. Возможные изменения в стратегической ориентации компании всегда связаны с перераспределением капитальных ресурсов и бюджетов между подразделениями. Несогласованность стратегических планов с бюджетированием не позволит оценить выполнимость выбранной программы действий, так как в этом случае сложно будет определить, имеет ли компания необходимые для реализации выбранной стратегии ресурсы, какие ограничивающие факторы могут помешать достижению поставленных целей и тд.

В качестве примера организации современной системы бюджетирования в рамках стандартов МСФО кратко рассмотрим практику бюджетирования в наиболее частой и прогрессивной форме крупной корпорации в России - группе компаний. Как правило, в группу компаний входит ряд независимых юридических лиц (дочерних компаний), которые различаются по направлениям бизнеса и стратегиям.



На групповом уровне в корпорациях все чаще используется такая система планирования ресурсов (ERP), как SAP. Enterprise Resource Planning (ERP) system: комплекс программ для управления ресурсами компании, в который включаются разные подмодули по разным назначениям. Все дочерние компании связаны с SAP с целью осуществления учета, бюджетирования и финансового контроля как на групповом уровне, так и на уровне отдельной компании. Однако структура подмодулей SAP каждой компании отличается друг от друга в соответствии с функциями и бизнес-направлениями. Каждая компания осуществляет планирование и бюджетирование используя данные, получаемые при помощи своей собственной системы SAP. Система связана с материнской компанией. После каждого закрытия бухгалтерского баланса все дочерние компании (в т.ч. из разных стран при наличии таковых) отправляют через эту систему финансовые данные в определенной форме в базу данных материнской компании для консолидации бюджета (отчетности) группы по международным стандартам.

Решая собственные функциональные задачи, каждая компания в группе продвигается к своей индивидуальной цели. Соответственно, структура системы бюджетирования у каждой компании индивидуальна. Компания из группы, которая занимается продажами, ориентируется на их максимизацию. Основными ограничивающими факторами бюджетирования для нее является уровень продаж, поэтому основанием для планирования уровня расходов центров затрат (cost centers) являются данные центров прибылей (profit centers). Отсюда можно сделать вывод, что в процессе бюджетирования сбыта уровень бюджета продаж в центрах прибылей определяет уровень бюджета расходов в центрах затрат.

Главной задачей компании из группы, производящей продукцию, является минимизация ее себестоимости. Данные о производственных затратах, которые собираются через модуль контроля учета затрат (cost control module), становятся основанием для общего бюджетирования. После определения бюджета затрат можно рассчитывать рациональный уровень маржи (рентабельности), который будет являться основанием для бюджета прибылей.

Таким образом, структура систем бюджетирования может существенно отличаться друг от друга не только в разных компаниях, но и даже в компаниях, входящих в группу, исходя из различий в функциях, задачах и управленческих структурах. Основным консолидирующим фактором, очевидно, является бюджетированием в рамках МСФО.

Иными словами, в современных условиях бюджетирование в рамках принципов МСФО осуществляется с учетом следующих факторов:

- стратегические цели развития компании;
- функциональные и финансовые цели компании;
- существующие ограничения;
- структура финансовой системы компании.

Управление бизнесом на основе традиционного бюджетирования на практике зачастую создает ограничения, прежде всего, для финансового и стратегического контроля. Главные недостатки системы традиционного бюджетирования заключаются в следующем:

1) Традиционное бюджетное планирование статично, не обеспечивается обратной связью, затрудняет внесение изменений. По статистике, подавляющее большинство российских компаний предпочитает в течении года не вносить изменений и поправок в принятый бюджет.

2) Традиционное бюджетирование часто приводит к неэффективному принятию управленческих решений. Бюджеты как правило представляют собой наборы "неподвижных" показателей. После того, как бюджет принят, менеджеры обязаны его исполнять вне зависимости от текущей ситуации. Часто это вызывает нерациональное поведение в случаях, когда экономическая конъюнктура меняется уже после утверждения бюджета.

3) Традиционное бюджетирование оторвано от стратегии компании.

Таким образом, процесс современного и эффективного бюджетирования должен соответствовать следующим требованиям:

- четкая связь со стратегией компании;
- избавление от лишних (зачастую дублированных действий);
- гибкость, предусматривающая непрерывное внесение изменений по мере необходимости;
- обязательное применение современных программных средств и информационных технологий, стандартизирующих сбор, обработку и использование данных.

Если процесс бюджетирования остается статичным, оторванным от стратегического плана, обремененным массой ненужных деталей, а его разработка, согласование и утверждение будет занимать долгие месяцы, то компания лишает себя в том числе важнейшего инструмента внутреннего контроля и управления<sup>2</sup>. Необходимо и чрезвычайно важно фактическое укрепление связи между бюджетной системой и проектами подразделений, начиная со стадии планирования, чтобы иметь достаточные стандарты оценки выполнимости проектов соответствующих подразделений при исполнении бюджета. При этом нужна система, которая постоянно отслеживает отклонение между бюджетным планом и реальным его исполнением, с тем, чтобы бюджет показывал действительное положение компании.

Стандартизация структуры бюджетной системы между дочерними компаниями, входящими в группу компаний важная для принятия стратегических управленческих решений. Это имеет особое значение если материнская компания расположена за рубежом. В настоящее время во всем мире (в т.ч. и России) активно идет процесс стандартизации системы SAP дочерних компаний для внедрения МСФО в системы SAP своих зарубежных головных компаний. При этом разнообразные бюджетные системы дочерних фирм также должны на определенном уровне стандартизироваться, и структуры подмодулей дочерних компаний должны поддерживать связи с этой стандартизированной системой. Таким образом, составление бюджета в рамках МСФО рассматривается как бизнес-процесс. Иными словами, четко зафиксирована причинно-следственная связь между финансовыми вложениями и результатами хозяйственной деятельности компании.

Не так давно возникли две новые концепции бюджетирования, отвечающие современным требованиям бюджетного процесса в рамках принципов МСФО, одна из которых получила название Децентрализованного бюджетирования (Beyond Budgeting), другая - Бюджетирование, ориентированное на результат (Performance Budgeting).

В ходе разработки модели Децентрализованного бюджетирования было признано, что для децентрализации полномочий необходимо делегировать процесс принятия решений и создать самоуправляемую рабочую среду, а также культуру личной ответственностью. Эта концепция была разработана на основе анализа практической деятельности ряда компаний, которые в свое время предпочли отказаться от традиционной модели бюджетирования в пользу более гибкой модели. Новый подход предполагает следующее:

- изменение управленческой политики за счет внедрения принципов самоуправления, расширения полномочий менеджеров, развитие внутренней координации в форме рыночных принципов;
- внедрение гибких показателей, привязанных к изменяющимся рыночным ориентирам;
- применение стратегий приспособления, использование ресурсов по системе "Точно в срок", осуществление гибкого, многостороннего контроля.

Если для традиционной модели бюджетирования характерна четкая иерархическая структура управления и строго определенная последовательность этапов планирования (стратегия-бюджет-бюджетный контроль-учет), то принципами новой модели стало делегирование полномочий, отсутствие иерархии, постановка целей в соответствии с текущей ситуацией. Однако такой радикальный механизм бюджетирования хоть и дает определенные заметные существенные улучшения в оптимизации бюджетного процесса, подходит не всем компаниям. Методы, характерные для модели Децентрализованного бюджетирования подходят в основном для крупных и корпораций, однако будут отчасти действенны и в небольших фирмах в том случае, если менеджерам среднего звена будет делегировано больше полномочий и ответственности, что не всегда возможно и рационально.

Другой подход, также ведущий к улучшению системы бюджетирования - Бюджетирование, ориентированное на результат. В самом общем виде данную модель можно представить как технологию формирования бюджета, отражающую связь между бюджетными расходами и достигнутыми результатами. В отличие от традиционного постатейного бюджетирования, исполнение бюджета оценивается не только с точки зрения исполнения тех или иных бюджетных статей, но и по степени достижения изначально поставленных целей и задач. Для этого вводится и разрабатывается специальная система показателей, позволяющих на регулярной основе отслеживать степень достижения целей и выполнения задач, проводить мониторинг и оценку эффективности бюджетных расходов, повысить ответственность распорядителей и получателей бюджетных средств за их эффективное использование, и на основе полученных данных определить оптимальные пути использования имеющихся ресурсов в интересах

компании. Данная модель позволяет четко проследить взаимосвязь между поставленными целями, осуществленными бюджетными расходами, выполненными мероприятиями и достигнутыми результатами. Такая логика построения бюджета способствует повышению его прозрачности, а также усилению контроля реализации программ реализации программ и расходования средств по бюджету. Для этого в проекте бюджета помимо всего прочего должны присутствовать следующие данные:

1) показатели результативности, которые позволяют оценить степень достижения поставленных целей, результативность и эффективность реализации того или иного направления бюджетной политики;

2) описание необходимых для достижения поставленных целей, нужное для того, чтобы избежать дублирования функций и оценить, насколько оправдано проведение того или иного мероприятия, каких возможно не хватает, и которые будут включены в дальнейшем, а также сколько стоит реализация данных мероприятий.

В настоящее время в бюджетной документации большинство этих данных либо отсутствует, либо не является корректными, измеряемыми величинами.

Также важным моментом в рамках оптимизации процесса бюджетирования стало появление возможностей использования принципов МСФО для формирования налоговой стратегии хозяйствующего субъекта для целей снижения налоговых издержек.

Совершенствуя правовую основу финансовой отчетности, государство открывает возможности для увеличения инвестиций в отечественную экономику, делая ее более привлекательной для зарубежных инвесторов. Внедрение положений МСФО в современном российском бухгалтерском учете затронуло также и процессы бюджетирования, так как оба этих бизнес-процесса являются тесно взаимосвязанными в рамках управления ресурсами корпорации в целом. Принципы международных стандартов учета обеспечивают открытость, прозрачность и понятность финансовой информации в рамках бюджетного процесса. Полученная таким образом информация при составлении консолидированного корпоративного бюджета, а также гибкие механизмы его изменения приводят к принятию взвешенных и грамотных управленческих решений в максимально короткие сроки, упрощает процедуру управленческого учета, позволяет планировать изменения в составе всей группы компаний и давать реальную оценку стратегического развития бизнеса<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Хвостенко О.А. Роль бюджетирования в системе управления финансами компаний // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 11 (121). С. 129-134.

<sup>2</sup> Савельева И.М. Особенности бюджетирования в компаниях холдингового типа // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 6 (92). С. 87-90.

<sup>3</sup> См. также: Бараховский А.С. Основы внедрения методов бюджетирования. М., 2014;

Дугельный А.П., Комаров В.Ф. Бюджетное управление предприятием. 2-е изд. М. : Дело, 2016;

Ермакова Н.А. Бюджетирование в системе управленческого учета. М. : Экономика, 2015;

Сергеев И.В., Шипицын А.В. Оперативное финансовое планирование на предприятии. М. : Финансы и статистика, 2016.

## **PROBLEMS OF HARMONIZATION OF CORPORATE BUDGET SYSTEMS WITHIN THE FRAMEWORK OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS**

© 2017 Soluyanov Kirill Olegovich  
Student

© 2017 Khvostenko Oleg Aleksandrovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: cayenne73@yandex.ru

**Keywords:** budgeting, IFRS, corporate finance, standards of accounting, resource planning, CFO, corporate strategy, cost centers, profit centers, business direction, business process.

The article analyzes the concept of budgeting as a business process in the system of corporate finance, as further developed in the framework of the transition to international accounting standards.

*УДК 332.1:339.138*

## **КУЛЬТУРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД - ВАЖНАЯ СТУПЕНЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА**

© 2017 Сосунова Лильяна Алексеевна  
доктор экономических наук, профессор  
© 2017 Ибрагимов Милана Азаматовна  
аспирант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kafedra-kl@yandex.ru, milana5.92@mail.ru

**Ключевые слова:** маркетинг города, историко-культурное наследие, имидж города.

Рассмотрены факторы, влияющие на формирование положительного имиджа города. Показана роль маркетинга города при формировании его имиджа. Выявлены наиболее популярные направления развития, которые можно использовать при развитии маркетинговой стратегии. Изучен потенциал и уникальные особенности Самары.

Область культуры, которая раньше рассматривалась как нечто нематериальное и развивающееся по своим особым законам, в последнее время все чаще становится объектом как научного изучения, так и экономического интереса.

Культура все в большей степени рассматривается как двигатель развития и средство поддержки экономического прогресса. Сфера культуры может создавать источники дохода за счет туризма, ремесел, историко-культурного наследия, внося свой вклад в устойчивое развитие региона и страны. В наиболее развитых странах область культуры уже сейчас имеет большое экономическое значение с точки зрения занятости и образующихся в ней доходов, а для развивающихся стран сфера культуры может рассматриваться как область для потенциального прорыва и улучшения уровня жизни.

Чтобы улучшить среду в городе, нужно создать в нем благоприятные условия для инвестиций и туризма. Для этого нужно использовать один из важнейших компонентов, такой как самобытность города, как это делают в странах Европы. Чтобы при посещении города возникало чувство уникальности и особеннности города, то есть особое чувство города.

В основе мотивации мест лежит необходимость предлагать единственное в своем роде и увлекательное качество жизни и среду, обусловленную историей и традициями места.

В европейских странах культура, объекты культурного значения, а также культурные события в городе являются необходимым условием развития и успешного функционирования города.

Европейские власти все больше понимали, что из города нужно делать "спектакль". Представлять город как "витрину" культурных событий и представлений для привлечения инвестиций.

Все промышленные города были похожи друг на друга. Поэтому муниципалитеты стали искать индивидуальные особенности своих городов (рис. 1).



Рис. 1. Схема направления развития городов

Многие города Европы сделали дома в стиле ар нуво своей гордостью и уникальностью. Люди приезжают за тысячи километров полюбоваться необычными домиками, особняками в стиле модерн в Вене, Глазго, Париже, Брюсселе. Следовательно, наследие этих городов сохраняется и популяризует не только

себя, но и весь город и страну в целом. Доход в бюджет от посещающих город колоссальный.

Каждый город можно сравнить с товаром. Главным содержанием и продуктом которого, интересным внешнему миру и пространству, гостям, туристам, является та духовная и интеллектуальная атмосфера, в которой живут жители и поддерживают ее своими усилиями. Некая атмосфера города, его "идея" привлечет туристов. В деятельности управленческого аппарата, муниципалитета города продвижение города является, одной из основных и составных частей стратегического плана его развития. Для реализации стратегии создания образа города в умах потенциальных гостей и жителей необходимы долгосрочные и целенаправленные действия как власти города и бизнеса, так и всех его жителей.

Россия обладает фантастическим историко-культурным наследием. Исторические здания реставрируют, выявляют и вносят в единый реестр, но историко-культурное наследие на этапе после реставрации не находит своего должного применения. И вновь через какое-то время здание начинает разрушаться.

Историко-культурное наследие действительно можно сохранить только через адаптацию объекта. Придать памятнику новую функциональность, развить его. Здесь очень важно отметить, что нужно четко уловить и найти связь с потребителем. В настоящее время необходимость сохранения и использования историко-культурного наследия чаще всего рассматривается девелоперами и менеджерами как фактор, способный снизить экономическую ценность объекта. Однако такой подход не учитывает заложенного в историко-культурном наследии экономического потенциала. Сохранение и грамотное использование объектов историко-культурного наследия способно приносить положительный экономический эффект, и наличие историко-культурного наследия имеет смысл рассматривать как дополнительный актив и его конкурентное преимущество.

Исследованию проблем сохранения и использования ИКН и оценке его влияния на развитие стран и регионов посвящены работы Д. Бретта, Д. Делафонса, Д. Кармана, У. Морриса, С. Навруда, А. Орбашли, Р. Пикарда, Д. Рипкемы, Д. Родуэлла, М. Росса, Р. Рэди, Д. Хайфилда, П. Ховарда, В. Ша, Д. Эрла и др.

Теоретико-методологические вопросы стратегического управления рассматривались в трудах таких отечественных и зарубежных ученых, как А. Г. Аганбегян, П. Дойль, П. Ф. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, А. Ю. Юданов и др.

Вопросы теории и практики экономики и управления на предприятиях сферы услуг рассматривались в работах О.Н. Балаевой, К. Гронруса, Л.С. Демидовой, Е.А. Джанджугазовой, Е.Л. Ильиной, М.Ю. Килля, К.Лавлока, М.Ю. Лайко, В.Д. Марковой, Р.Г. Мердика, М.Д. Предводителевой, Р.С. Рассела, Б. Рендера, К. Хаксвера и др.

Необходимо также отметить, что в конце 1990-х - начале 2000-х гг. международными организациями были проведены научные исследования, посвященные изучению влияния культуры на обеспечение устойчивого развития, вклю-

чая достижение долговременного экономического роста. В 1995 г. был опубликован доклад Комиссии по культуре и развитию ЮНЕСКО "Наше культурное разнообразие"; в 1999 г. - доклад Мирового банка "Культура и устойчивое развитие: руководство к действию"; в 2005 г. - доклад ОЭСР "Культура и муниципальное развитие" и др. В исследованиях показана высокая роль государства в функционировании сферы культуры.

Среди отечественных исследователей, которые внесли существенный вклад в разработку экономических основ функционирования сферы культуры, следует выделить работы Т.В. Абанкиной, Г.П. Иванова, Е.Л. Игнатьевой, Е.П. Костиной, В.Ю. Музычук, А.Я. Рубинштейна, Б.Л. Рудника, Л.Г. Сундстрема, В.Л. Тамбовцева, Л.И. Якобсона.

Объекты культурного наследия требуют особенного внимания и изучения, поскольку они способствуют формированию имиджа города, повышению культурного уровня населения, развитию социально-культурной составляющей уровня и качества жизни. Несомненно, возникает много вопросов по правильному восприятию этих объектов, сочетанию эмоционального и рационального при установлении эффективного контакта между объектом и посетителем. Существуют различные подходы в понимании процесса восприятия объектов культурного наследия, остановимся в данном исследовании на теории интерпретационного подхода.

Главная цель интерпретационного подхода, основоположником которого является Фриман Тилден, состоит в том, чтобы раскрыть смысл объекта либо предмета историко-культурного наследия, а также установить контакт между объектом и посетителем. Данный процесс "делает возможным новое понимание, основанное не только на знании, но и на духовном и эмоциональном опыте". Если рассматривать популяризацию историко-культурного наследия, то она отличается от интерпретационной деятельности тем, что популяризация базируется непосредственно на том, что сама по себе история - это ценность для человека, и является потребностью.

На практике интерпретацию методисты Службы национальных парков (СНП) США характеризуют как процедуру поиска темы, которая будет эффективной для контакта с культурным наследием разных социальных групп.

В США Служба национальных парков руководствуется простой интерпретационной формулой:

$$(3P + 3A) / CM = BI,$$

где 3P - знание ресурсов;

3A - знание аудитории;

CM - соответствующие методы;

BI - возможности интерпретации.





Из данной схемы видно, что интерпретационный подход в начале предполагает оценку и понимание имеющихся ресурсов. Безусловно, важным аспектом является то, что знание - это не только информация, либо факты и история об объекте, но и предполагаемые параметры для разных социальных групп потребителей. Историко-культурное наследие рассказывает разные истории, и посетителю важно найти свою, которая его заинтересует.

Если рассматривать популяризацию историко-культурного наследия, то она отличается от интерпретационной деятельности тем, что популяризация базируется непосредственно на том, что сама по себе история - это ценность для человека, и является потребностью. Посетителю, так же как специалисту, должна быть интересна история. Сама по себе популяризация - это донесение ценностей и истории более понятным языком.

Но как показывает время, популяризаторский подход сегодня не работает эффективно. Человек, конечно, понимает ценность историко-культурного наследия, но не ощущает этой ценности для себя.

Интерпретационный подход базируется на совершенно ином представлении. Данный подход учитывает потребности при создании продукта культуры, тем самым налаживая и создавая канал между ценностями прошлого и настоящего.

Сегодня в РФ данный подход не используется широко. Однако есть и примеры того, как уже работают в данном направлении. Например, Ассоциация менеджеров культуры, Фонд развития творческих индустрий и культурного туризма в республике Карелия.

Следует также отметить, что интерпретационный подход имеет развитие именно в регионах, провинциях. Тематические музеи имеют развитие в городах РФ: "Музей тамбовского волка" в Тамбове, музей "Тульский пряник" в Туле, музей Мифов и суеверий русского народа в г. Углич, а также единственный в мире известный музей Мыши в г. Мышкине Ярославской области.

Сегодня в Самаре такое осмысление историко-культурного наследия как культурно-экономического явления находится в самом начале. Переосмысление и трансформация использования историко-культурного наследия от традиционного к ресурсному подходу - это новая и очень важная ступень всестороннего развития, сохранения наследия.

Как видно на рис. 2, почти что 74 процента всех объектов туристического показа - это памятники истории и культуры. На сегодняшний день Самара обладает большим количеством памятников истории и культуры.

В исследовании "Самара: исчезающее наследие на Волге" / "Samara: Endangered Heritage on the Volga", самарские архитекторы и искусствоведы совместно с Московским обществом охраны архитектурного наследия и Save Europe's Heritage подробно исследовали историко-культурное наследие. Данное исследование включает в себя анализ текущего состояния объектов историко-культурного наследия в г. Самара. Самара обладает фантастическим и уникальным историко-культурным наследием в стиле модерн, которое безусловно

должно стать частью стиля города, конечно же, если оно будет отреставрировано соответствующим образом. Также Самара богата историко-культурным наследием Советской эпохи. Это и здание элеватора на Хлебной площади, кухня-завод им. Масленникова - единственное здание в мире в форме серпа и молота, бункер Сталина.

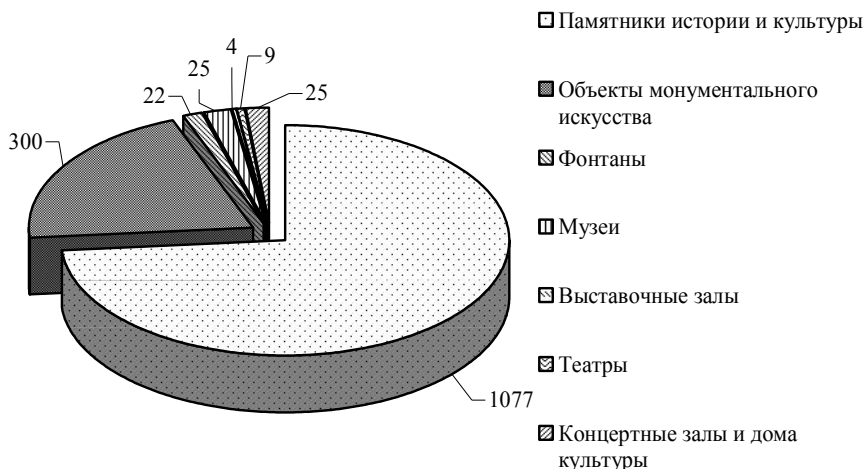


*Рис. 2. Объекты туристического показа Самары*

Следует отметить, что необходимо использовать сильные стороны территории. Так, река Волга является одним из наиболее популярных названий рек в России и за рубежом, поэтому следует использовать узнаваемость реки.

Богатство историко-культурного наследия Советской эпохи - это еще одна сильная сторона города Самары. В этой связи можно акцентировать внимание и подчеркивать таинственный ореол "закрытого" города, который являлся промышленной базой для Советской космической программы.

Безусловно, Чемпионат мира по футболу 2018 г., который будет проходить в Самаре, дает уникальную возможность продемонстрировать российским и иностранным туристам, а также международному сообществу уникальность Самары. Проанализировав положение Самары, можно сделать вывод о том, что, обладая высоким потенциалом и уникальными возможностями, и соответствующими ресурсами, Администрация города не использует их в полной мере для развития и процветания.

В настоящее время высоким потенциалом обладают следующие направления:

1. История и культура: архитектура, литература, искусство.
2. Советская эпоха в 1950-1960-е годы.

Это создаст предпосылки для увеличения инвестиционной привлекательности города, создания положительного имиджа и деловой репутации, а значит, увеличит стоимость города (рис. 3).



*Рис. 3. Взаимосвязь маркетинга города с увеличением его инвестиционной привлекательности*

Проанализировав положение Самары, можно сделать вывод о том, что, обладая высоким потенциалом и уникальными возможностями, и соответствующими ресурсами, Администрация города недостаточно используют их в полной мере для развития и процветания.

Самара богата памятниками архитектуры и культуры и ее дальнейшее развитие, и процветание, это процветание с учетом наличия историко-культурного наследия, исторического центра Самары.

Необходимо государственно-частное партнерство. В пример можно привести проект реконструкции исторического центра Казани, осуществляемый инвестиционной группой компаний ASG. Благодаря государственно-частному партнерству, создается инфраструктура для международного и внутреннего туризма, благоустраивается социальный и культурный фон города. Культурно-познавательный туризм, который реализуется в рамках государственно-частного партнерства может стать важнейшим средством развития потенциала историко-культурного наследия и обеспечения сохранения объектов историко-культурного значения.

Сегодня потребности человека и общества в целом в получении информации вообще, и в частности и историко-культурном наследии очень выросли,

безусловно современные информационные технологии играют основополагающую роль в передаче знаний.

"Поэтому важно не противопоставлять классический и инновационный метод, а использовать их симбиоз в коммуникационной системе".

Главная цель современных информационных технологий - предоставление полной и достоверной информации об объектах историко-культурного наследия. Применение одновременного воздействия звуковой, визуальной и графической информации имеет большой эффект и большой эмоциональный заряд.

Создание графического, красивого визуально, постоянно функционирующего сайта - это обязательно необходимый элемент. Так как продвижение через сеть Интернет имеет особое важное значение. В пример можно привести, нефункционирующий сайт разработанного проекта "Красная линия", о котором ни жители, ни гости города не знают, соответственно распространение данного проекта не произошло.

Также проведение полного, комплексного исследования туристического потенциала городского округа Самара, в котором будет представлен план действий и рекомендаций, необходимых для дальнейшего развития и повышения привлекательности г.о. Самары. Проведение полного SWOT-анализа показало бы полную картину состояния, в котором более четко были бы отражены сильные и слабые стороны, препятствия и возможности для реализации поставленных задач.

В соответствии с традиционным подходом к процессу стратегического планирования в исследовании проведен анализ сильных и слабых сторон города в области использования объектов культурного наследия в Самаре в целях повышения имиджа.

*Таблица 1*

**Сильные и слабые стороны Самары в области использования объектов культурного наследия**

| <b>Сильные стороны</b>                                                                  | <b>Слабые стороны</b>                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Расположение на р. Волга                                                                | Нет городского веб-сайта                                                    |
| Уникальность природных ландшафтов                                                       | Плохая инфраструктура                                                       |
| Разнообразие памятников исторического наследия                                          | Недостаточность уровня знаний о продукте среди партнеров                    |
| Уникальная архитектура в стиле "ар-нуво"                                                | Недостаток знаков, табличек и туристических маршрутов на иностранных языках |
| Город ракетостроителей                                                                  | Отсутствие мобильного приложения с туристической информацией                |
| Возможность расширения сезонных предложений и отсутствие "мертвого сезона" для туристов | Недостаточность систематизации предложений на рынке                         |
| Возможность расширения сезонных предложений и отсутствие "мертвого сезона" для туристов | Отсутствие каналов распространения продукта за пределами России             |

Следует отметить, что необходимо использовать сильные стороны. Так, река Волга является одним из наиболее популярных названий рек в России и за рубежом, поэтому следует использовать узнаваемость реки. Богатство историко-культурного наследия Советской эпохи. Следует акцентировать внимание и подчеркивать таинственный ореол "закрытого" города, который являлся промышленной базой для Советской космической программы.

Необходимо учитывать и слабые стороны. Мы предлагаем взаимодействовать с туристическими компаниями, также необходимо обучать местных туристических операторов и менеджеров. Обеспечить присутствие Самары на главных туристических выставках, где специалисты могли бы представить город в лучшем свете и показать уникальный потенциал города.

Существуют возможности для реализации.

Таблица 2

**Возможности и препятствия для развития**

| <b>Возможности</b>                                                                                        | <b>Препятствия</b>                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| ЧМ-2018                                                                                                   | Плохое состояние многих исторических зданий                            |
| Поиск новых "неоткрытых" направлений для туризма                                                          | Недостаток информационных ресурсов                                     |
| Интерес к путешествиям, связанных с космосом                                                              | Отсутствие единого портала на русском и иностранных языках             |
| Увеличение использования новых медиа-технологий таких как, поиск информации, бронирование и каналы продаж | Слабое взаимодействие с зарубежными туроператорами и MICE -агентствами |
| Рост специализированных туров                                                                             | Низкая мотивация туристических компаний в Самаре                       |
| Отложенный после многих лет накопления                                                                    |                                                                        |

Туристическая индустрия должна быть в курсе и должна быть вовлечена в процесс развития этих направлений. (государственно-частное партнерство на взаимовыгодных условиях).

Самарская область тоже может быть вовлечена в процесс. Комбинированные туры усилят привлекательность маршрутов.

Администрации г.о. Самара следует наладить сотрудничество с соседними регионами в том числе по созданию комбинированных туров и программ. Например, "Золотое кольцо России". на подобии можно создать программу Казань-Самара.

Инициация проектов международного значения. Обмен музейными площадками.

Создание маршрутов межрегионального значения, объединяющие аналогичные ресурсы. (например, наследия Л. Толстого, В.И. Ленина, М. Горького, авиационная тематика).

ЧМ-2018 - это колоссальная возможность представить и показать мировому сообществу Самару как город уникальной архитектуры, искусства, культуры. Многие города мира использовали экономку событий для привлечения в дальнейшем в свои города большого потока туристов, инвесторов. И после проведения крупного события становились известными и интересными.

Сегодня Самара - один из крупнейших городов России с богатой культурой и славной историей, уходящей вглубь веков. Жизнь города неразрывно связана с великой Волгой. Центр современной Самары - представляет собой ансамбль исторических зданий и памятников архитектуры. В самом сердце столицы Губернии гармонично расположились многочисленные театры, музеи, памятники, парки, готические храмы и православные церкви.

Изменение и трансформация историко-культурного наследия, его смыслов неизбежна. Взгляды меняются, какие-то аспекты уходят, какие-то наоборот возобновляются, другие трансформируются. Однажды, возникнув, они уже не исчезнут, а появятся тогда, когда придет время.

На Самару нужно взглянуть другими глазами, увидеть в ней огромный потенциал. Развитие потенциала будет способствовать и развитию Средней Волги и России в целом.

- 
1. Областная целевая программа "Культурное наследие на 2012-2020 гг." (утв. Постановлением Правительства Самарской области от 25.10.2011 № 612).
  2. Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации".
  3. Визгалов Д.В. Маркетинг города : практ. пособие. 2008.
  5. Домнина С.В., Ибрагимова М.А. Маркетинг города как фундамент его развития // Инновационные стратегии развития экономики и управления 2015. № 21-24.
  6. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2-е изд. 2006.
  7. Рубинштейн А.Я. Актуальные проблемы экономики культурного наследия. Государственный институт искусствознания. 2016.
  8. Сосунова Л.А. Функциональное управление развитием сферы услуг // Российское предпринимательство. 2013. № 8 (230). С. 133-142.
  9. Чернова Д.В. Проблемы формирования комплекса маркетинга территорий в туристской отрасли России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 7 (141). С. 47-52.
  10. Peacock A.T. Welfare Economics and Public Subsidy to the Arts, Manchester School of Economics and Social Studies. 1969. № 37. P. 323-335.
  11. Rubinstein A.J., Baumol W.J., Baumol H. On the economics of the performing arts in the Soviet Union and the USA: a comparison of data // Journal of Cultural Economics. 1992. Vol. 16, No.2. P. 1-23.
  12. Throsby D Economics and culture. 2001.
  13. Tilden F Interpreting Our Heritage. 2008.

## **CULTURAL AND ECONOMIC APPROACH - IMPORTANT STAGE OF MARKETING ACTIVITY OF CITY**

© 2017 Sosunova Lilyana Alekseevna  
Doctor of Economics, Professor  
© 2017 Ibragimova Milana Azamatovna  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: kafedra-kl@yandex.ru, milana5.92@mail.ru

**Keywords:** marketing the city, historical and cultural heritage, image of the city.

Factors affecting the formation of a positive image of the city are considered. The role of marketing of a city at formation of its image is shown. The most popular areas of development that can be used in developing a marketing strategy are identified. The potential and unique features of Samara have been studied.

*УДК 311.2*

## **ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ БИЗНЕС-СИСТЕМЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ (НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ)**

© 2017 Сотникова Светлана Александровна  
студент  
© 2017 Иванова Наталья Игоревна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: sotnikovasa08@yandex.ru

**Ключевые слова:** франчайзинг, франшиза, бизнес-системы, бренд, конкуренция.

Осуществлен просмотр франчайзинговых систем за рубежом. Выделена одна страна (Франция) для рассмотрения и анализа пути возникновения франчайзинга. Изучены бизнес-системы в различных сферах деятельности с использованием такого инструмента, как франшиза.

В России франчайзинг зародился совсем недавно, в то время как Европа активно использует данный инструмент экономики. Франция занимает первое

место на европейском рынке франчайзинга. Зародился франчайзинг во Франции в начале прошлого столетия, но само слово франчайзинг образовалось от французского слова "franchise", которая имела смысл "льгота, привилегия, освобождение от налога, взноса". Данное слово перешло в англоязычных странах. А само появление данного вида деятельности под понятием "франчайзинг" начинается с 1800 годов. В схеме франчайзинга приблизительно работала фабрика "Singer" в США, специализирующаяся на швейных машинках, и по сей день Франция конкурирует с США.

Франчайзинг во Франции развивается очень интенсивно, происходит увеличение количества сетей. Этому благоприятствует ряд условий, например: подходящие законодательные правила, подход к передовым техническим средствам, технологиям и т.д.

Франция энергично расширяет франчайзинг, делает и продвигает свои бренды по всему миру. По сравнению с 2008 годом число брендов, распространяемых по франшизе, увеличилось с 1234 до 1834 бренда, число точек продаж выросло с 49 тысяч до 69 тысяч. Количество франчайзи растет год от года процентов на 5-10%<sup>1</sup>.

Результат этого начинания вызван, конечно же, хорошей общеэкономической обстановкой - это расширенный, рынок, благоприятно регионально расположение, а также достаточный жизненный уровень населения. Очень важен франчайзинг в социальной сфере Франции, так как уменьшает число безработных в стране.

Немало число людских резервов задействовано во франчайзинговых предприятиях (свыше 250 тысяч рабочих мест.) В целом оборот франчайзи составляет 53 380 000 000 евро, что выше данных 2014 года почти вдвое.

Развитию франчайзинга во Франции оказывает поддержку Французская Федерация франчайзинга - FFF (fédération française de la franchise). Данная ассоциация выражает правовую помощь вновь начинающим франчайзи, участвует в распределении реализации брендов на всеобщем рынке, занимается организацией и выполнением процедур в отрасли франчайзинга. Особенно важными действиями во французском мире франшиз являются выставка Franchise Expo Paris, а также Top Franchise в Марселе и Maric в Каннах.

Увеличиваются участки рынка, окружавшие франчайзинг. Ранее, в 70-80х годах по франшизе производили и реализовывали предметы гардероба, открывали hotel, кафе и салоны. В настоящее время данные стороны услуг так же остаются наиболее значительными и имеют огромное и важное влияние для экономики Франции. Крупнейшие линии, созданные в 70-80-х годах до настоящего времени продолжают работать и развиваются благодаря вовлечению новых франчайзи.

На протяжении порядка лет наблюдалось увеличение линий общественного питания. А так же, ускоренными темпами расширялся франчайзинг в области услуг. За период с 2001 по 2009 участок услуг возрос с 2.6% до 10%<sup>2</sup>.

Французский франчайзинг в области общественного питания очень расширен. Среди наиболее крупнейших франчайзинговых предприятий второе место



представлено Макдональдсу, со своими девятьсот девяносто восемью партнерскими предприятиями (в 2008 году). Его превзошла линия продовольственных французских супермаркетов Vival. В эту линию вошли одна тысяча шестьсот семьдесят шесть розничных точек по всей стране. Иная американская франшиза от риэлтерской компании Century 21 получила третье место (922 офиса). Примечательно, что в двадцатку наиболее крупнейших вошел канадский бренд "Ada" - бюджетный прокат автотранспорта. Предоставление в области услуг заняло только 12-ое место.

Значительные предприятия для продвижения по международному франчайзингу не просто предпочитают только Францию. За минувшие семь лет в стране отслеживаются изменения в этой бизнес-среде. Намеренно для Французской Федерации Франчайзинга-FFF (fédération française de la franchise) журнал Figaro Economie и группа Banque Populaire в 2010 году были проведены изучения. В результате исследований были анкетированы четыреста франчайзи из действующих пятидесяти одной тысячи и сто пятьдесят шесть собственников брендов из одной тысячи триста шестидесяти зафиксированных<sup>3</sup>.

По итогам исследований, специалисты Института CSA пришли к выводу, что во Франции образовалась наиболее подходящая атмосфера для роста и развития франчайзинга. Например, во время возобновления после кризиса, те франшизы, которые были наиболее перспективны для роста в 2009 году, так же оставались жизнестойкими и в 2010-ом году. В целом доход франчайзи составил 510 000 евро по сравнению 440 000 евро в 2009-ом.

Франчайзинг во Франции - действенное средство по привлечению незанятого населения. Например, в 2009 г. в среднем в каждой партнерской точке работало 6 наемных рабочих, а в 2010 году - 7. 48% опрошенных франчайзи с июня по декабрь 2009 организовали хотя бы одно рабочее место. Только 42% сделали это в течение всего 2009 года. 72% действующих франчайзи с оптимизмом смотрят на свою будущую бизнес-деятельность<sup>4</sup>.

Соглашение международного франчайзинга во Франции может включать разделы достаточно интересные для вероятных франчайзи. Так, линии магазинов парфюмерии и косметики Sephora и Petit Bateau - магазины нижнего белья и одежды для дома, дополнили свои соглашения разделами об исключительности. В определенной местности не разрешено открывать более одного магазина этих брендов. А партнерам сети Monoprix (товары широкого спроса) позволено предоставлять продукцию в том же районе, но только в торговом центре. Исключительность является охранительным и действенным способом так как сдерживает соперничество в определенной местности.

Самым примечательным разделом в контракте представляется раздел об оплате за вливание в партнерскую сеть. И такой "входной билет" способен обавить франчайзи хорошую сумму в несколько евро. Кроме того, причитаются награды, если обороты нового магазина будут отвечать правилам главной компании. Вознаграждение, как правило, образует долю от оборота. Многие бизнесмены пришли во французский франчайзинг, именно благодаря этой системе. Вознаграждения франчайзи в различных важных отраслях порой превосходят доход

франчайзера от выплат определенного партнера. И так, если продукт или услуга обладают спросом, то получение франшизы может стать довольно выгодным для франчайзи во Франции.

Основоположником принятия правила, направленных франчайзингу стала Французская федерация франчайзинга. Таким образом, тридцать первого декабря 1989 года был принят Doubin Law<sup>5</sup>. Его основной задачей стало регулирование развития различных предприятий, в том числе торговых, рыночных, а так же улучшение положений этих предприятий. Принятый закон находит отражение на всех разрешенных видах работ, в том числе и на франчайзинговую. Doubin Law положительно влияет на все виды бизнеса, делает его менее зависимым от более значительных организаций, которые специализируются на реализации бренда, продаже торгового знака, личных изобретений других предметов интеллектуальной собственности.

Закон позволяет координировать взаимоотношения до подписания договоров, т.е. когда еще не ясно будут ли участниками две стороны. По закону Doubin Law на этом этапе правообладатель должен передать возможному франчайзи достаточные нужные сведения и данные. Таким образом, главная цель - это защита интересов лица, который приобретает исключительные права на интеллектуальную собственность. Скрытие необходимых сведений до подписания соглашения международного франчайзинга может губительно отразиться на предпринимательской деятельности пользователя знака, бренда.

Франчайзинг в России находится на первых ступенях рождения и развития. Для успешного развития франчайзинга в России необходимо включить корректировки в законодательство. Эти изменения нацелить на возможность создать действительную конкуренцию франчайзинговых систем с уже сформировавшимися принципами и методами продажи товаров<sup>6</sup>. Изменения дадут возможность сблизить законодательство и терминологию франчайзинга к мировой практике. Это важно для формирования франчайзинговых систем с привлечением иностранного капитала<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.openbusiness.ru>.

<sup>2</sup> URL: <http://rusfranch.ru/presscenter/publications/3061>.

<sup>3</sup> URL: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_26167054\\_11811044.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_26167054_11811044.pdf).

<sup>4</sup> URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-franchayzing-sovremennyye-tendentsii-i-mirovoy-opyt>.

<sup>5</sup> URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22529064>.

<sup>6</sup> Осипов В.И., Баян А.С. Анализ состояния и перспектив развития франчайзинга на российском рынке общественного питания // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 7 (105).

<sup>7</sup> См. также: Рейтинг "2016. TopNewFranchises". URL: [http://www.intrepreneur.com](http://www.intrepreneur.com;);

URL: <http://franchisinginfo.ru>;

URL: [https://www.franchiseparis.com/REF/REF\\_FranchiseExpoParis/documents/home/FFF-english.pdf?v=636149041599674944](https://www.franchiseparis.com/REF/REF_FranchiseExpoParis/documents/home/FFF-english.pdf?v=636149041599674944);

Франчайзинг: основные тенденции и перспективы развития. URL: [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_26167054\\_89528329.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_26167054_89528329.pdf);

Еремин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии. Теория и практика применения / Юстицинформ. 2016;

Соколова С.А., Беляев М.К., Варакина С.А. Особенности развития взаимосвязей между крупными и малыми предприятиями в современных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 3 (149).

## **FRANCHISING BUSINESS SYSTEMS IN FOREIGN COUNTRIES (BY THE EXAMPLE OF FRANCE)**

© 2017 Sotnikova Svetlana Aleksandrovna  
Student

© 2017 Ivanova Natalia Igorevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: sotnikovasa08@yandex.ru

**Keywords:** franchising, franchise, business system, brand, competition.

Viewed franchise systems abroad. One country (France) was singled out to consider and analyze the way franchising originated. Business systems in various fields of activity with use of such tool, as - the franchise are studied.

УДК 65:001.895

## **ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ПЕРИОД ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

© 2017 Тлесова Жанат Амангосовна  
аспирант

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Zhan8080@mail.ru

**Ключевые слова:** бюджетное управление, современные технологии, промышленные предприятия, конкурентоспособность, инновационное развитие.

Основным фактором успешного экономического развития предприятий выступает бюджетирование (бюджетное управление). В статье рассматриваются направления повышения эффективности системы бюджетного управления на промышленных предприятиях.

В современных условиях жесткой конкуренции качественное финансово-хозяйственное управление является ключевым фактором успешного экономического развития предприятий. Соответственно повышаются значимость и актуальность такого эффективного способа управления промышленным предприятием как бюджетирование (бюджетное управление).

Бюджетное управление - это оперативное управление компанией по центрам финансовой ответственности через бюджеты, позволяющее достигать поставленных целей путем наиболее эффективного использования всех видов ресурсов.

Промышленные предприятия внедряют у себя современные технологии управления финансами, а также системы бюджетирования.

В отечественной практике имеются примеры того, как управление финансами предприятия на базе бюджетного подхода позволяет на 25-30% сократить затраты или на 20-25% увеличить доходы предприятия.

Однако, к сожалению, число успешных внедрений системы бюджетирования на российских предприятиях невелико.

Необходима взаимосвязь системы бюджетирования с новыми инновационными разработками.

Проблемы развития инновационной экономики способствуют выявлению будущих областей экономического роста и определению их возможного потенциала<sup>1</sup>.

Одной из основных причин следует признать нечеткость целей постановки бюджетирования, часто делаются попытки внедрить бюджетирование просто потому, что это модно.

Многие предприятия подходят к проблеме чрезвычайно узко, пытаясь решить лишь конкретные задачи, например, улучшить контроль над движением денежных средств (на основе составления бюджета движения денежных средств - БДДС).

Однако практика показывает, что для эффективного планирования целесообразно внедрять систему бюджетирования в комплексе.

Бюджетирование не является синонимом или частным случаем планирования.

Задача этого управленческого инструмента заключается в повышении эффективности работы предприятия.

Такую способность бюджетирования обеспечивает то, что его неотъемлемой частью кроме целеполагания и планирования является также учет, контроль и анализ отклонений (см. рисунок).

Если хотя бы одна из указанных функций выпадает, управленческий цикл разрывается, что приводит к значительному снижению эффективности всей системы управления на предприятии.

Система бюджетирования способна обеспечить эффект больший чем затраты, связанные с ее созданием и функционированием. Это возможно за счет слияния в единый поток всего множества денежных потоков, связанных с формированием доходов и затрат.

|                                                                       |  |                                                              |  |                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------|
| Целеполагание<br>(ключевые<br>показатели)                             |  | Планирование<br>(плановая часть<br>бюджета)                  |  | Учет<br>(регистрация<br>фактических<br>значений)                            |
|                                                                       |  |                                                              |  |                                                                             |
|                                                                       |  |                                                              |  |                                                                             |
| Коррекция плана или<br>принятие других<br>управленческих ре-<br>шений |  | План-фактный<br>анализ (выявление<br>причин отклоне-<br>ний) |  | Контроль (сопоставле-<br>ние плана с фактом и<br>выявление отклоне-<br>ний) |
|                                                                       |  |                                                              |  |                                                                             |

*Рис. Цикл управления (управленческий контур)*

Помимо этого технологии бюджетирования позволяют:

- минимизировать дебиторскую задолженность и ускорять оборачиваемость вложенных средств;
- значительно снизить накладные расходы и непроизводительные издержки;
- более обоснованно определять рентабельность продуктов и клиентов;
- оценивать инвестиционную привлекательности различных направлений бизнеса;
- создать прозрачную процедуру поощрения инновационной деятельности, способствующей повышению конкурентоспособности и привлекательности продукции предприятия;
- противодействовать хищениям и другим экономическим преступлениям, совершаемым на предприятии.

В ряду наиболее значимых представляются меры по организации софинансирования НИОКР и реализации инновационных проектов. Это дает возможность:

1. Сочетания экономического и институционального подходов к поддержке долгосрочных и крупных инвестиций в инновационные отрасли экономики.
2. Реализации крупных инвестиционных проектов являются важными инструментами стимулирования инноваций, наряду с этим, не менее важным является и создание благоприятных условий для реализации инноваций в малом и среднем бизнесе.
3. Развития системы гибких инструментов поддержки инновационной деятельности, прежде всего, различных фондов поддержки научно-технической и инновационной деятельности.

4. Повышения восприимчивости экономики к инновациям, в том числе за счет расширения круга инновационно-активных фирм в среднем бизнесе<sup>2</sup>.

Для того, чтобы затраты на систему бюджетирования не превысили прибыль от ее внедрения она должна быть максимально простой. Для предприятий малого бизнеса можно ограничиться на первом этапе внедрением всего лишь 2-3 бюджетных форм, связанных с учетом доходов, затрат и движения денежных средств. Их достаточно просто настроить самостоятельно, используя программные возможности MSExcel.

Эффективная система бюджетирования невозможна без реализации принципа материальной ответственности всего персонала в результатах работы, как своего подразделения, так и предприятия в целом. Если исполнение бюджета не связано с системой мотивации, бюджетирование работать не будет. Фонд заработной платы каждого подразделения должен увеличиваться с ростом доходов или снижения затрат по сравнению с утвержденными подразделению лимитами. "Пассивность крупного бизнеса в инновационных процессах объясняется во многом тем, что в России отсутствуют стимулы и льготы, которые подталкивали бы крупных рыночных субъектов к внедрению передовой технологии в тех случаях, когда это не сулит быстрого извлечения прибыли"<sup>3</sup>.

Не последнюю роль в функционировании хорошо отлаженной системы бюджетирования играет воспроизводство знаний. На предприятии должны быть утверждены положения и методики, подробно расписывающие организацию всего бюджетного процесса (финансовая структура; классификатор бюджетов, статей доходов и затрат; методика расчета показателей и нормативов; регламент предоставления форм отчетности различными подразделениями; правила консолидации бюджета). Жизнеспособность предприятия не должна зависеть от желания (или нежелания) работать конкретных людей.

Система бюджетного управления дает наибольший эффект, если она построена на основе использования информационных технологий. В этом случае значительно возрастают возможности оперативной корректировки планов и внесения данных о текущих операциях, анализа бюджетов и результатов их исполнения, рассмотрения различных сценариев деятельности организации (what-if-analysis).

Можно выделить два наиболее перспективных направления повышения эффективности системы бюджетного управления в будущем.

Первое направление заключается в переходе с годового цикла планирования на "непрерывную, "онлайновую" систему сбора информации, ее анализа и принятия решений".

Второе направление связано с постепенным переходом к процессно-ориентированному бюджетированию. Это связано с тем, что традиционное

бюджетирование не свободно от целого ряда недостатков. И главная проблема состоит в том, что "традиционное планирование и бюджетирование свое основное внимание уделяют ресурсам, а не видам деятельности, которые являются центральными для целей создания стоимости"<sup>4</sup>. Немаловажную роль для эффективной системы бюджетирования играет государственное регулирование. При решении задач снижения затрат на промышленных предприятиях необходима государственная поддержка. К основным видам поддержки, прежде всего, относятся: инвестиционная, инновационная, кадровая, организационная, научная, материально-техническая, нормативно-законодательная, финансово-экономическая, информационная<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Булавко О.А. Влияние эффективных методов государственной инвестиционно-промышленной политики на развитие приоритетных отраслей российской экономики // Экономика и управление собственностью. Самара, 2016. № 1. С. 28-31.

<sup>2</sup> Заступов А.В. Современные подходы к управлению производством на основе формируемых экономических кластеров // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 7 (129). С. 67-73.

<sup>3</sup> Иода Е.В., Булавко О.А., Хмелева Г.А., Иода Ю.В. Модернизационные механизмы формирования нового технологического уклада : монография. Самара : Самар. акад. гос. муницип. управления, 2013.

<sup>4</sup> Стрельцов А.В. Инвестиционное обеспечение развития промышленности Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 5 (115). С. 37-44.

<sup>5</sup> Федеров О.В., Татарских Б.Я., Якушева А.М. Приоритетные отрасли новых технологических укладов : монография. М. : КноРус. 2016. С. 29, 37.

## EFFECTIVE MANAGEMENT METHOD IN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE PERIOD OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

© 2017 Tlesova Zhanat Amangosovna  
Postgraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: Zhan8080@mail.ru

**Keywords:** budgetary management, modern technologies, industrial enterprises, competitiveness, innovative development.

The main factor of successful economic development of enterprises is budgeting (budget management). The article examines the directions of increasing the efficiency of the budget management system at industrial enterprises.

## ОЦЕНКА УРОВНЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БЕРЕЗНИКОВСКО-СОЛИКАМСКОГО ПРОМЫШЛЕННОГО УЗЛА

© 2017 Торосян Анастасия Гагиковна

магистрант

Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет

E-mail: nastya-1994-28@mail.ru

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, уровень развития, промышленный узел.

Представлен авторский подход к оценке уровня развития территории Березниковско-Соликамского промышленного узла. Предложена система показателей оценки уровня развития отдельных компонент: экономической, социальной и экологической, а также комплексной оценки уровня развития.

Характерной особенностью современной региональной политики является ее направленность на обеспечение устойчивого развития. В связи с этим, для целей государственного управления развитием территорий, особую актуальность приобретает оценка развития на муниципальном и локальном уровне<sup>1</sup>. Поэтому в качестве объекта данного исследования был выбран промышленный узел (ПУ), как точка сосредоточения промышленных объектов, социальной инфраструктуры и экологического воздействия. Целью данной работы является анализ уровня устойчивого развития территории Березниковско-Соликамского ПУ за период 2010-2015 гг.

Уровень развития территории Березниковско-Соликамского ПУ оценивали, используя статический подход, ранее представленный в работах М.Ю. Осиповой, Е.А. Третьяковой<sup>2</sup>, однако предлагаемая ими методика была адаптирована для нашего объекта исследования. Информационной базой исследования послужили официальные статистические данные по муниципальным образованиям, входящим в состав промышленного узла (ГО Березники, ГО Соликамск и Соликамский муниципальный район)<sup>3</sup>. Для проведения сравнительной оценки уровня социо-эколого-экономического развития фактические значения показателей территории, на которой расположен ПУ, сравнивались с фактическими средними значениями показателей по Пермскому краю в целом. Для обеспечения корректности сравнений показателей объектов разного масштаба использовались относительные показатели (коэффициенты, индексы), а объемные индикаторы представлялись в нормализованном виде (в расчете на душу населения или 1 га территории). При этом стоимостные значения из номинальных перево-



дились в реальные (с использованием индекса потребительских цен и индекса-дефлятора ВРП).

Предложенная автором данной работы система индикаторов для оценки устойчивого развития промышленного узла включает в себя три компонента - экономическую, социальную и экологическую. В качестве индикаторов по экономической компоненте использовались: производительность труда; индекс физического объема оборота общественного питания; сальдированный финансовый результат деятельности организаций на душу населения; инвестиции в основной капитал на душу населения; среднемесячная заработная плата работников организаций, рублей; удельный вес убыточных организаций; среднесписочная численность работников организаций, человек. Индикаторы социальной компоненты: темп роста населения; оборот розничной торговли на душу населения; объем социальных выплат и налогооблагаемых денежных доходов населения на душу населения; численность работающего населения, приходящаяся на одного пенсионера; общая площадь жилых помещений, приходящаяся на одного жителя; число собственных легковых автомобилей 1000 человек населения; число мест в учреждениях культурно-досугового типа 1000 человек населения; соотношение браков и разводов; уровень зарегистрированной безработицы; численность пострадавших при несчастных случаях на производстве на 1000 человек населения; уровень заболеваемости на 1000 человек населения; число зарегистрированных преступлений 10000 человек населения; уровень занятости населения. Индикаторы экологической компоненты: число источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, единиц на 1 га; уровень улавливания и обезвреживания загрязняющих атмосферу веществ; объем оборотного и последовательного использования воды на душу населения; текущие затраты на охрану окружающей среды на душу населения.

Для оценки достигнутого уровня развития по каждому индикатору на основе нормализованных значений производился расчет стандартизованного значения, характеризующего уровень, достигнутый на территории ПУ, в сравнении с уровнем, достигнутым на территории Пермского края. Расчет стандартизованного значения для индикаторов, рост значений которых оказывает положительное влияние на устойчивое развитие промышленного узла, производился как отношение нормализованного значения  $i$ -го индикатора по ПУ к нормализованному значению  $i$ -го индикатора по Пермскому краю. Расчет индикаторов, рост значений которых деструктивно влияет на устойчивое развитие, производился как отношение нормализованного значения  $i$ -го индикатора по Пермскому краю к нормализованному значению  $i$ -го индикатора по ПУ. Групповой индекс уровня устойчивого развития по экономической, социальной и экологической составляющей рассчитывался как среднее арифметическое уровней развития по каждому индикатору на основе стандартизованных значений. Итоговая комплексная оценка уровня устойчивого развития ПУ производилась с помощью расчета и интерпретации значения интегрального индекса устойчивого развития. Интегральный индекс рассчитывался как среднее геометрическое по трем

групповым показателям. Для трансформации количественных значений групповых и интегрального индекса ( $I$ ) уровня развития в качественные характеристики использовалась шкала, где: значение  $I < 1$  оценивалось как "низкий уровень", по сравнению с Пермским краем;  $I = 1$ , оценивалось как соответствующий уровню развития Пермского края;  $I > 1$  оценивался как "высокий", по сравнению с Пермским краем.

Результаты исследования представлены на рисунке. Уровень развития Березниковско-Соликамского ПУ по экономической компоненте в целом превышал уровень Пермского края. Следует отметить, что уровень развития данной территории резко снизился в 2013 году вследствие ухудшения экономической ситуации во время экономического кризиса.

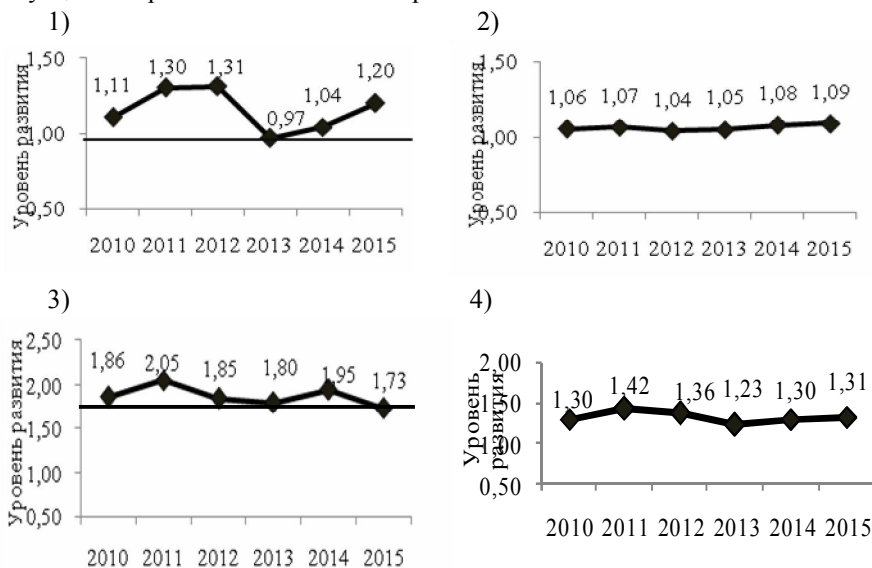


**Рис. Показатели уровня развития Березниковско-Соликамского ПУ:**

- 1) экономическая компонента; 2) социальная компонента;
- 3) экологическая компонента; 4) интегральный показатель

Уровень социального развития в течение всего исследуемого периода стабильно показывал высокий результат по сравнению с Пермским краем. На территории ПУ отмечался опережающий по сравнению с Пермским краем в целом рост доходов населения, относительно невысокий уровень безработицы, снижение уровня заболеваемости и преступности.

Анализ уровня развития по экологической компоненте показал, что он также является достаточно высоким в сравнении со средним уровнем по Пермскому краю. На территории Березниковско-Соликамского ПУ более высоким

является уровень улавливания и обезвреживания загрязняющих атмосферу веществ, объем оборотного использования воды и текущие затраты на охрану окружающей среды.

Углубленный анализ позволил выявить ряд проблемных областей, характерных для территории данного ПУ. Основными из них являются: снижение численности населения, низкий уровень покупательской способности населения, высокий уровень выбросов загрязняющих атмосферу веществ.

Комплексная оценка также показала, что уровень устойчивого развития территории Березниковско-Соликамского ПУ характеризуется как "высокий" в сравнении с территорией Пермского края в целом.

Для сохранения достигнутого уровня устойчивого развития и обеспечения наилучшего функционирования социо-эколого-экономической системы необходима качественная разработка и своевременная корректировка программ развития, акцентирующая внимание на проблемных областях развития данной территории<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Клевцов С.М., Вертакова Ю.В., Клевцова М.Г. Устойчивое развитие промышленных комплексов на основе модернизации механизма пространственного распределения экономических ресурсов : монография. М. : Русайнс, 2016.

<sup>2</sup> См.: Осипова М.Ю. Разработка статико-динамического подхода к оценке и управлению устойчивым развитием региона : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Пермь, 2017;

Третьякова Е.А., Осипова М.Ю. Сочетание статистического и динамического подходов в оценке устойчивого развития региональных социально-экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия Экономика. 2016. Вып. 2 (29). С. 79-92.

<sup>3</sup> Статистический ежегодник / Территор. орган Фед. службы гос. статистики по Пермскому краю. Пермь, 2015.

<sup>4</sup> Смолеев С.В. Сбалансированное и комплексное развитие региона // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 8 (054). С. 92-96.

## ASSESSMENT OF THE LEVEL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BEREZNIKI-SOLIKAMSK INDUSTRIAL HUB

© 2017 Torosyan Anastasia Gagikovna  
Undergraduate

Perm National Research Polytechnic University  
E-mail: nastya-1994-28@mail.ru

**Keywords:** sustainable development, level of development, industrial hub.

The article presents the author's approach to the assessment of the level of development of the territory of the Berezniki-Solikamsk industrial hub. The proposed system of indicators to measure the level of different components: economic, social and environmental and integrated assessment of the level of development.

## ТЕХНИЧЕСКАЯ УЧЕБА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

© 2017 Филатов Алексей Александрович  
магистрант

© 2017 Чернышев Михаил Анатольевич  
доктор экономических наук, профессор  
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону  
E-mail: m\_chernyshov@sfedu.ru

**Ключевые слова:** технические занятия, техническая грамотность, мониторинг, база знаний, самообучение, система рейтингов.

Статья посвящена анализу таких понятий, как эффективность проведения технической учебы, дифференцированный подход, автоматизированная оценка знаний, мотивация работников, автоматизированная система рейтингов. Автор выявляет слабые стороны и предлагает пути решения, описывая реализацию данных процессов на примере ОАО "РЖД".

Технические занятия на промышленных предприятиях страны проводились еще с начала 1930-х годов - в период социалистической индустриализации. Целью их проведения было повышение общего уровня технического развития и грамотности работников для формирования из рабочих и крестьян новой производственно-технической интеллигенции, выделение пласта прогрессивного трудового потенциала. Железнодорожникам читали лекции, организовывали кружки по проф-тематикам, обучающие курсы, где они получали минимальные технические знания без отрыва от производства. Целесообразно заметить, что требование устава о дисциплине 1933 г. "Каждый работник должен хорошо знать свое дело и постоянно в нем совершенствоваться" актуально и на сегодняшний день.

За прошедшие десятилетия претерпели изменения все сферы жизнедеятельности населения. Так, например, повысился уровень элементарной грамотности, усовершенствовались знания в области техносферы, значительно изменилась структура железной дороги. В соответствии с этим, система организации технического обучения также нуждается в инновациях и совершенствовании. Руководители СКЖД, учитывая острую необходимость в обновлении подходов к стратегии технического обучения, подошли к вопросу очень серьезно: изучили историю, составили глоссарий, определили роль технического обучения в целом и в культуре безопасности движения в частности. С помощью метода

мозгового штурма определена степень влияния различных факторов на качество технической учебы<sup>1</sup>.

На мой взгляд, колоссальное негативное воздействие на качество технической учебы оказывает несоответствие документальной нормативной базы и оценочных критериев требованиям времени. Кроме того, результаты технической учебы не отражаются на карьерном росте работника. Предложения по усовершенствованию, выработанные на совещаниях руководителей дороги в формате круглого стола, были направлены в ОАО "РЖД" и СКЖД было поручено реализовать пилотный проект по применению инновационных подходов к организации и проведению технической учебы. Для реализации данного проекта сформирована команда, определены основные цели и задачи, подготовлены устав и дорожная карта, за ходом реализации установлен еженедельный мониторинг.

Внедрения проекта, в первую очередь, должно изменить само отношение к процессу технической учебы как работника, так и работодателя. Для этого уже сегодня на железной дороге принят особый - дифференцированный подход к учебе. Штат разделен на три категории работников: оперативный, эксплуатационный, обслуживающий. Для каждой категории отдельно составляются учебные планы. Для отработки автоматических действий, применяемых в нестандартных и аварийных ситуациях, было решено проводить дополнительные тренировки, продолжительностью не более 15-ти минут с оперативным персоналом<sup>2</sup>.

Одной из основополагающих целей данного проекта является возможность предоставления свободного доступа к базе знаний с любого автоматизированного рабочего места, внедрение автоматизированной оценки знаний по результатам занятий<sup>3</sup>. Считаю возможным самостоятельное изучение работниками теоретических материалов методом самообучения, в том числе дистанционно. В этом случае работнику можно индивидуально выбирать удобное время для занятий, а так же значительно оптимизировать продолжительность практических занятий, и повысить индекс технической грамотности и удовлетворенности персонала. Для повышения мотивации работников, в том числе нематериальной мотивации, необходимо создание автоматизированной системы рейтингов (как для работника, так и для предприятия в целом).

Еще одной, и не менее важной целью проекта, является изменение личного отношения работника к поддержанию профессиональных знаний и навыков. В современных реалиях ответственность за организацию технической учебы возложена только на работодателя. Это отражено в отраслевых нормативных документах компании, в частности в Коллективном договоре ОАО "РЖД". Компания, в лице работодателя, обеспечивает наличие и оснащение учебно-производственной базы для осуществления учебного процесса. Он несет расходы на выплату обучаемым работникам заработной платы в размере, установленном в трудовом договоре при проведении занятий в рабочее время, и оплату по часовой тарифной ставке в случае организации занятий с согласия работника в нерабочее время<sup>4</sup>. Непосредственно сам работник, к сожалению, не несет пер-

сональной ответственности за поддержание и совершенствование уровня профессиональных знаний и навыков, необходимых ему для качественного выполнения должностных обязанностей. Повышение уровня профессиональных знаний является правом работника<sup>5</sup>. Это, по моему мнению, ведет к серьезным рискам, в том числе в вопросах безопасности движения. Безусловно, грамотный, целеустремленный работник, заинтересованный в собственном профессиональном совершенствовании - это ценность для компании. Сложившееся на сегодняшний день потребительское отношение к техническому обучению абсолютно недопустимо. Необходима личная индивидуальная заинтересованность работника. В связи с этим, считаю целесообразным и необходимым внести в трудовой договор дополнения, касающиеся персональной ответственности работника за совершенствование и поддержание уровня квалификации, необходимого для выполнения должностных обязанностей. На полигоне дороги уже разработано подобное дополнительное соглашение к трудовому договору. В Департамент технической политики ОАО "РЖД" направлены предложения о внесении изменений в Коллективный договор.

В начальный период реализации пилотного проекта некоторые тезисы были взяты за основу в ОАО "РЖД". По оценке специалистов РГУПС, разработчиков нового Стандарта по организации технической учебы, в него вошли более 80 % предложений, содержащихся в проекте, которые будут реализованы не только на полигоне СКЖД, но и в ОАО "РЖД".

Существует еще один важный момент - каким образом оценивать эффективность технической учебы. Я предлагаю следующие возможные критерии оценки эффективности - это оценка знаний и навыков самого работника, а так же предприятия в целом. Реализовать это возможно путем применения автоматизированной системы рейтингов. При этом в систему оценивания следует включить так же такие показатели как: индекс удовлетворенности обучаемого персонала, оснащенность и доступность (наполняемость) кабинетов технической учебы. Дальнейшая работа в области реализации данного проекта на СКЖД позволит увидеть первые промежуточные реальные итоги оценки технической учебы по вновь установленным критериям эффективности и определить дальнейшие направления развития процесса в ОАО "РЖД".

---

<sup>1</sup> Танаев В.Ф. Совершенствование технической учебы // Автоматика, связь, информатика. 2015. № 5. С. 13-14.

<sup>2</sup> СТО РЖД 08.020-2014 "Организация технической учебы работников ОАО "РЖД". Общие положения", утв. распоряжением ОАО "РЖД" №2940р от 11.12.2014 г.

<sup>3</sup> Бычков Д.В. Новые подходы к организации обучения персонала // Автоматика, связь, информатика. 2015. № 5. С. 15-16.

<sup>4</sup> СТО РЖД 08.030-2016 "Требования к организации и правила проведения технических занятий", утв. распоряжением ОАО "РЖД" №285р от 14.02.2017 г.

<sup>5</sup> Распоряжение № СКДИ-76/пр от 30.01.2017 г. "Об установлении порядка организации проведения технической учебы в дирекции инфраструктуры".

## TECHNICAL TRAINING AS A METHOD OF INCREASE OF RAILWAY TRANSPORT COMPETITIVENESS

© 2017 Philatov Aleksey Aleksandrovich  
Undergraduate

© 2017 Chernyshev Mikhail Anatolyevich  
Doctor of Economics, Professor  
Southern Federal University, Rostov-on-Don  
E-mail: m\_chernyshov@sfedu.ru

**Keywords:** technical classes, technical literacy, monitoring, knowledge base, self-learning, rating system.

The article is devoted to the analysis of such concepts as the effectiveness of technical training, a differentiated approach, automated knowledge assessment, employee motivation, automated rating system. The author identifies weaknesses and suggests solutions, describing the implementation of these processes using the example of JSC "Russian Railways".

УДК 656.073

## УПРАВЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ КОМПАНИИ

© 2017 Фролова Елена Валерьевна  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Kichemasovaelena@gmail.com

**Ключевые слова:** логистика, транспорт, оптимизация, схемы доставки, логистические операции, затраты.

Важность управления транспортно-логистическим процессом определяется тем, что транспорт является связующим звеном между элементами логистических систем. Затраты на выполнение транспортных операций составляют до 50% от суммы общих затрат на логистику. Рассматривается управление транспортно-логистическим процессом компании ООО "Фарбштайн", которая использует наемный вид транспорта.

Логистика - наука, которая занимается эффективным управлением материальным и сопутствующими ему потоками из пункта отправления до пункта назначения. На сегодняшний момент логистика охватывает многие функциональные области, включая процессы складирования и перевозки.

"Как прикладная наука, логистика разрабатывает новые, эффективные методы управления материальными и информационными потоками в сферах про-

изводства и обращения. Как практическая деятельность - обеспечивает применение этих методов"<sup>1</sup>.

Транспортировка - это перемещение товаров от источников их возникновения до конечного потребителя. Как правило, затраты на транспортировку занимают большую часть расходов компании. Многие производители и ритейлеры поняли, что благодаря правильному управлению цепями поставок, можно уменьшить запасы и соответственно складские затраты, ускоряя доставку до конечного потребителя<sup>2</sup>.

Транспорт является частью экономической деятельности, так как направлен на удовлетворение людей и предпринимательства при помощи изменения географического положения товаров и людей. Транспорт является связующим звеном между элементами логистических систем.

Актуальность данной темы заключается в том, что в условиях глобализации экономики, которая сопровождается темпами роста торговли, максимально возрастает значение мировой транспортной сети. Транспорт служит материальной базой производственных связей между отдельными территориями, выступает как фактор, организующий мировое экономическое пространство и обеспечивающий дальнейшее географическое разделение труда.

В структуре общественного производства транспорт относится к сфере производства материальных услуг<sup>3</sup>.

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется с применением различных транспортных средств. Транспорт - связующее звено между элементами логистических систем. Затраты на выполнение этих операций составляют до 50 % от суммы общих затрат на логистику. Этим определяется важность оптимизации движения материального потока на этапе транспортировки.

Объект исследования - ООО "Фарбштайн". Компания ООО ФАРБШТАЙН - ведущий производитель тротуарной плитки и мелкоштучных бетонных изделий Среднего Поволжья, изготовленных методом вибропрессования. Была основана в начале июня 2012 года. Основным направлением деятельности компании является производство тротуарной плитки и брусчатки горизонтального и вертикального мощения<sup>4</sup>.

Целью данной работы является оптимизация показателей транспортно-логистического процесса ООО "Фарбштайн".

При выполнении данной работы были использованы методы экономического анализа и моделирования.

Технопарк компании представлен:

- 10 самосвалов КАМАЗ-6520, грузоподъемностью 20 тонн, которые осуществляют доставку необходимых материалов на открытый склад завода;
- Один манипулятор, общей грузоподъемностью 12 тонн/6 поддонов, который используется как кран для загрузки поддонов с готовыми изделиями на складе.

При этом компания сотрудничает по договору с несколькими компаниями для развоза готовой продукции до конечных потребителей, например:



- 1) ООО "БИЗНЕСТРАНССЕРВИС", которая предоставляет 3 машины;
- 2) "Альфа СТК" - 1 машина;
- 3) "Новый Дом" - 3 машины;
- 4) "СМК" - 2 машины;
- 5) ООО "Партнер Поволжье" - 2 машины.

За летний период все машины успевают сделать по два рейса за день. По договору все машины, которые использует компания "Фарбштайн" окрашены в синий цвет и брендированы маркой "Фарбштайн".

Поставки материалов осуществляются централизованно на открытый склад предприятия по предзаказу.

Преимущества централизованных поставок:

- улучшение использования подвижного состава автотранспорта с помощью сокращения простоев в погрузочных пунктах;
- увеличение продолжительности работы;
- увеличение коэффициентов использования грузоподъемности и пробега;
- улучшение экспедирования грузов и упрощение документации на отпуск и получение груза, а также на оплату перевозок;
- сокращение обслуживающего персонала, которое необходимо организации для осуществления перевозок.

Недостатком централизованных перевозок является изменение порядка бытовых организаций.

При подготовке груза к транспортированию происходит оформление договора между предприятием и клиентом, где предприятие обязуется изготовить товар по заказу клиента к определенному времени в будущем, а клиент в свою очередь обязуется принять готовую продукцию и оплатить ее. После заключения договора вносится предоплата, заказ поступает в отдел закупок, где происходит заказ необходимых материалов. После процесса производства оформляется товарно-транспортная накладная, в которой указывается наименования, количество, цвет готового изделия, дата вывоза, марка и государственный номер автомобиля, ФИО водителя.

Готовая продукция проходит испытания в собственной аттестованной испытательной лаборатории, затем укладывается на специальные поддоны, упаковывается полиэтиленовой пленкой, которая закрепляется синим скотчем с брендом "Фарбштайн". Упакованные поддоны погружаются на автомобиль с помощью собственного манипулятора в соответствии с товарно-транспортной накладной. На последней стадии вывоза с территории завода происходит охранный досмотр автомобиля, сравнивается наименование элементов горизонтального и вертикального мощения в автомобиле с данными в товарно-транспортной накладной.

Так как компания использует наемный вид транспорта, чтобы избежать холостых ездов и сократить расходы, затрачиваемые на доставку готовой продукции, необходимо оптимизировать маршрутные схемы доставки.

Компания поставляет готовую продукцию в 30 магазинов, расположенных на территории Самарской области. Со склада компании в магазины доставляет-

ся продукция двух укрупненных групп: П - плитка; Б - бордюры. Товары всех двух групп упакованы в поддоны одинакового размера. Груз измеряется количеством поддонов. Максимальная грузоподъемность транспорта - 12 поддонов, поэтому маршруты будут построены с той целью, чтобы максимально загрузить наемный транспорт.

Оборот транспортного средства включает:

- время на загрузку на складе;
- время проезда по маршруту;
- время на разгрузку в магазине;
- дополнительное время, необходимое для перерывов в работе водителя.

Все намеченные к поездке автомобили выезжают со склада в 8<sup>00</sup>.

Возможно, что в течение дня транспортное средство будет использовано для выполнения более чем одного маршрута. В этом случае каждой последующей поездке будет предшествовать 30-минутная загрузка.

Средняя скорость на маршруте принимается равной 20 км/ч, т. е. 1 км машина проезжает за 3 мин.

Время разгрузки принимается из расчета 0,5 мин на одну единицу груза (например, 76 поддонов будет разгружено за 38 мин).

Кроме того, необходимо учесть время на операции, связанные с оформлением прибытия груза в магазин, а также на операции по подготовке и завершению разгрузки автомобиля. Норма времени на эти операции составляет 15 мин на один магазин.

Начало примера расчета оптимального маршрута за один рабочий день приведен в табл. 1.

Таблица 1

Разработка оптимального маршрута

| № маршрута | № Заказчика | Размер заказа<br>(Количество поддонов) |   | Результаты расчета по маршруту                                 |
|------------|-------------|----------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------|
|            |             | П                                      | Б |                                                                |
| 1          | 23          | 2                                      | - | Путь объезда магазинов по маршруту:<br>0-23-24-25-26-0         |
|            | 24          | 5                                      | - | Количество перевезенного груза: Р=12 поддонов                  |
|            | 25          | 1                                      | 2 | Длина маршрута: L =28 км                                       |
|            | 26          | 2                                      | - | Время работы машины на маршруте:<br>Т=28*3+12*0,5+15*4=150мин. |
| 2          | 23          | -                                      | 2 | Путь объезда магазинов по маршруту:<br>0-23-25-24-28-26-0      |
|            | 24          | 2                                      | 3 | Количество перевезенного груза: Р=12 поддонов                  |
|            | 25          | 1                                      | 2 | Длина маршрута: L = 47 км                                      |
|            | 26          | -                                      | 1 | Время работы машины на маршруте:                               |
|            | 28          | 1                                      | - | Т =222 мин                                                     |

По такому принципу рассчитываются маршруты на весь рабочий день и для каждой машины.

Если использовать наемный транспорт, то один рейс по городу Самара стоит 5300 рублей, доставка в район Зубчаниновки - 6000 рублей, в район Царевщины и Красной Глинки - 6500 рублей. Примерные затраты до рассчитаны в табл. 2. Примерные затраты после оптимизации рассчитаны в табл. 3.

*Таблица 2*

**Расчет затрат по доставке товаров до оптимизации маршрутных схем доставки**

| <b>№ Ма-<br/>шины</b> | <b>Кол-во выполненных маршрутов<br/>за день</b> | <b>Плата за пользование автомобиля-<br/>ми, руб. по г. Самара</b> |
|-----------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| 2                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| 3                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| 4                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| 5                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| 6                     | 5                                               | 26 500                                                            |
| <b>Итого</b>          | <b>30</b>                                       | <b>159 000</b>                                                    |

*Таблица 3*

**Расчет затрат по доставке товаров после оптимизации маршрутных схем доставки**

| <b>№ Ма-<br/>шины</b> | <b>Кол-во выполненных маршрутов<br/>за день</b> | <b>Плата за пользование автомобиля-<br/>ми, руб. по г. Самара</b> |
|-----------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1                     | 3                                               | 15 900                                                            |
| 2                     | 2                                               | 10 600                                                            |
| 3                     | 2                                               | 10 600                                                            |
| 4                     | 2                                               | 10 600                                                            |
| 5                     | 2                                               | 10 600                                                            |
| 6                     | 2                                               | 10 600                                                            |
| <b>Итого</b>          | <b>13</b>                                       | <b>79 500</b>                                                     |

Таким образом, после оптимизации маршрутных схем доставки количество выполненных маршрутов за день сократилось с 30 до 13, а именно уменьшилось в 2,3 раза, что позволяет компании экономить на доставке ровно 50% стоимости. Оптимизация маршрутных схем доставки позволяет более эффективно выстраивать доставку как сырья, так и готовой продукции, сократить как стоимостные (затраты на ГСМ), так и временные издержки (время на погрузо-разгрузочные работы) и использовать транспортное средство с полной загрузкой<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Гаджинский А.М. Логистика : учебник. 20-е изд. М. : Дашков и К, 2012.

<sup>2</sup> Аникин Б.А., Родкина Т.А. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики : учебник. М. : Проспект, 2011.

<sup>3</sup> Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления. Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2009.

<sup>4</sup> Сайт компании - <http://farbstein-group.ru>.

<sup>5</sup> Сосунова Л.А., Зубов С.П. Логистизация управления производственно-сбытовыми процессами предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2. С. 100.

## MANAGEMENT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS PROCESS OF THE COMPANY

© 2017 Frolova Elena Valeryevna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Kichemasovaelena@gmail.com

**Keywords:** logistics, transport, optimization, delivery schemes, logistics operations, costs.

The importance of managing the transport and logistics process is determined by the fact that transport is the link between the elements of logistics systems. The cost of transport operations is up to 50% of the total cost of logistics. The aim of this work is the management of the transport and logistics process of the company "Farbstein", which uses the hired form of transport.

УДК 621:629.78(470.43)

## САМАРСКИЙ КЛАСТЕР АВИАЦИОННОГО И КОСМИЧЕСКОГО ДВИГАТЕЛЕСТРОЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИИ

© 2017 Хайруллова Аделя Тальгатовна\*

магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: adelya.khayrullova@mail.ru

**Ключевые слова:** кластер, двигателестроение, ракетно-космическое производство, авиастроение, SWOT-анализ, международная кооперация, экспортно-ориентированный сегмент промышленности, конкурентоспособность.

Рассматриваются понятие кластера, инновационный территориальный аэрокосмический кластер Самарской области, его структура и задачи. Особо выделен подкластер двигателестроения, отмечены его сильные и слабые стороны.

---

\* Научный руководитель - **Ханунов Александр Иванович**, кандидат экономических наук, доцент.

Конкурентоспособность экономики любой страны или региона складывается из многих факторов. Но одним из важнейших является наличие кластеров.

Кластер в широком смысле означает объединение нескольких однородных элементов, которое рассматривается как самостоятельная единица, обладающая определенными свойствами. Кластер в экономическом смысле - это группа, состоящая из нескольких компаний, объединенных общей деятельностью или по территориальному признаку.

Кластеры способствуют развитию региональных, а соответственно и национальных экономик.

Эффективность кластеров заключается в следующем:

- Взаимосвязи внутри кластера ведут к появлению новых методов конкуренции, что способствует созданию инноваций.

- Кластеры создают условия для формирования региональных инновационных систем.

- Наличие целого кластера отраслей ускоряет процесс создания факторов конкурентных преимуществ за счет совместных инвестиций в развитие технологий, в инфраструктуру, образование.

- Конкуренция между производителями в кластере приводит к углублению специализации, в результате чего образуются новые субъекты бизнеса, что повышает доходность регионального производства, решает проблемы занятости населения и усиливает интеграционный потенциал региона.

Инновационный территориальный аэрокосмический кластер Самарской области состоит из трех подкластеров и представлен следующими предприятиями (табл. 1):

*Таблица 1*

**Структура аэрокосмического кластера Самарской области и его цели**

| <b>Наименование подкластера</b> | <b>Предприятия, входящие в подкластер</b>                                                                                                                                                                                                                | <b>Цели подкластеров</b>                                                                                              |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ракетно-космический             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• АО "РКЦ "Прогресс"</li> <li>• ОАО "Пластик"</li> </ul>                                                                                                                                                          | Освоение новых рынков и повышение добавленной стоимости на основе оказания итоговых услуг потребителю                 |
| Авиастроительный подкластер     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ОАО "Авиакор-авиационный завод"</li> <li>• ОАО "Авиаагрегат"</li> <li>• ОАО "Агрегат"</li> <li>• ОАО "Гидроавтоматика"</li> <li>• ФГУП "НИИ "Экран"</li> <li>• ЗАО "Завод аэродромного обслуживания"</li> </ul> | Освоение рынков региональной и малой авиации, повышение качества продукции и развитие системы сервисного обслуживания |
| Подкластер двигателестроения    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ПАО "Кузнецов"</li> <li>• ОАО "Металлист-Самара"</li> <li>• ПАО "Салют"</li> <li>• ОАО "Завод авиационных подшипников"</li> </ul>                                                                               | Интеграция в мировые производственные цепочки                                                                         |

Цель кластера: системное объединение предприятий и организаций региона в единый инновационный территориальный кластер, обеспечивающий лидерство Самарской области и Российской Федерации в целом в сфере разработки и производства высокоэффективных авиационной и ракетно-космической техники и технологий на мировом рынке ракетно-космической и авиационной продукции и услуг, а также увеличение валовой выручки и добавленной стоимости, производимой в кластере.

Основные задачи аэрокосмического кластера:

- создание новых конкурентоспособных производств и повышение конкурентоспособности существующих предприятий;
- развитие действующей инфраструктуры;
- освоение новых рынков и повышение на международном рынке доли продукции, создаваемой организациями - участниками кластера;
- обеспечение высококвалифицированными кадрами предприятий инновационного территориального кластера;
- развитие в аэрокосмическом кластере малого и среднего предпринимательства и, соответственно, повышение объема предоставляемых услуг и продукции, выпускаемой малыми и средними предприятиями.

Основные направления реализуемых технологий и выпускаемой продукции:

- ракетно-космическое производство;
- авиастроение;
- двигателестроение;
- агрегатостроение и оказание услуг, необходимых для разработки, производства испытаний, эксплуатации летательных аппаратов.

Ведущим предприятием Самарской области в подкластере двигателестроения является ПАО "Кузнецов". Специализируется на производстве широкой гаммы авиационных двигателей, а также двигательных установок для ракетопланов. Осуществляет промышленное производство энергетических и газоперекачивающих установок и запасных частей к ним. С двигателями предприятия осуществлены запуски пилотируемых космических кораблей "Восток", "Восход", "Союз" и автоматических транспортных грузовых космических аппаратов "Прогресс". ПАО "Кузнецов" является основным поставщиком приводов газоперекачивающих агрегатов магистральных газопроводов для ПАО "Газпром". Стратегическим проектом предприятия является разработка и организация серийного производства модельного ряда энергетических установок на базе газотурбинных двигателей марки НК, работающих на сжиженном природном газе и жидком водороде.

Выручка предприятия за 2015-2016 г.г. представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Показатели выручки и чистой прибыли ПАО "Кузнецов" тыс. руб.**

| Наименование показателя | 2015 год    | 2016 год    |
|-------------------------|-------------|-------------|
| Выручка                 | 10 267 591  | 9 658 472   |
| Чистая прибыль (убыток) | (1 036 808) | (3 959 069) |

По сравнению с 2015 годом выручка в 2016 году снизилась на 6%.

На предприятии реализуется программа технического перевооружения производственной и испытательной базы для серийного производства двигателей НК-32 серии 02. Стоимость проекта оценивается в 1,77 млрд рублей. Двигатель НК-33, разработанный в конце 1960-х годов серийно выпускался до 1974 года. На сегодняшний день двигатель в модификации НК-33-1 используется на новой ракете-носителе легкого класса "Союз-2.1в" самарского РКЦ "Прогресс".

В конце 1980-х годов на базе освоенных к тому времени конструктивно-технологических решений по газогенератору и новых решений по винтовентилятору был заложен турбовинтовентиляторный двигатель НК-93, предназначенный для магистральных самолетов средней и большой дальности Ил-96, Ту-204 и грузового Ту-330. НК-93 - первый российский двигатель пятого поколения. Было изготовлено 10 экземпляров, проведены испытания газогенератора двигателя НК-93 в термобарокамере ЦИАМ, испытания на наземном открытом стенде. 3 мая 2007 года был выполнен полет на летающей лаборатории Ил-76ЛЛ, успешно подтвердил заявленные параметры, но был снят с дальнейших испытаний из-за отсутствия денежных средств на завершение программы. На базе двигателя НК-93 создан наземный двигатель НК-38СТ, который эксплуатируется на ГПА в Газпроме.

В настоящее время заканчивается второй этап летных испытаний еще одного перспективного двигателя АО "ОДК-Авиадвигатель" (г. Пермь) ПД-14. Первый этап испытаний был завершен в 2016 году. Двигатель ПД-14 - это гражданский турбовентиляторный двигатель с тягой на взлете от 9 до 18 тонн.

Унифицированная конструкция авиадвигателя позволит устанавливать мотор практически на все отечественные пассажирские и транспортные самолеты. Двигателем ПД-14 (с тягой 14 тонн) планируется оснащать МС-21-200/300/400 и военно-транспортные самолеты Ил-76 и Ил-214. Более мощную модификацию ПД-18 предполагается использовать на среднемагистральном узкофюзеляжном пассажирском лайнере Ту-214 и дальнемагистральном широкофюзеляжном Ил-96. Облегченной версией ПД-10 можно оснащать ближнемагистральные самолеты Sukhoi Superjet-100 (вместо французского двигателя SaM-146). Отдельную модификацию двигателя планируется устанавливать на тяжелый транспортный вертолет Ми-26 (взамен украинского Д-136).

Итак, в соответствии со стратегией социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года у инновационного территориального аэрокосмического кластера Самарской области есть сильные и слабые стороны.

Сильными сторонами кластера являются следующие факторы:

- развитая научно-образовательная база, в том числе наличие в регионе Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева, вошедшего в 15 вузов, которые получают поддержку Министерства образования и науки Российской Федерации для попадания в мировые рейтинги;

- высокая конкурентоспособность ракет-носителей семейства "СОЮЗ" (высокая надежность и экологичность). Из 104 пилотируемых запусков только в 2-х случаях ракета-носитель не вывела экипаж на орбиту, в обоих случаях эки-

паж остался жив. Поэтому после прекращения программы Спейс Шаттл ракеты-носители "СОЮЗ" являются практически единственным способом стабильной доставки пилотируемых космических аппаратов на орбиту;

- наличие устоявшихся связей с ведущими авиастроительными компаниями;
- наличие потенциала и опыта международного сотрудничества;
- активная региональная политика по развитию кластера;
- высокий уровень диверсификации продуктового портфеля в двигателестроении.

Слабыми сторонами кластера являются:

- низкий технологический уровень продукции (утрата технологий, использование устаревших технологий, отсутствие новых разработок). Компании кластера не создают новых разработок, а лишь дорабатывают старые. Опросы руководителей компаний свидетельствуют о низком уровне новизны и технологической сложности производимой продукции;
- низкий уровень диверсификации продукции на авиационном рынке, отсутствие конкурентоспособного продукта, ориентация на неконкурентные рынки (в т.ч. государственный заказ);
- высокий уровень морального и физического износа оборудования. Уровень износа оборудования АО "Металлист-Самара" составляет 88,2%, основных производственных фондов - 66,4%. На заводах ПАО "Кузнецов" процент износа оборудования составляет 88,3%, средний возраст оборудования - около 38 лет. На ОАО "Авиакор - авиационный завод" уровень износа основных средств составляет около 70%. АО "Гидроавтоматика" имеет современное технологическое оборудование, однако уровень износа составляет свыше 50%;
- слабое развитие системы поставщиков;
- низкий уровень интеграции предприятий кластера в глобальные производственные цепочки, в частности доля выручки от экспорта ПАО "Кузнецов" составляет 2,7%, АО "Гидроавтоматика" и АО "НИИ Экран" - 0%;
- низкий уровень развития управленческих технологий (менеджмент качества, стратегии развития);
- зависимость кластера от политики федеральных организаций (Роскосмос, АО "Объединенная двигателестроительная корпорация"), отсутствие согласованного видения развития, барьеры для частных производителей;
- недостаток высококвалифицированных кадров.

Главным условием успешного развития всех предприятий аэрокосмического кластера Самарской области является погружение в процессы международной кооперации, то есть формирование экспортно-ориентированного сегмента промышленности.

---

1. Иваненко Л.В., Иваненко А.А. Аэрокосмический кластер. Инновационная среда // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2015. № 9 (131). С. 165-171.

2. Барышева Е.Н. Исследование направлений развития конкурентоспособности аэрокосмических кластеров // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2015. № 9 (131). С. 251-261.

3. Стратегия социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года. URL: [http://economy.samregion.ru/programmy/strategy\\_programm/proekt\\_](http://economy.samregion.ru/programmy/strategy_programm/proekt_)



## **SAMARA CLUSTER OF AVIATION AND SPACE ENGINE BUILDING AS AN ELEMENT OF RUSSIA'S INTERNATIONAL COMPETITIVENESS**

© 2017 Khayrullova Adelya Talgatovna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: [adelya.khayrullova@mail.ru](mailto:adelya.khayrullova@mail.ru)

**Keywords:** cluster, engine building, rocket and space production, aircraft construction, SWOT-analysis, international cooperation, export-oriented segment of industry, competitiveness.

The article deals with the concept of a cluster, an innovative territorial aerospace cluster of the Samara region, namely its structure and tasks. Particularly, the subcluster of engine building is identified, as well as the strengths and weaknesses of this cluster.

УДК 658

## **КОНЦЕПЦИЯ ВНЕДРЕНИЯ НОРМАТИВНО-ЦЕЛЕВОГО БЮДЖЕТА ЗАТРАТ В ОАО "РЖД"**

© 2017 Харченко Анна Владимировна  
магистрант

© 2017 Анопченко Татьяна Юрьевна  
доктор экономических наук, профессор  
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону  
E-mail: [tuanopchenko@sfedu.ru](mailto:tuanopchenko@sfedu.ru)

**Ключевые слова:** эффективность управления, целевой бюджет, управление затратами, бюджет затрат.

Статья посвящена анализу таких понятий, как концепция нормативно-целевого бюджетирования, оптимизация затрат по перевозочным видам деятельности, непрямые производственные потери, максимизация финансового результата, которые напрямую оказывают влияние на основную деятельность компании. Авторы рассматривают данные показатели в совокупности, дают их общую оценку, а также описывают их воздействие на примере процессного подхода к планированию затрат ОАО "РЖД".

Суть внедрения данной Концепции заключается в том, чтобы добиться от перевозочного процесса максимального финансового результата, используя специализированные стандарты для мониторинга расходов по минимально допустимому техническо-технологическому уровню.

Цель Концепции заключается в усовершенствовании системы управления и классификации факторами затрат по перевозочным процессам. Реализация нормативно-целевого бюджета служит одним из составляющих комплексной концепции управления затратами компании.

Процессный подход к планированию и нормативно-целевые бюджеты затрат являются "инструментами для повышения эффективности управления расходами и качества выполнения бюджетной дисциплины", с их помощью можно намного улучшить финансовый результат.

До создания в компании ОАО "РЖД" вертикально-интегрированных филиалов, каждая железная дорога была самостоятельным организатором всего технологического процесса на собственной территории, самостоятельной хозяйствующей единицей, объединяющей все линейные структурные подразделения. Структурная реформа управления, проводимая в компании, сформировала новые реалии, в которых технологический процесс остается горизонтальным, а расходы учитываются и планируются по вертикально-интегрированным филиалам. В таких условиях возникает необходимость в дополнительных инструментах контроля затрат<sup>1</sup>.

В среднесрочной и долгосрочной перспективах одним из ключевых направлений развития экономики ОАО "РЖД" является оптимизация расходной базы и получение дополнительных возможностей для развития компании. Вследствие этого внедрения процессного подхода к управлению затратами, появилась возможность усовершенствовать управление системы ресурсов, актуализируя нормы их расхода, и появилась возможность выявить факторы, которые оказывают влияние на эффективность производственных процессов. Процессный подход также поможет провести оценку качества и эффективности выполнения однотипных работ различными подразделениями и создать основы для факторного анализа достижения целевых параметров бюджета затрат<sup>2</sup>.

На уровне СКДИ показатели бюджета производства разбиваются до измерителей по производственным операциям и статьям затрат: целевые параметры бюджета затрат - декомпозируются до затрат по производственным операциям и статьям.

Нормативно-целевой бюджет затрат - призван произвести увязку производственных планов, уставных параметров бюджета производства и затрат, а так же норм расхода ресурсов. Реализовывая нормативно-целевой бюджет затрат по производственным операциям необходимо обязательное внедрение Единого классификатора производственных операций (ЕКПО) и Типового классификатора мест возникновения затрат (Классификатор МВЗ)<sup>3</sup>.

Со стороны планирования и учета затрат в системе управления финансовыми ресурсами аналитические операции по производственным процессам яв-

ляются одной из частей "заказа управленческого учета", который имеет следующую определенную структуру:

XXXX YYZZZZ PP,

где XXXX - балансовая единица (на пр, СКЖД);

YY - место возникновения затрат (напр., дистанция, участок, бригада);

ZZZZ - статья затрат в соответствии с Классификатором статей управленческого учета затрат (напр., техническое обслуживание устройств электрической централизации);

PP - детализация статьи затрат, в том числе по производственным операциям, которые отражает ЕКПО.

Внедрение нормативно-целевого бюджета затрат по производственным операциям предполагает 100 %-ный обмен данными среди систем производственного планирования, бюджетного управления и фактического учета затрат, а так же предполагает декомпозицию самих затрат по определенным операциям до конкретного места возникновения затрат: станции, бригады, участка. Это обуславливает необходимость решения различных производственно-технических задач, в том числе для определения затрат на техническое обслуживание железнодорожных устройств в рамках методологии УРРАН (Управление ресурсами, рисками и надежностью на этапах жизненного цикла).

Детальное соединение затрат с нормативно-правовой базой позволит обеспечить непрерывный мониторинг и анализ соответствия фактического использования ресурсов и норм расхода, что будет служить обязательной частью процесса актуализации базы.

Внедрение нормативно-целевых бюджетов затрат по производственным операциям влечет за собой достаточно широкий практический спектр применения как при осуществлении стратегических целей в области управления затратами, так и при решении целого ряда прочих смежных вопросов.

Подытоживая, можно с уверенностью сказать, что все инструменты для реализации Стратегии управления затратами в ОАО "РЖД" созданы: введен справочник всей нормативной документации по производственным операциям, установлены нормы времени, установлены нормы расходов материально-технических и топливно-энергетических ресурсов.

Итак, с помощью углубленного экономического анализа и концепции нормативно-целевого бюджетирования выявляются затраты, обоснованно требующие дополнительно финансирования, оптимизации, непроизводительные потери, которые можно минимизировать.

---

<sup>1</sup> Квасова Н.В. Процессный подход при формировании параметров бюджета затрат // Автоматика, связь, информатика. 2015. № 5. С. 11-12.

<sup>2</sup> Шуваев В.А. Нормативно-целевое бюджетирование в хозяйстве автоматики и телемеханики // Автоматика, связь, информатика. 2015. № 1. С. 20-24.

<sup>3</sup> Нестерович Н.В. Опыт управления на основе процессно-ориентированного бюджетирования // Автоматика, связь, информатика. 2015. № 1. С. 25-27.

# CONCEPT OF IMPLEMENTATION OF NORMATIVE TARGET BUDGET COSTS IN JSC "RUSSIAN RAILWAYS"

© 2017 Kharchenko Anna Vladimirovna  
Undergraduate

© 2017 Anopchenko Tatyana Yuryevna  
Doctor of Economics, Professor  
Southern Federal University, Rostov-on-Don  
E-mail: tuanopchenko@sfsedu.ru

**Keywords:** management effectiveness, target budget, cost management, cost budget.

The article is devoted to the analysis of such concepts as the concepts of normative and target budgeting, optimization of costs for transportation activities, non-productive losses, maximization of financial result, which directly affect the company's core business. The author considers these indicators in aggregate, gives their overall assessment, and describes their impact on the example of the process approach to cost planning JSC "Russian Railways".

УДК 338.2

# ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО "САМАРСКИЙ ПОДШИПНИКОВЫЙ ЗАВОД")

© 2017 Хлопов Дмитрий Андреевич  
магистрант

© 2017 Никитина Наталья Владиславовна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: khlopovdima@gmail.com, nikitina\_nv@mail.ru

**Ключевые слова:** инновации, инвестиции, концепция управления цепочками поставок, оптимизированные инвестиции в инновации, комплексная модель оценки экономической эффективности инновационной деятельности.

В статье на основе исследования современных подходов к формированию системы управления инновациями показана специфика организации и управления инновационными процессами на машиностроительном предприятии, рассчитаны показатели эффективности инвестиций, которые отражают увеличение чистого дохода от инновационной инвестиционной деятельности в подразделениях предприятия.

Индустриальный сектор Самарской области, как указывают исследователи<sup>1</sup>, испытывает большие проблемы с позиций финансовой результативности входящих в него компаний. Промышленные предприятия Самарского региона ограничены сложившейся ситуацией в инвестиционных возможностях, и, что хуже всего, в сфере освоения инновационных технологий, за счет собственных источников. Однако именно собственные средства компаний выступают доминантой среди источников технологических инноваций. На их долю ложится почти 70% всех источников<sup>2</sup>.

Особое значение для современного предприятия полного цикла, такого, как Самарский подшипниковый завод, имеет концепция управления цепочками поставок (УЦП)<sup>3</sup>. Ее основу составляют элементы стратегического менеджмента, логистики, маркетинга и, естественно, информационных технологий. На основе анализа систем стратегических и операционных решений подсистемы управления цепочками поставок могут быть сформированы критерии эффективности управления инновационным развитием ОАО СПЗ, имея в виду интересы сбалансированного развития инновационного и инвестиционного аспектов<sup>4</sup>. В рассматриваемой управленческой модели в качестве основных управляемых параметров выступают (рис.1):

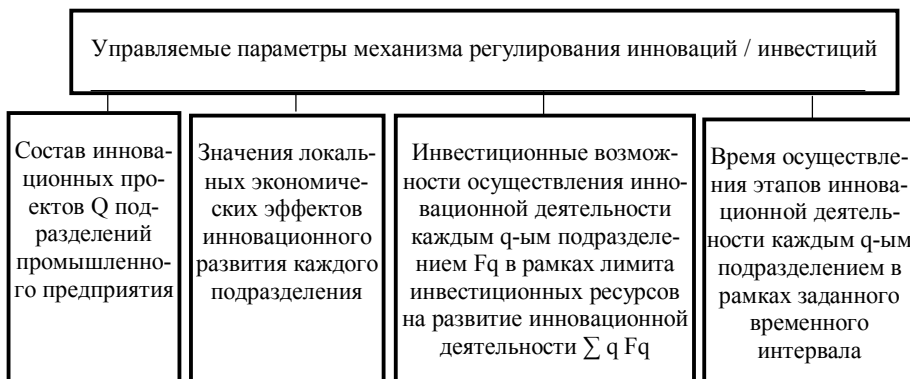


**Рис. 1. Параметры управления в механизме инновационного развития**

В соответствии с предложенной структурно-параметрической моделью менеджментом проводится анализ осуществляемых подразделениями инновационных проектов с точки зрения фактических значений критериев эффективности ( $Kqф$ ) управления инновационным развитием каждого  $q$ -го подразделения. Далее проведем анализ эффективности предложенной системы управления инновационным развитием промышленного предприятия. Для расчета оптимизации инвестиций в инновации используем плановые данные второго полугодия

2016 года, в котором инновационный эффект - то есть выпуск продукции инновационного типа должен составить:

- 1) Подшипники для промышленных предприятий - 17,62 млн. руб.;
- 2) Подшипники для автомобилей и сельхозтехники - 23,65 млн. руб.;
- 3) Железнодорожные подшипники - 34,11 млн. руб.;
- 4) Специальные подшипники - 17,16 млн. руб.;
- 5) Шестерни - 14,66 млн. руб.

В группе № 1 заводом разработана серия радиально-упорных подшипников с латунным сепаратором, технические требования которых были согласованы с представителями нефтеперерабатывающих предприятий.

В группе № 2 "Подшипники для автомобилей и сельхозтехники" инновационной разработкой, используемой на СПЗ, сталиновые подшипники трансмиссий, на кольца и тела качения которых, наносится инновационное покрытие.

В группе № 3 СПЗ разработан модифицированный вариант компактного буксового подшипникового узла для колесных тележек У25.

В группе № 4. Производится внедрение в производство подшипников для генераторов, на внешнее кольцо которых напыляется плазменное покрытие оксида кремния.

В группе № 5 СПЗ предлагает узел, состоящий из вала-шестерни и сепаратора с роликами, обеспечивающий в 2 раза больший срок эксплуатации.

Менеджмент предприятия представляет, что значения, представленные в первоначально данном диапазоне (табл. 1), являются возможными вариантами развития сценариев производства и инноваций в тот или иной момент, формирующихся под воздействием разнообразных факторов.

В плане применения метода переливания ресурсов необходимостью является перевод части инвестированных средств из одного проекта в другой, который рассматривается для реализации параллельно. Решение о переливании инвестиционных ресурсов базируется на очевидности большей эффективности другого инновационного проекта и возможности быстрого перевода необходимого количества ресурсов в него.

*Таблица 1*

**Данные для расчета оптимизации инвестиций в инновации,  
второе полугодие 2016 г.**

|                          |                               |                               |                               |                              |                               |                 |
|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| Показатели эффективности | Кф1=1,43                      | Кф2=1,28                      | Кф3=1,14                      | Кф4=1,30                     | Кф5=1,19                      | 1,268           |
| Распределение инвестиций | Фф1=14%<br>12,32 млн.<br>руб. | Фф2=21%<br>18,48 млн.<br>руб. | Фф3=34%<br>29,92 млн.<br>руб. | Фф4=15%<br>13,2 млн.<br>руб. | Фф5=14%<br>12,32 млн.<br>руб. | 88 млн.<br>руб. |

Исходя из расчетов прибыльности (NPV), рентабельности (IR) и периода окупаемости (PP), были проведены исчисления по оптимизации инвестиционных ресурсов в инновации по каждому подразделению завода.

$$K_{\phi 1} = 17,62 \text{ млн. руб.} / 12,32 \text{ млн. руб.} = 1,43$$

$$K_{\phi 2} = 23,65 \text{ млн. руб.} / 18,48 \text{ млн. руб.} = 1,28$$

$$K_{\phi 3} = 34,11 \text{ млн. руб.} / 29,92 \text{ млн. руб.} = 1,14$$

$$K_{\phi 4} = 17,16 \text{ млн. руб.} / 13,2 \text{ млн. руб.} = 1,30$$

$$K_{\phi 5} = 14,66 \text{ млн. руб.} / 12,32 \text{ млн. руб.} = 1,19.$$

Таблица 2

**Оптимизированные инвестиции в инновации, второе полугодие 2016 г.**

|                                  |                              |                              |                               |                               |                             |              |
|----------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------|
| Показатели<br>эффектив-<br>ности | Кф1=1,50                     | Кф2=1,27                     | Кф3=1,26                      | Кф4=1,29                      | Кф5=1,18                    | 1,30         |
| Распреде-<br>ление<br>инвестиций | Fф1=15%<br>13,2 млн.<br>руб. | Fф2=20%<br>17,6 млн.<br>руб. | Fф3=36%<br>31,68 млн.<br>руб. | Fф4=14%<br>12,32 млн.<br>руб. | Fф5=15%<br>13,2млн.<br>руб. | 88 млн. руб. |

Как следует из расчетов, перераспределение инвестиционных ресурсов между подразделениями ОАО позволяет без привлечения дополнительных внешних инвестиций повысить общую эффективность инновационной деятельности подразделений и предприятия в целом:

$$\Delta K = \sum_q K_{nq} - \sum_q K_{\phi q} = 1,3 - 1,268 = 0,032$$

Как показывают расчеты, на данном этапе необходимо перераспределение инвестиций в инновационную деятельность в пользу цехов № 1, № 3 и № 5. За базу для сопоставления в ходе анализе влияния новых технологий на экономику предприятия можно взять экономические данные до реализации инновационных проектов (ИП) по хозяйствующему субъекту в целом (рис. 2).

В целях оценки влияния обновленных технологий имеет смысл провести сравнительный анализ на основе расчетов и сравнения показателей непосредственно по каждому производственному участку (цеху). Используя данные по оптимизации инвестиций в инновации по цехам (табл. 2), по формуле:

$$\mathcal{E}_{Kc} = \frac{(II_1 - II_0) + (A_1 - A_0)}{I} \cdot 100\%$$



**Рис. 2. Комплексная модель оценки экономической эффективности инновационной деятельности предприятия**

Можно рассчитать эффективность инновационной деятельности по цехам (табл. 3).



Таблица 3

## Расчет экономической эффективности инновационной деятельности, млн руб.

|                                                                                 | Цех № 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Цех № 2 | Цех № 3 | Цех № 4 | Цех № 5 |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Инвестиции в инновации                                                          | 13,2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 17,6    | 31,68   | 12,32   | 13,20   |
| Прибыль от реализации до внедрения инноваций                                    | 15,4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 21,2    | 32,7    | 16,4    | 12,30   |
| Прибыль от реализации после внедрения инноваций                                 | 17,62                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 23,65   | 37,11   | 17,16   | 14,66   |
| Амортизация основных средств и нематериальных активов до внедрения инноваций    | 1,2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1,6     | 1,85    | 1,12    | 1,23    |
| Амортизация основных средств и нематериальных активов после внедрения инноваций | 1,5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1,78    | 1,95    | 1,21    | 1,45    |
| Показатель комплексной экономической эффективности инноваций, %                 | $\mathcal{E}_{Кс \text{ Цех} \text{ № } 1} = \frac{(17,62 - 15,4) + (1,5 - 1,4)}{13,2} \cdot 100 = 17,57\%$ $\mathcal{E}_{Кс \text{ Цех} \text{ № } 2} = \frac{(23,65 - 21,2) + (1,78 - 1,6)}{17,6} \cdot 100 = 14,9\%$ $\mathcal{E}_{Кс \text{ Цех} \text{ № } 3} = \frac{(37,11 - 32,7) + (1,95 - 1,85)}{31,68} \cdot 100 = 14,2\%$ $\mathcal{E}_{Кс \text{ Цех} \text{ № } 4} = \frac{(17,16 - 16,4) + (1,21 - 1,12)}{12,32} \cdot 100 = 10,56\%$ $\mathcal{E}_{Кс \text{ Цех} \text{ № } 5} = \frac{(14,66 - 12,30) + (1,45 - 1,23)}{13,20} \cdot 100 = 19,32\%$ |         |         |         |         |

В данном случае показатель эффективности инвестиций отражает увеличение чистого дохода от инновационной инвестиционной деятельности. Он определяется путем сравнения годового размера прибыли и амортизации основных средств и нематериальных активов до и после реализуемого инвестиционного проекта в инновационную деятельность. В частности, исчисление показателя комплексной экономической эффективности инноваций показало правильность перераспределения инвестиционных средств в инновации в цехах № 1 и № 5, где мы видим высокие показатели - 17,57% и 19,32% соответственно, напротив, показатель цеха № 3 - 14,2% свидетельствует о неточности в перераспределении инновационного финансирования в проекты данного подразделения, и это указывает на необходимость дополнительного исследования доходности инновационной продукции подразделения и связанных с ее реализацией денежных потоков.

<sup>1</sup> Порогский Е.С. Финансовое состояние промышленных предприятий Самарской области как ограничивающий фактор реализации инновационного потенциала региона // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. № 3. С. 61-68.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Павлова Н.И. Методика анализа инновационной активности хозяйствующих субъектов в регионах на основе использования показателей интенсивности и эффективности инновационной деятельности // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 16 (415). С. 36-46.

<sup>4</sup> Никитина Н.В., Балановская А.В., Волкодаева А.В. Типы угроз системы информационной безопасности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 8 (130). С. 48-56.

## INCREASE OF EFFICIENCY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE (EXAMPLE OF JSC "SAMARA BEARING FACTORY")

© 2017 Khlopov Dmitry Andreevich  
Undergraduate

© 2017 Nikitina Natalia Vladislavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: khlopovdima@gmail.com, nikitina\_nv@mail.ru

**Keywords:** innovations, investments, concept of management of chains of deliveries, the optimized investments into innovations, complex model of an assessment of economic efficiency of innovative activity.

Specifics of the organization and management of innovative processes at machine-building enterprise are shown in article on the basis of a research of modern approaches to formation of a control system of innovations; indicators of efficiency of investments which reflect increase in net income from innovative investment activity in divisions of the enterprise are calculated.

УДК 311.4: 368.013

## ИЗУЧЕНИЕ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРАХОВОГО РЫНКА В РОССИИ

© 2017 Цыпин Александр Павлович  
кандидат экономических наук, доцент  
Оренбургский государственный университет  
E-mail: zipin@yandex.ru

**Ключевые слова:** страхование, страховой рынок, добровольное страхование, обязательное страхование, статистика.

Рассмотрены ключевые показатели, характеризующие рынок страхования в России. На основе статистических методов проведен анализ их динамики и структуры, в результате чего установлены основные закономерности развития.

Множество рисков, существующих в рыночной экономике, порождают необходимость формирования "буфера" предназначенного для снижения (или полного нивелирования) их негативного воздействия на институциональные единицы<sup>1</sup>. Также формирование страховых запасов, является источником "длинных" денег в экономике<sup>2</sup>. Отсюда следует, что изучение тенденций и закономерностей, складывающихся на страховом рынке, является актуальной задачей экономической науки.

На первом этапе изучения динамики показателей характеризующих страховой рынок России обратимся к графическому анализу и рассмотрим траекторию движения страховых премий (см. рисунок).

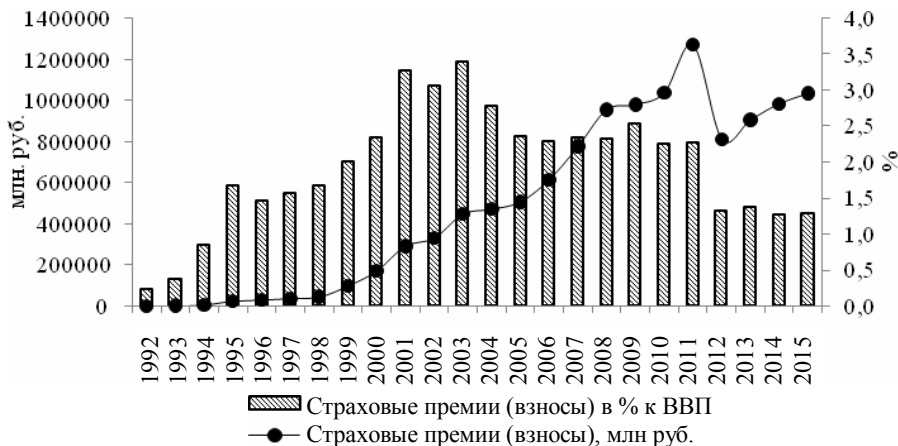


*Рис. Динамика страховых премий (взносы) в России*

Согласно представленной на рисунке динамике, на всем протяжении рассматриваемого периода страховые премии находятся выше, нежели страховые выплаты, в результате чего сальдо оставалось положительным (страховщики получали прибыль).

Также стоит указать на рост показателей, со значительным падением в 2012-2013 гг. до уровня 2006-2007 годов. Трудно сказать, можно ли отнести рост показателей на счет роста страхового рынка или это результат инфляционных процессов. Поэтому для нивелирования влияния инфляции, было проведено соотношение рассматриваемого показателя с ВВП России. Переход к относительным величинам<sup>3</sup>, выявляет не совсем позитивную картину, так до 2003 года показатели имеют тенденцию к росту, после выделенной точки, стремятся к нулю, т.е. наблюдается нелинейная динамика показателя.

Для описания долговременной составляющей временного ряда (тренда, основной тенденции, траектории) в статистике чаще всего используют аналитическое выравнивание<sup>4</sup>. В результате выполнения данной процедуры получаем следующее уравнение:  $\hat{y}_t = 1,022 + 0,3287t_t - 0,016t_t^2$  ( $y$  - страховые премии (взносы) в % к ВВП;  $t$  - моменты времени).

Используя полученное уравнение, проведем прогнозирование на период 2016-2018 гг., результаты которого представим в таблице 1.

*Таблица 1*

**Прогнозы страховых премий и выплат на основе параболы второго порядка**

| Показатели                          | Прогнозы             | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. |
|-------------------------------------|----------------------|---------|---------|---------|
| Страховые премии (взносы) в % к ВВП | Предсказанные уровни | 0,526   | 0,137   | -0,284  |
|                                     | -95,0 % дов. граница | -0,058  | -0,562  | -1,110  |
|                                     | +95,0 % дов. граница | 1,109   | 0,835   | 0,543   |

Появление в таблице отрицательных значений указывает на неудовлетворительное положение дел на рынке страхования, т.е. под влиянием внешних причин, связанных с кризисными ситуациями в экономике, физические и юридические лица неохотно обращаются в страховые компании.

Далее рассмотрим структуру страховых премий и выплат по добровольному и обязательному страхованию. Так в 2015 году наибольшую долю в как премий так и выплат составляла категория "страхование имущества", на долю категории приходится 48% и 55% соответственно. Также значительный дельный вес имеет личное страхование 27% и 31%. Остальные категории добровольного страхования имеют незначительный объем.

Что касается обязательного страхования, то более 85% премий и выплат приходится на ОСАГО, что объяснимо, так как в собственности физических и юридических лиц сосредоточено огромное количество автотранспорта<sup>5</sup>. Из проблем данного сегмента рынка можно выделить участвовавшие в последнее время уход автовладельцев от данного вида страхования, несмотря на штрафы. Этот факт, прежде всего, связан с высокими взносами, на фоне снижения уровня жизни и недобросовестностью страховщиков, которые в большинстве случаев предпринимают все, для снижения страховых выплат.

Подводя итог проведенного статистического изучения структуры и динамики страхового рынка России, можно сделать ряд выводов:

1) несмотря на уменьшение количества страховщиков и циклические колебания экономики, рынок страхования растет и развивается. Так наблюдается обвал в 2012 году, после которого рынок отыграл потерянные позиции (вышел на докризисный уровень).

2) наблюдается достаточно стабильный рост добровольного страхования, в то время как обязательное страхование подвержено сильным изменениям. На конец 2015 года доля добровольного страхования составила 76 % по премиям и 72 % по выплатам;

3) добровольное имущественное страхование является наиболее востребованным на рынке страхования и наиболее прибыльным для страховщиков.

<sup>1</sup> Коробейникова Е.В. Трансформация финансово-посреднических функций страховых организаций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 3 (125). С. 129-132.

<sup>2</sup> См.: Носов В.В. Статистическая оценка государственной политики в сельскохозяйственном страховании // Островские чтения. 2015. № 1. С. 256-261;

Носов В.В., Котар О.К. Проблемы сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой // Аграрный научный журнал. 2012. № 8. С. 81-87.

<sup>3</sup> Цыпин А.П., Ковалев А.Г. Информационное обеспечение процесса построения исторических временных рядов социально-экономических показателей России // Научное ведение. 2014. № 6 (25). С. 50.

<sup>4</sup> Цыпин А.П., Фаизова Л.Р. Статистика в табличном редакторе MicrosoftExcel : лабораторный практикум. Оренбург : Оренбург. гос. ун-т, 2016.

<sup>5</sup> Шерстнева Т.Б., Юдина Д.В. Обязательное страхование космических рисков в современной практике российского страхового дела // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 7 (117). С. 115-119.

## STUDYING OF DYNAMICS OF INDICATORS OF THE INSURANCE MARKET IN RUSSIA

© 2017 Tsypin Aleksandr Pavlovich  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Orenburg State University  
E-mail: zipin@yandex.ru

**Keywords:** insurance, insurance market, voluntary insurance, obligatory insurance, statistics.

In article the key indicators characterizing the market of insurance in Russia are considered. On the basis of statistical methods the analysis of their dynamics and structure therefore the main consistent patterns of development have been determined is carried out.

УДК 347.73

## ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ САНКЦИИ В НАЛОГОВОМ ПРАВЕ

© 2017 Частухина Татьяна Александровна\*  
студент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: 452272028@mail.ru

**Ключевые слова:** налоговое право, структура нормы права, налоговая санкция, налог, норма.

Формулируется понятие налоговой санкции. Анализируются подходы к понятию и содержанию санкций в структуре норм налогового права.

---

\* Научный руководитель - **Казанкова Т.Н.**, кандидат педагогических наук, доцент.

В научной литературе и законодательстве термин "санкция" употребляется в самом широком смысле. Так, под санкцией понимают часть нормы, в которой содержится указание на меры государственного принуждения (воздействия) в отношении правонарушителя, или же как государственную меру, применяемую к нарушителю установленных норм и правил, а также формы и меры ответственности, носящие карательный характер<sup>1</sup>.

В теории налогового правасанкцией называют часть нормы, которая указывает на неблагоприятные последствия, наступающие для правонарушителя. Законодатель в статье 114 Налогового кодекса РФ<sup>2</sup> указывает на то, что налоговая санкция - это мера ответственности за совершение налогового правонарушения.

В юридической литературе отмечается, что "сущность" конкретного определения является "просто пунктом, который важно выяснить для данного времени (в связи с данной целью, ради которой рассматривается предмет)"<sup>3</sup>. Поэтому, проанализируем различные подходы к определению понятия "налоговая санкция".

Ю.А. Крохина утверждает, что налоговая санкция является одной из форм реагирования государства на нарушение налогового законодательства и внешнее выражение государственного принуждения за совершение налогового правонарушения<sup>4</sup>.

Профессор Грачева Е.Ю. понимает налоговую санкцию, как часть налоговой меры, которая предполагает негативный результат нарушения налоговых обязанностей<sup>5</sup>.

Также, по мнению Елизаровой Н.В., налоговая санкция является способом государственного принуждения, который применяется в области публичной финансовой сферы<sup>6</sup>.

Налоговая санкция является разновидностью финансово-правовой санкции и характеризуются такими основными признаками, как:

- выступает в качестве меры налоговой ответственности;
- является средством защиты от налоговых правонарушений;
- для нее характерны судебный и внесудебный характер применения;
- связана с определенными лишениями имущественного характера;
- для применения необходимо наличие состава налогового правонарушения.

Как приводилось выше, законодательство определяет налоговую санкцию как меру ответственности за совершение налогового правонарушения. Однако санкции в нормах налогового права помимо мер ответственности могут содержать в себе разнообразные меры восстановительного, предупредительного и принудительного воздействия.

Содержащиеся в налоговой санкции меры восстановительного характера направлены на устранение ущерба, который нанесен государству противоправными действиями субъекта, а также на восстановление нарушенных прав государства.

Меры предупредительного и принудительного воздействия имеют своей целью предупреждение налоговых правонарушений и воспитание у налогоплательщиков чувства ответственности пред государством, повышение правовой культуры граждан.

Кроме того, в случае нарушения гражданином обязанности по уплате налогов, государство вынужденно применить санкции правовосстанавливающего характера, в первую очередь для восстановления своих имущественных прав.

Наиболее распространенной на данный момент в налоговом праве является классификация налоговых санкций как элементов структуры налогово-правовых норм. Исходя из нее, санкции делят на абсолютно-определенные, относительно-определенные и альтернативные<sup>7</sup>.

Санкции, которые предусматривают юридическую ответственность, как правило, должны обладать относительно-определенным характером, что в первую очередь позволяет индивидуализировать наказание в соответствии с последствиями и тяжестью правонарушения. Но большинство налоговых санкций носит абсолютно-определенный характер, то есть они установлены в твердой денежной сумме, а альтернативных санкций налоговое законодательство не предусматривает вообще<sup>8</sup>.

Такое положение дел не может свидетельствовать о справедливости и соразмерности применяемых санкций степени тяжести совершенного налогового правонарушения.

Проблема определения места налоговой санкции в структуре налогового права имеет особое значение для законотворчества и правоприменения. Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что налоговые санкции определяются как мера ответственности за совершенное налоговое правонарушение, которой свойственны меры как принудительного, и предупредительного, так и правовосстанавливающего характера.

---

<sup>1</sup> См.: Хачатуров Р.Л., Ягутян Р.Г. Юридическая ответственность. Тольятти : Междунар. акад. бизнеса и банк. дела, 1995. С. 61.

<sup>2</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 03.08.1998. № 31. Ст. 3824.

<sup>3</sup> Сидорова А.В., Черевиченко Т.С. Становление и развитие понятия "налог" // Вестник Волжского университета им. Татищева. Тольятти, 2017. Т. 2. № 1. С. 10.

<sup>4</sup> Крохина Ю.А. Финансовое право России : учеб. для вузов. М. : Норма, 2004. С. 99.

<sup>5</sup> Грачева Е.Ю. Финансовое право : учеб. для бакалавров. М. : Проспект, 2013. С. 105.

<sup>6</sup> Елизарова Н.В. Налоговое право : учеб. курс. М. : Центр дистанц. технологий МИ ЭМП, 2010. С. 51.

<sup>7</sup> Демин А.В. Санкции в структуре норм налогового права: понятие, виды, тенденции // Вектор науки ТГУ. 2010. № 3 (3). С. 57.

<sup>8</sup> Там же.

# PROBLEMS OF DETERMINING OF TAX SANCTION IN TAX LAW

© 2017 Chastukhina Tatiana Aleksandrovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: 452272028@mail.ru

**Keywords:** tax law, structure of the rule of law, tax sanction, tax, the rule of law.

The article formulates the concept of tax sanction. Approaches to the concept and content of sanctions in the structure of tax law norms are analyzed.

УДК 336.71

## СУЩНОСТЬ БАНКОВСКИХ РИСКОВ И ИХ МИНИМИЗАЦИЯ

© 2017 Частухина Татьяна Александровна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 452272028@mail.ru

**Ключевые слова:** банковский риск, правовое регулирование, банк, банковская деятельность.

Формулируется понятие банковского риска. Анализируются проблемы правового регулирования минимизации банковских рисков и методы их минимизации.

Банковская деятельность является видом предпринимательской деятельности, которая имеет свои особенности, обуславливающие ее особое правовое регулирование. На сегодняшний день актуальным остается вопрос правового регулирования минимизации банковских рисков. Но трудности, возникающие в области правового регулирования, обуславливаются экономическим характером рисков, ведь именно в экономической области лежат вопросы, связанные с минимизацией банковских рисков<sup>1</sup>. Как верно отмечается в юридической литературе "сущность" конкретного определения является "просто пунктом, который важно выяснить для данного времени (в связи с данной целью, ради которой рассматривается предмет)"<sup>2</sup>. Попробуем выявить сущность такого понятия как "банковский риск".

На сегодняшний день нормативно-правовое определение банковского риска отсутствует. Но данное определение имеет место быть в ненормативных документах. Так, в Письме Банка России "О типичных банковских рисках"<sup>3</sup> дается определение банковского риска. В соответствии с данным Письмом, под бан-

---

\* Научный руководитель - Сидорова Анна Викторовна, старший преподаватель.



ковским риском понимается присущая банковской деятельности вероятность понесения кредитной организацией потерь или ухудшение ликвидности вследствие наступления неблагоприятных событий, обусловленных как внутренними, так и внешними факторами.

В качестве внутренних факторов можно привести такие, как текучесть кадров, организационные изменения и уровень квалификации сотрудников. А к одним из основных внешних факторов относят изменение экономических условий деятельности кредитной организации<sup>4</sup>.

В указанном выше документе также приводятся разновидности банковских рисков, которые вытекают из банковской деятельности. К ним относят валютный, фондовый, кредитный, процентный, операционный риски, а также риск потери деловой репутации и правовой риск<sup>5</sup>.

Таким образом, в связи с отсутствием законодательного закрепления банковских рисков, представляется возможным закрепить в ФЗ "О банках и банковской деятельности"<sup>6</sup> приведенное выше определение. К тому же на наш взгляд следует дать перечень основных рисков, которые сопровождают банковскую деятельность на законодательном уровне.

Следует отметить, что правовое регулирование минимизации банковских рисков прежде всего связано с государственным регулированием деятельности банков, с целью обеспечения стабильности банковской системы.

Государственное регулирование заключается в установлении правил, которые являются обязательными для всех банков. В качестве примера можно привести требования по соблюдению обязательных экономических нормативов, установление обязательных банковских резервов и оценка кредитного риска<sup>7</sup>.

Помимо данных правил и требований существуют иные способы минимизации банковских рисков. К наиболее важным из них можно отнести кредитное страхование и обеспечительные сделки.

Кредитное страхование заключается в предложении клиенту (должнику по кредиту) присоединиться к системе кредитного страхования. Сами банки согласно ст. 5 ФЗ "О банках и банковской деятельности" не могут осуществлять страховую деятельность, в данном случае они выступают в качестве посредников между гражданином и страховой организацией, взимая соответствующую комиссию. Все это позволяет минимизировать риск невозврата должником денежных средств банку.

Сделки по обеспечению также снижают банковский риск путем дальнейшей возможности возмещения задолженности клиента из стоимости его имущества, если имел место залог, или возмещение третьим лицом, при поручительстве или независимой гарантии.

Таким образом, наряду с государственным регулированием минимизации банковских рисков существуют альтернативные способы, предусмотренные законом. Все они в первую очередь направлены на соответствующую оценку и минимизацию банковского риска.

---

<sup>1</sup> Сидорова А.В., Коннина Е.С. Конституционное регулирование экономики Российской Федерации // Бюллетень науки и практики. 2016. № 11 (12). С. 203. URL: <http://www.bulletennauki.com/sidorova-konnina> (дата обращения: 11.04.2017).

- <sup>2</sup> Сидорова А.В., Черевиченко Т.С. Становление и развитие понятия "налог" // Вестник Волжского университета им. Татищева. Тольятти, 2017. Т. 2. № 1. С. 10.
- <sup>3</sup> Письмо Банка России от 23.06.2004 № 70-Т "О типичных банковских рисках" // Вестник Банка России. 2004. № 38.
- <sup>4</sup> Банковские риски : учеб. пособие / под ред. О.И. Лаврушина, Н.И. Валенцовой. М. : КноРус, 2007. С. 14.
- <sup>5</sup> Чадаева Я.Б. Правовое регулирование минимизации банковских рисков в рамках банковского кредитования // Право и экономика в современном мире (актуальные проблемы предпринимательского права). М., 2015. С. 152-166.
- <sup>6</sup> Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 "О банках и банковской деятельности" // Собрание законодательства РФ. 05.02.1996. № 6. Ст. 492.
- <sup>7</sup> Макаров И.С. Отраслевые риски кредитования // Банковское кредитование. 2013. № 5. С. 81.

## THE NATURE OF BANKING RISKS AND THEIR MINIMIZATION

© 2017 Chastukhina Tatiana Aleksandrovna  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: 452272028@mail.ru

**Keywords:** banking risk, legal regulation, banks, banking.

The article formulates the concept of banking risk. Problems of legal regulation of minimization of bank risks and methods of their minimization are analyzed.

УДК 338

## ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕКОНСТРУКЦИИ СУДОХОДНЫХ ГИДРОТЕХНИЧЕСКИХ СООРУЖЕНИЙ

© 2017 Чудаева Александра Александровна  
кандидат экономических наук  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: chudaeva@inbox.ru

**Ключевые слова:** реконструкция, экономическая эффективность инвестиций, судоходные гидротехнические сооружения, оценка эффективности, дисконтирование.

Представлены принципы, в соответствии с которыми следует проводить оценку эффективности мероприятий по реконструкции судоходных гидротехнических сооружений в целях повышения эффективности реализации подпрограммы "Внутренний водный транспорт" федеральной целевой программы "Развитие транспортной системы России (2010 - 2020 годы)", и подход к определению показателей экономической эффективности.

В Российской Федерации реализуется подпрограмма "Внутренний водный транспорт" ФЦП "Развитие транспортной системы России (2010 - 2020 годы)". Подпрограмма направлена на достижение таких целей, как: развитие современной и эффективной транспортной инфраструктуры, обеспечивающей ускорение товародвижения и снижение транспортных издержек в экономике; повышение конкурентоспособности транспортной системы РФ и реализация транзитного потенциала страны; повышение комплексной безопасности и устойчивости транспортной системы Российской Федерации.

Для достижения поставленных целей в подпрограмму включены мероприятия по комплексной реконструкции судоводных гидротехнических сооружений, имеющих предельный износ конструктивных элементов, требующих их полной замены с изменением технических параметров, улучшающих эксплуатационные показатели работы.

Эффективная реализация данных мероприятий предполагает решение задачи оценки экономической целесообразности инвестиций, направленных на комплексную реконструкцию гидротехнических сооружений, с целью повышения их надежности.

В соответствии с "Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов (Вторая редакция)"<sup>1</sup> при оценке экономической эффективности инвестиций следует отразить все потоки денежных средств (и притоки, и оттоки), используя при этом международную практику оценки эффективности инвестиций, которая базируется на концепции временной стоимости денег и основана на ряде принципов:

1) эффективность использования инвестируемого капитала оценивается путем сопоставления денежного потока, который формируется в процессе реализации инвестиционного проекта и исходной инвестиции. Проект считается эффективным, если обеспечивается возврат исходной суммы инвестиций и требуемая доходность для инвесторов;

2) инвестируемый капитал, равно как и денежный поток, приводится к настоящему времени или к определенному расчетному году (который, как правило, предшествует началу реализации проекта);

3) процесс дисконтирования капитальных вложений и денежных потоков осуществляется по различным ставкам дисконта, которые определяются в зависимости от особенностей инвестиционных проектов. При определении ставки дисконта учитываются структура инвестиций и стоимость отдельных составляющих капитала.

В рыночных условиях хозяйствования экономическая эффективность определяется с позиции требований инвестора, выражающего свои требования к уровню доходности вкладываемых им средств при помощи показателя нормы дисконта, под которой понимается соотношение прибыли и средств, инвестируемых в создание и/или развитие предприятия, выраженное в процентах или долях единицы. В литературе встречается множество разных названий данного показателя - ставка дисконта, норма дисконта, норма дохода, норма прибыли, ставка сравнения, норматив дисконтирования и др.

Инвестором в проектах реконструкции СГТС выступает государство. Следовательно, при принятии решения о том, в каком размере в расчетах следует принять норму дохода, можно ориентироваться на 13% - именно эта величина определена в качестве норматива дисконтирования в ФЦП "Развитие транспортной системы России (2010-2020 годы)".

Для оценки экономической эффективности мероприятий, направленных на реконструкцию СГТС, следует определить притоки и оттоки, описывающие эти мероприятия. Для формирования денежных потоков должны использоваться не абсолютные величины, а приростные. Организация, в которой проводится реконструкция, - действующая, следовательно, для оценки эффективности предлагаемых вариантов реконструкции необходимо использовать в расчетах те изменения, которые произойдут на предприятии в связи с использованием новых технических решений.

В качестве денежных потоков следует учитывать изменения таких параметров как: затраты на реконструкцию, расходы по оплате электроэнергии, затраты на текущий и капитальный ремонты с указанием их периодичности, расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, расходы по оплате труда персонала и др.. И если затраты на реконструкцию однозначно будут являться оттоками, то изменения остальных показателей может быть как положительным, так и отрицательным. Очевидно, что чем меньше электроэнергии будет потреблять СГТС при использовании новых технических решений, чем меньше будут РСЭО и затраты на ремонты, чем меньше будет фонд оплаты труда, тем экономически выгоднее будет данное решение в сравнении с существующим вариантом и альтернативными.

Определяться же периодичность проведения ремонтов, а, значит, и величина затрат, связанных с ними, будет надежностью технической системы, предлагаемой к использованию на СГТС, и таким показателем, характеризующим ее, как интенсивность отказов. Этот показатель, в свою очередь, зависит от многих факторов, и может принимать разные значения. Чтобы отразить многовариантность поведения технической системы в расчетах экономической эффективности, следует представить несколько сценариев реализации инвестиционного проекта с использованием технической системы (как правило, три). Если имеются статистические сведения о поведении технической системы на СГТС в предшествующие периоды времени, то следует учитывать их, если же нет, то необходимо воспользоваться данными, которыми обладают проектировщики технических систем.

Большинство технических решений, предлагаемых отечественными разработчиками для СГТС, являются инновационными, специально созданными под конкретное гидротехническое сооружение. По этой причине, несмотря на то, что на российских СГТС ведется учет наступления отказов в работе шлюзов, статистических сведений о выходах из строя внедряющихся в результате реконструкции решений пока нет.

Определение денежных потоков в привязке к каждому шагу реализации инвестиционного проекта позволяет определить чистый доход, который рассчитывается как разница между притоками и оттоками. Продисконтировав полученные значения чистого дохода получаем показатель чистого дисконтированного дохода, на основании которого можем рассчитать дисконтированный срок окупаемости и индекс доходности. Также значения чистого дохода позволяют определять внутреннюю ставку доходности. Полученные в результате расчетов значения позволяют сделать выводы об экономической целесообразности инвестирования средств в различные мероприятия по реконструкции гидротехнических сооружений.

---

<sup>1</sup> Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: (Вторая редакция) / М-во экономики РФ, М-во финансов РФ; ГК РФ по строительству, архитектуре и жилищной политике ; рук. авт. кол.: В.В. Косов, В.Н. Лившиц, А.Г. Шахназаров. М. : Экономика, 2000.

<sup>2</sup> См. также: Ащеулов А.В. Методология проектирования гидравлических подъемных механизмов разводных мостов : дис. ... д-ра техн. наук : 05.05.04, 05.02.02. СПб., 2007;

Коновалова М.Е., Жихор И.И. Принципы оценки эффективности инвестиционных проектов и их реализация в инвестиционной политике предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103);

Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (Вторая редакция, испр. и доп.) : утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477. URL: <http://tpprf.ru/ru/activities/investment/analitic/mam03>;

Моисеева Е.В. Динамические методы оценки экономической эффективности проектов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 6 (32);

Морозов В.Н. Техничко-экономические аспекты инновационно-инвестиционной модернизации приводов шлюзов гидротехнических сооружений // Гидропривод ворот и затворов шлюзов судоходных гидротехнических сооружений : сборник НТМ. Самара, 2013. С. 6-14;

Морозов В.Н. Инновационные методы проектирования при строительстве и реконструкции СГТС // Гидротехника XXI век. 2012. № 3 (6). С. 25-28;

Морозов В.Н. и др. Результаты апробации комбинированной частотно-дрессельной системой управления гидроприводами подъемно-опускных ворот ВПВ шлюза №26 ФБУ "Администрация Волжского бассейна" Информационно-измерительные и информационные системы. Сборник научных статей. Вып. 1 (9). Самара : СамГТУ, 2014;

Николаенко Ю.И. Обоснование технических решений водопропускных сооружений с учетом особенностей гидравлических режимов в эксплуатационных условиях : дис. ... д-ра техн. наук : 05.23.07. Санкт-Петербург, 2000;

Ситников А.П. Методы оценки эффективности инвестиций в социально-экономические проекты // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 3 (65);

Тойменцева И.А. Оценка социально-экономической эффективности инвестиционных проектов предприятий пассажирского транспорта // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 1 (63).

# **APPROACH TO DETERMINATION OF EFFICIENCY OF ACTIVITIES ON RECONSTRUCTION OF SHIPPING HYDROTECHNICAL CONSTRUCTIONS**

© 2017 Chudaeva Aleksandra Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: chudaeva@inbox.ru

**Keywords:** reconstruction, economic efficiency of investments, navigable hydraulic structures, efficiency evaluation, discounting.

The principles are presented in accordance with which it is necessary to evaluate the effectiveness of measures for the reconstruction of navigable hydraulic structures in order to increase the efficiency of the sub-program "Inland Water Transport" of the federal target program "Development of the Russian transport system (2010-2020)" and the approach to determining Indicators of economic efficiency.

УДК 338.012

## **АНАЛИЗ ПРОДУКЦИИ ОТРАСЛЕЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ПРОИЗВОДИМОЙ ИЗ ЗЕРНА**

© 2017 Чулкова Елена Александровна  
доктор экономических наук, профессор  
© 2017 Сивожелезов Артем Анатольевич  
аспирант

Оренбургский государственный аграрный университет  
E-mail: ipru\_osau@mail.ru

**Ключевые слова:** зерновое производство, пищевая промышленность, рынок хлеба и хлебобулочных изделий.

Раскрыта важность зернового производства в решении проблемы продовольственной безопасности региона, показана значимость отраслей пищевой промышленности, выпускающих вырабатываемую из зерна продукцию. На примере анализа рынка хлеба и хлебобулочных изделий освещены проблемы предприятий и необходимость повышения их конкурентоспособности.

Зерновая отрасль занимает важнейшее положение в аграрной сфере по стратегической и социально-экономической значимости. Зерно, во-первых, это

основа питания для населения, так как из него производят хлеб, макаронные изделия, крупы и др., во-вторых, оно является важнейшей кормовой базой для скота и птицы, концентрированные корма высокопитательны, легко поддаются механизации и автоматизации приготовления. Следовательно, зерновое производство выступает как источник производства молока, мяса, яиц и других продуктов. Развитию зернового хозяйства уделяют особое внимание как на государственном уровне, так и на уровне субъектов РФ и их муниципальных районов. В структуре агропромышленной системы Оренбуржья, зерновое производство имеет значительный удельный вес, что определяет первостепенную роль зернового подкомплекса в развитии региональной агроэкономики.

Анализ взаимосвязей видов экономической деятельности аграрного сектора и валового объема продукции сельского хозяйства этого региона в динамике<sup>1</sup> показал, что наибольшее влияние на этот результирующий показатель оказывает производство скота и птицы на убой, вторым по значимости является валовой сбор зерна. Развитие зернового хозяйства как отрасли растениеводства зависит от многих факторов, которые различны по степени влияния на его конечные результаты. В связи с этим производственные процессы, как показывают проведенные исследования в работах<sup>2</sup> отличаются большой нелинейностью и, следовательно, высокой нестабильностью, что затрудняет их прогнозирование<sup>3</sup>. Уровень развития зернового производства во многом определяет экономическую стабильность в стране, ее продовольственную безопасность<sup>4</sup>. Этот аспект особенно важен в современных условиях, когда РФ приходится противостоять санкциям США и государствам Евросоюза.

Так как обеспечение населения продовольствием является важнейшим фактором национальной безопасности, то в решении этой стратегической задачи особое место принадлежит пищевой промышленности, среди приоритетных производств которой находятся отрасли, выпускающие продукцию, вырабатываемую из зерна. На первом этапе исследования нами проведен анализ динамики объемов выпуска по этим видам продукции в 2000-2013 гг., исключая кризисный период, вызванный, прежде всего, санкционными мерами западных стран и России. Анализ динамики производства продукции, производимой из зерна, в Оренбургской области показал, что в период с 2000 г. по 2013 г. производство крупы сократилось, практически, вдвое (на 53,3%) и к концу периода составило 18,2 тыс. тонн. Объем выпускаемых макаронных изделий только к 2013 г. достиг уровня 2000 г. - 3,4 тыс. тонн, в другие годы периода, за исключением 2006 г., объем производства этой группы продукции из зерна был значительно меньше. В то же время нельзя не отметить, что производство хлеба и хлебобулочных изделий в Оренбургской области увеличено на треть (на 36,7%) и в конце периода достигло 76,7 тыс. тонн. Производство муки также возросло, хотя и в меньшей степени. Оно доведено до 229,4 тыс. тонн, то есть на 17,8% больше, чем в базисном году.

В анализируемый период на фоне происходящего увеличения цен на зерно, средние потребительские цены на продовольственные товары, вырабатываемые из него, в Оренбургской области также выросли в несколько раз. Так,

средняя цена на пшеничную муку стала выше в 2,9 раза и в 2013 г. составила 22,79 рублей за кг, на хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки высшего сорта выросла в 3,3 раза и достигла 39,33 рублей за кг, а макаронные изделия подорожали в 2,3 раза и стали стоить 35,45 рублей за кг.

На втором этапе исследования выполнялся анализ динамики рынка хлеба и хлебобулочных изделий как в целом по региону, так и в разрезе отдельных предприятий. Выпуском хлеба и хлебобулочных изделий в Оренбургской области занимаются как крупные и средние фирмы, так и малые предприятия. С учетом малых предприятий наибольший выпуск продукции наблюдается в 2013 г., он равен 76684 тонны. Наступление экономического кризиса существенно снижает объем производства. Так, в 2014 г. этот показатель снизился на 4872 тонны (на 6,4%) против предыдущего года, а в 2015 году уменьшился еще более значительно на 8878 тонн. По крупным и средним предприятиям также имеет место ежегодный спад объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий, в 2015 г. против 2012 г. спад достигает 5164,23 тонны (14,8%).

Основными товаропроизводителями в этой сфере по показателям годового производства в 2015 г. являются: ООО "Городской торг", г. Бузулук; ОАО "Оренбургский хлебокомбинат"; ЗАО "Орский хлеб"; ЗАО "Хлебопродукт "ДМВ", г. Орск; ООО "Ясненский хлебозавод"; ЗАО "Дмитровское", г. Оренбург. Годовое производство каждого из них превышает 1000 тонн, в разрезе предприятий колебания показателя составили от 1047,35 тонн (ООО "Ясненский хлебозавод") до 9846,00 тонн ООО "Городской торг" (г. Бузулук). Рост выпуска по отношению к 2012 г. отмечается лишь на двух предприятиях - ООО "Городской торг" (120,5%), ОАО "Оренбургский хлебокомбинат" (115,5%); небольшое снижение присутствует на ООО "Ясненский хлебозавод" (0,5%); остальные товаропроизводители достаточно резко уменьшили выпуск своей продукции. Например, по сравнению с 2012 г. в конце анализируемого периода произошло снижение объема выпуска в ЗАО "Орский хлеб" до 63,6%, в ООО "Ириклинская пекарня", Новоорский район до 66,8%, ОАО "Александровская сельхозтехника" до 80,4%. Некоторые предприятия (в основном те, для которых это вид деятельности не является основным) перестали выпекать хлеб и хлебобулочные изделия.

В целом к концу периода объем выпуска по всем рассматриваемым предприятиям по отношению к базовому году составил лишь 85,2%. Естественно, что необходимо принятие и реализация комплекса мероприятий по поддержке предприятий пищевой промышленности, вырабатываемой из зерна. Требуется создание экономических условий повышения их эффективности и обеспечения их конкурентоспособности, что позволило бы укрепить позиции этих отраслей на рынке.

---

<sup>1</sup> Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А. Исследование взаимосвязей видов экономической деятельности аграрного сектора экономики региона // Экономика региона. 2010. № 4 (24). С. 194-198.

<sup>2</sup> См.: Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А. Экономико-статистический анализ сельскохозяйственного производства Оренбургской области // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 5 (43). С. 51-55;



Чулкова Е.А. Эконометрические модели в исследовании аграрного производства региона // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2011. № 1. С. 115-118.

<sup>3</sup> Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А. Прогнозирование аграрного производства региона с применением адаптивных моделей // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2012. № 1. С. 208-211.

<sup>4</sup> Шишкин А.Ф., Позднякова Е.И. Рынок зерна как фактор экономической безопасности России // Вестник Тамбовского университета. Серия гуманитарные науки. 2009. Вып. 12 (80). С. 116-118.

## **ANALYSIS OF PRODUCTS OF SECTORS OF FOOD INDUSTRY PRODUCED FROM GRAIN**

© 2017 Chulkova Elena Aleksandrovna

Doctor of Economics, Professor

© 2017 Sivozhelezov Artem Anatolyevich

Postgraduate

Orenburg State Agrarian University

E-mail: ipru\_osau@mail.ru

**Keywords:** grain production, food industry, bread and bakery market.

The article reveals the importance of grain production in solving the problem of food security in the region, shows the importance of food industry branches that produce products from grain. On the example of the analysis of the market of bread and bakery products, the necessity of increasing the competitiveness of the corresponding enterprises is substantiated.

*УДК 339.543*

## **МЕСТО И РОЛЬ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ В СИСТЕМЕ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

© 2017 Чупахина Полина Алексеевна

студент

Оренбургский государственный университет

E-mail: polinka.19@mail.ru

**Ключевые слова:** таможенная стоимость, таможенно-тарифное регулирование, внешнеэкономическая деятельность, внешний рынок.

Рассматриваются таможенно-тарифное регулирование, его система, понятие, функции и сущность таможенной стоимости.

Основу внешнеэкономических связей Российской Федерации составляет внешняя торговля. Наша страна все больше интегрируется в международное пространство, так, Россия является членом Евразийского экономического союза (ЕАЭС), Всемирной торговой организации (Россия вступила во Всемирную торговую организацию и стала ее 156-м членом 22 августа 2012 года).

Национальная система государственного регулирования внешнеторговой деятельности должна с одной стороны основываться на международных нормах и зарубежной практике, которые обеспечат благоприятные условия для развития ВЭД и содержат прозрачные и эффективные механизмы принятия решений, с другой стороны, она должна обеспечить защиту интересов нашего государства и других стран-участниц ЕАЭС в процессе международного экономического сотрудничества. Важнейшей частью системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности является таможенное регулирование. В связи с присоединением России к ВТО, предпочтение должно отдаваться экономическим инструментам, таким инструментом является таможенно - тарифное регулирование, которое представляет из себя применение к товарам перемещающимся через таможенную границу таможенного союза ввозных и вывозных таможенных пошлин. Основой системы таможенно - тарифного регулирования является таможенный тариф<sup>1</sup>.

Таможенный тариф- это свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимых на таможенную территорию и систематизированный в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности. В свою очередь, таможенный тариф формируется за счет следующих элементов: таможенные пошлины, в том числе системы определения и контроля таможенной стоимости, ТН ВЭД, система тарифных льгот, система льготных преференций, в том числе определение страны происхождения товаров<sup>2</sup>.

Мировая торговля товарами осуществляется по рыночным ценам, отражающих общественные затраты на производство продукции. Национальные товаропроизводители поставляют свои товары на мировые рынки, где формируется мировая цена данного товара, исходя из затрат, а также соотношения спроса и предложения. Страна ввоза стремится обеспечить на своей территории определенные условия для конкуренции иностранных и отечественных товаров с учетом тарифных механизмов. Сопоставление цен внешнего рынка с ценами отечественных производителей осуществляется с использованием таможенной стоимости, которая по существу, является ценой данного товара на внешнем рынке. Таким образом, в основе таможенной стоимости лежит мировая цена, конкретизированная в цене рынка товаров для данной страны. Выстраивание соотношений цен на иностранные и отечественные товары осуществляется путем определений и применения ставок таможенных пошлин, базой для расчета которых является таможенная стоимость<sup>3</sup>.

Помимо регулирующей и защитной функции, таможенный тариф выполняет еще и фискальную функцию, т.е. обеспечивает пополнение доходной части федерального бюджета государства. Данная функция является одной из важнейших направлений -тарифного регулирования внешнеторговой деятельности. Таким образом, таможенная стоимость как основа для исчисле-

ния таможенной пошлины, является важнейшим элементом таможенно- тарифного регулирования.

В соотв. со ст. 75 ТК ТС базой для исчисления таможенных пошлин в зависимости от вида товаров, применяемых видов ставок является таможенная стоимость товара и /или их физическая характеристика в натуральном выражении.

Оценка товаров, перемещаемых через таможенную границу с целью определения размеров взимаемых таможенных пошлин, является одной из самых дискуссионных проблем в таможенном деле. Несмотря на то, что система методов определения таможенной стоимости прямо закреплена в законодательстве, их применение в практической деятельности вызывает множество вопросов как для участников экспортно- импортных операций, так и для таможенных органов. Таможенная стоимость товаров используется в целях применения Единого таможенного тарифа ЕАЭС<sup>4</sup>.

Исходной расчетной базой адвалорных таможенных пошлин является таможенная стоимость товара. Комбинированные ставки также содержат адвалорную составляющую, она же используется для взимания налога на добавленную стоимость НДС и служит основой для определения суммы сборов. Кроме того, таможенная стоимость прямо или косвенно служит и для применения мер нетарифного регулирования. Она может служить основой для расчета антидемпинговой специальной и компенсационной пошлин, а также акцизов при адвалорных расчетных ставках. Таможенная стоимость также используется для целей ведения таможенной статистики внешней торговли.

Основными целями единого таможенного тарифа являются<sup>5</sup>.

1. рационализация товарной структуры ввоза товаров на единую таможенную территорию государств-членов Таможенного союза;
2. поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров на единой таможенной территории государств-членов Таможенного союза;
3. создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров в Таможенном союзе;
4. защита экономики Таможенного союза от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции;
5. обеспечение условий для эффективной интеграции Таможенного союза в мировую экономику<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон № 311 "О таможенном регулировании в РФ".

<sup>2</sup> Немирова Г.И., Рожкова Ю.В. Экономика таможенного дела : учеб. пособие для вузов. 2013.

<sup>3</sup> Панкова С.В., Попов В.В. Анализ влияния структуры товаропотоков на объемы таможенных платежей // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 46 (445). С. 15-26.

<sup>4</sup> Немирова Г. И., Рожкова Ю.В. Экономика таможенного дела ...

<sup>5</sup> Попов В.В. Россия, Всемирная торговая организация и Евразийский экономический союз: ретроспективный анализ правовых и внешнеэкономических аспектов деятельности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 45 (330). С. 44-54.

<sup>6</sup> См. также: Федеральный закон № 164 "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности";

Гуськова Н.Д., Салимова Т.А., Горин И.А. Анализ состояния проблем импортозамещения в Российской Федерации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2 (136). С. 11-17;

Панкова С.В., Попов В.В. Моделирование влияния динамики структуры взаимной торговли на развитие экономического потенциала Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. 2016. № 12 (459). С. 4-13;

Попов В.В. Комплексная методика статистической оценки влияния структуры внешнеторговых товаропотоков на развитие экономического потенциала Российской Федерации в условиях ВТО и Евразийского экономического союза // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 314-316.

## **PLACE AND ROLE OF CUSTOMS COST IN THE CUSTOMS-TARIFF REGULATION SYSTEM**

© 2017 Chupakhina Polina Alekseevna

Student

Orenburg State University

E-mail: polinka.19@mail.ru

**Keywords:** customs value, customs-tariff regulation, foreign economic activity.

In article you can find information about customs-tariff regulation, its system, functions and entity of customs value.

УДК 519.8:33

## **МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧАХ**

© 2017 Шадчнева Полина Сергеевна

студент

© 2017 Фомин Владимир Ильич

доктор педагогических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ya.shav70@yandex.ru

**Ключевые слова:** дифференциальное исчисление, производная, издержки, производство, прибыль.

Рассмотрено применение дифференциального исчисления в экономических задачах, целью которых является получение максимальной прибыли.

Математика всегда играла большую роль в развитии человечества. Современная жизнь требует развития методов управления и анализа экономических процессов.

Главная основа экономики - это производство, благодаря которому люди могут удовлетворять свои многочисленные и безграничные потребности. Каждый раз экономистам приходится решать одну и ту же важную задачу: "как производить больше экономических благ, при этом используя как можно меньше количество ограниченных ресурсов?". Наиболее эффективным инструментом в настоящее время является применение математических методов моделирования в экономической деятельности.

Рассмотрим важность данной темы на примере производной.

Будучи основным понятием дифференциального исчисления, производная характеризует скорость изменения функции. Применение дифференциального исчисления, как математический аппарат, для исследования экономических объектов и процессов на основе анализа предельных величин получило название предельного анализа. Предельными величинами в экономике являются: предельный доход, предельная полезность, предельная производительность труда, предельные издержки. Все они характеризуют не состояние, а процесс, изменение экономического объекта. Вследствие чего *производная выступает как скорость изменения некоторого экономического объекта по времени или относительно другого исследуемого фактора.*

Пусть  $q$  - выпуск произведенной продукции,  $TC(q)$  - соответствующие данному выпуску издержки производства (totalcosts),  $\Delta q$  - прирост продукции, а  $dTC$  - прирост издержек производства. Предельные издержки  $MC$  (marginalcosts)<sup>1</sup> показывают дополнительные затраты на производство дополнительной единицы продукции:

$$MC = TC(q + \Delta q) - TC(q),$$

где  $\Delta q = 1$

Так как  $\Delta TC \approx dTC$ , то получим  $MC = \Delta TC \approx dTC = TC'(q)\Delta q = TC'(q)$ .

Таким образом, предельные издержки зависят от количества выпускаемой продукции и определяются не постоянными производственными затратами, а переменными. Аналогично могут быть определены и другие экономические предельные величины : предельная выручка, предельный доход, предельная полезность, и т.д. .

Создавая свое производство, предприниматель должен прогнозировать последствия своих действий, то есть в условиях неопределенности он ставит цель получить максимальную прибыль, и минимизировать издержки на производство товара.

Рассмотрим применение дифференциального исчисления на примере зависимости между объемом выпускаемой продукции и общими издержками продукции:

Предприниматель создает предприятие по выпуску обуви. Зависимость между общими издержками производства  $y$  (ден.ед.) и объемом выпускаемой продукции  $x$  (ед.) выражается функцией:

$y(x) = 0,1x^3 - 1,2x^2 + 5x + 250$  (ден.ед.). Определить средние и предельные издержки производства при объеме выпускаемой продукции, равном 10.

Решение

Функция средних издержек выражается отношением:

$$y_{cp} = \frac{y}{x} = \frac{0,1x^3 - 1,2x^2 + 5x + 250}{x} = 0,1x^2 - 1,2x + 5 + \frac{250}{x}$$

$$Y_{cp}(10) = 10 - 12 + 5 + 25 = 28 \text{ ден.ед.}$$

Следовательно, средние затраты на одну единицу продукции составляют 28 ден.ед.

Найдем производную  $y'(x)$  и ее значение  $y'(10)$  - предельные издержки производства:

Функция предельных издержек выражается производной  $y'(x) = 0,3x^2 - 2,4x + 5$ , с помощью данной функции можно определить поведение издержек, при определенном выпуске продукции.

$$X_0 = -(-2,4/0,6) = 4$$
$$Y_0 = 0,3 \cdot 4^2 - 2,4 \cdot 4 + 5 = 0,2$$

Значит, при объеме  $x=4$ , издержки на производство будут минимальны.

Если объем выпуска меньше 4, то издержки будут иметь убывающий характер, если же выпуск продукции больше 4, то при каждом увеличении объема продукции издержки на производство будут возрастать:



Таким образом, при  $x = 10$  предельные издержки составят  $y'(10) = 30 - 24 + 5 = 11$  ден.ед.

Это означает, что увеличение объема на одну единицу продукции обойдется фирме приблизительно в 11 ден.ед.

Проанализируем еще одну экономическую задачу, где используется применение дифференциального исчисления:

Пусть функция спроса имеет вид  $QD = 100 - 20p$ , постоянные издержки TFC составляют 50 ден.ед., а переменные издержки TVC на производство единицы продукции - 2 ден.ед. Найти объем выпуска, максимизирующий прибыль монополиста.

Решение:

Из функции спроса ( $QD = 100 - 20p$ ) выразим цену на единицу продукции:

$$p = 5 - \frac{Q}{20}$$

Для того, чтобы максимизировать прибыль, в условиях монополии необходимо, чтобы предельный доход был равен предельным издержкам, но данное равенство не должно равняться цене:

$$MR = MC \neq P$$

MR (предельный доход) = TR' (производная от общего дохода),

где TR(общий доход) = p(цена)\*Q(кол-во продукции) =  $Q \cdot (5 - \frac{Q}{20})$ , то

$$MR = ()' = 5 - \frac{Q}{10};$$

MC (предельные издержки) = TC' (производная от общих издержек),

где TC(общие издержки) = TFC + TVC = 50 + 2Q, то

$$MC = (50 + 2Q)' = 2$$

Отсюда имеем:

$$5 - Q/10 = 2 \quad (Q = (5 - 2) \cdot 10 = 30 \text{ ед.})$$

Таким образом, для того чтобы максимизировать прибыль монополиста при данных условиях, необходим объем выпуска продукции, равны 30 единицам.

Благодаря использованию производной или дифференциального исчисления решаются многие экономические задачи, такие как, например, задачи об эластичности спроса, о производительности труда, или как представлено выше: задачи о нахождении издержек производства или максимизации прибыли в условиях монополии.

В заключение хочется сказать, что математика очень крепко связана с различными науками, в том числе и с экономикой. Создание математических моделей играет важную роль в экономических исследованиях. Безусловно, без современной математики не было бы возможно создать развитие в различных областях человеческой деятельности. Поэтому математика как наука контактирует с большим количеством наук, а с некоторыми интегрируется более тесно. Эта взаимосвязь помогает человечеству в решении многих вопросов, которые касаются вопросов о внедрении или интеграции с другими науками<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Обычно производную экономисты также называют "маржинализм"; marginal в переводе с английского означает "предельный".

<sup>2</sup> См. также: Макаров С.И., Севастьянова С.А. Формирование профессиональной математической компетенции экономистов с использованием электронных образовательных ресурсов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 12. С. 70-78;

Макаров С.И. Математика для экономистов : учеб. пособие. 2-е изд., стер. М. : КноРус, 2007. С. 264;

Тишкина Л.Т., Горелова А.В., Макаров С.И. Оптимизация запасов продукции продуктовой фирмы // Наука XXI века: актуальные направления развития : материалы Междунар. заоч. науч.-практ. конф. Самара, 2015;

Уфимцева Л.И. Нахождение оптимального выпуска продукции с помощью статистических данных // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями : межвуз. сб. науч. тр. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2014.

# MATHEMATICAL JUSTIFICATION IN ECONOMIC TASKS

© 2017 Shadchneva Polina Sergeevna  
Student

© 2017 Fomin Vladimir Ilyich  
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: ya.shav70@yandex.ru

**Keywords:** differential calculus, derivative, costs, production, profit.

The paper considers the applications of differential calculi in economic problems, the purpose of which is to obtain maximum profit.

УДК 336.763

## ПОСТРОЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ НА ОСНОВЕ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

© 2017 Шамкаева Регина Рауфовна  
студент  
© 2017 Шмалько Елена Александровна  
студент

© 2017 Нуйкина Елена Юрьевна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: aenecora@gmail.com

**Ключевые слова:** оптимальность, портфель ценных бумаг, риски, эффективность, фондовый рынок, доходность.

Статья посвящена формированию портфеля ценных бумаг на основе российского фондового рынка на примере акций ПАО "Сбербанк России" и ПАО "Магнит", определению его доходности и рисков, возможностям его оптимизации.

Вопросы оптимальности являются важными экономическими задачами в любой инвестиционной деятельности. Эта тема всегда актуальна, ведь каждый человек мечтает удачно вложить свой капитал и получать баснословную прибыль. Однако в этом и заключается дилемма - куда же лучше всего вкладывать свои активы и как определить и рассчитать ожидаемую прибыли снизить уровень риска. В нашем исследовании мы рассмотрим проблему формирования



оптимального портфеля ценных бумаг, рассчитаем ожидаемую прибыль и возможные риски созданного нами инвестиционного портфеля и попробуем его оптимизировать.

В нашей работе мы познакомимся с наиболее известным и доступным, на наш взгляд, каждому желающему методом Марковица, который позволит сформировать оптимальный портфель ценных бумаг и будет полезным для ознакомления всем будущим специалистам по рынку ценных бумаг<sup>1</sup>.

Стоит признать, что во многом подобного рода исследования основываются на эконометрических методах, которые были разработаны в конце XX века такими видными учеными как: Гарри Марковиц, Джон Линтер, Ян Моссен, Уильям Шарп, Джеймс Тобин, Фишер Блэк, Майрон Шоулз и др.<sup>2</sup>

Познакомимся с определениями важных для нас понятий.

*Определение 1.* Реализуемый портфель - это определенный портфель ценных бумаг, доли активов которого в сумме дают единицу. Эффективным считается портфель, доход которого максимален для заданной дисперсии или стандартного отклонения<sup>3</sup>.

*Определение 2.* Доходность активов - реальная прибыль активов, которая рассчитывается в среднем за период (дни, месяцы, кварталы, годы) с помощью следующей формулы<sup>4</sup>:

Для последующих расчетов будем использовать программу MSExcel, где будем производить все необходимые вычисления, и значения котировок ценных бумаг (в нашем случае акций) с сайта Московской биржи<sup>5</sup>.

В таблице MSExcel мы представляем котировки выбранных нами ценных бумаг: ПАО "Сбербанк России" и ПАО "Магнит" за период с 01.01.2016 по 01.04.2017. Вычисления доходностей были произведены по формуле 1.

|    | A          | B                           | C            | D                                   | E                          |
|----|------------|-----------------------------|--------------|-------------------------------------|----------------------------|
| 1  | Дата       | ПАО<br>"Сбербанк<br>России" | ПАО "Магнит" | Доходность ПАО<br>"Сбербанк России" | Доходность ПАО<br>"Магнит" |
| 2  | 01.01.2016 | 96,5                        | 11500        |                                     |                            |
| 3  | 01.02.2016 | 107                         | 10648        | 10,88%                              | -7,41%                     |
| 4  | 01.03.2016 | 109,9                       | 10550        | 2,71%                               | -0,92%                     |
| 5  | 01.04.2016 | 123,55                      | 9002         | 12,42%                              | -14,67%                    |
| 6  | 01.05.2016 | 132,56                      | 9340         | 7,29%                               | 3,75%                      |
| 7  | 01.06.2016 | 133                         | 9012         | 0,33%                               | -3,51%                     |
| 8  | 01.07.2016 | 139,15                      | 10210        | 4,62%                               | 13,29%                     |
| 9  | 01.08.2016 | 143,5                       | 10262        | 3,13%                               | 0,51%                      |
| 10 | 01.09.2016 | 145,34                      | 10391        | 1,28%                               | 1,26%                      |
| 11 | 01.10.2016 | 147,4                       | 10630        | 1,42%                               | 2,30%                      |
| 12 | 01.11.2016 | 158,7                       | 10500        | 7,67%                               | -1,22%                     |
| 13 | 01.12.2016 | 173,25                      | 11000        | 9,17%                               | 4,76%                      |
| 14 | 01.01.2017 | 172,2                       | 9650         | -0,61%                              | -12,27%                    |
| 15 | 01.02.2017 | 156                         | 9133         | -9,41%                              | -5,36%                     |
| 16 | 01.03.2017 | 159,8                       | 9261         | 2,44%                               | 1,40%                      |
| 17 | 01.04.2017 | 156                         | 9265         | -2,38%                              | 0,04%                      |
| 18 |            | ожидаемая доходность        |              | 3,40%                               | -1,20%                     |
| 19 |            | риск акций                  |              | 5,59%                               | 6,89%                      |

Рис. 1. Котировки ценных бумаг

Ожидаемые доходности данных акций были найдены по формуле СРЗНАЧ. Для нахождения рисков акция используют формулу СТАНДОТКЛОН.

Чтобы найти доходность и риски реализуемого портфеля необходимо построить ковариационную матрицу доходностей акций и использовать формулы MSeXcel.

Расчет общего риска портфеля производится следующим образом:  $\sqrt{КОРЕНЬ(МУМНОЖ(МУМНОЖ(C43:D43;C41:D42);A41;A42))}$ . Расчет доходности портфеля находится как сумма произведений найденных выше ожидаемых доходностей акций и их долей. Ограничения по долям представляют собой сумму долей акций в портфеле, которая должна быть равна 1.

|    | A                            | B                                       | C                     | D            |
|----|------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------|--------------|
| 39 |                              | Ковариационная матрица доходности акций |                       |              |
| 40 | доля                         |                                         | ПАО "Сбербанк России" | ПАО "Магнит" |
| 41 | 0,4                          | ПАО "Сбербанк России"                   | 0,002921551           | -9,63657E-05 |
| 42 | 0,6                          | ПАО "Магнит"                            | -9,63657E-05          | 0,004433713  |
| 43 |                              | доля                                    | 0,4                   | 0,6          |
| 44 | Общий риск портфеля, %       | 4,49%                                   |                       |              |
| 45 | Общая доходность портфеля, % | 0,64%                                   |                       |              |
| 46 | Ограничения по долям         | 1                                       |                       |              |

Рис. 2. Ковариационная матрица доходности акций

Теперь попробуем оптимизировать созданный нами портфель. Наиболее подходящим вариантом оптимизация портфеля, который доступен абсолютно каждому и достаточно понятен в использовании, является инструмент MSeXcel "Поиск решений" (Анализ данных). Представляем вашему вниманию выполненными нами вычисления.

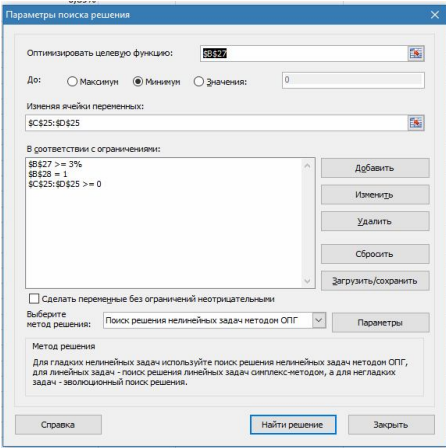


Рис. 3. Параметры поиска решений в Excel

|    | A                            | B                     | C                     | D            |
|----|------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| 21 |                              |                       |                       |              |
| 22 | доля                         |                       | ПАО "Сбербанк России" | ПАО "Магнит" |
| 23 | 0,4                          | ПАО "Сбербанк России" | 0,002921551           | -9,63657E-05 |
| 24 | 0,6                          | ПАО "Магнит"          | -9,63657E-05          | 0,004433713  |
| 25 |                              | доля                  | 0,913571675           | 0,086428325  |
| 26 | Общий риск портфеля, %       | 3,52%                 |                       |              |
| 27 | Общая доходность портфеля, % | 3,00%                 |                       |              |
| 28 | Ограничения по долям         | 1                     |                       |              |

Рис. 4. Оптимизация доходности ценных бумаг

Оптимизация доходности портфеля была выполнена только при определении доходности в окрестностях 3%. Дальнейшие увеличения доходности не привели к оптимальному результату.

Параметры поиска решения

Оптимизировать целевую функцию:

До: ☒ Максимум ☐ Минимум ☐ Значения:

Изменяя ячейки переменных:

В соответствии с ограничениями:

☐ Сделать переменные без ограничений неотрицательными

Выберите метод решения:

Метод решения  
 Для гладких нелинейных задач используйте поиск решения нелинейных задач методом ОПГ, для линейных задач – поиск решения линейных задач симплекс-методом, а для негладких задач – эволюционный поиск решения.

Рис. 5. Параметры поиска решений в Excel

|    | A                            | B                     | C                     | D            |
|----|------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| 29 |                              |                       |                       |              |
| 30 | доля                         |                       | ПАО "Сбербанк России" | ПАО "Магнит" |
| 31 | 0,4                          | ПАО "Сбербанк России" | 0,002921551           | -9,63657E-05 |
| 32 | 0,6                          | ПАО "Магнит"          | -9,63657E-05          | 0,004433713  |
| 33 |                              | доля                  | 1                     | 0            |
| 34 | Общий риск портфеля, %       | 3,33%                 |                       |              |
| 35 | Общая доходность портфеля, % | 3,40%                 |                       |              |
| 36 | Ограничения по долям         | 1                     |                       |              |
| 37 |                              |                       |                       |              |

Рис. 6. Оптимизация рисков ценных бумаг

Оптимизация риска портфеля была выполнена при значении данного показателя, равном 4%. Дальнейшие уменьшения показателя не принесли желаемого результата.

Таким образом, получается, что построить оптимальный портфель самостоятельно вполне возможно и оптимизировать его оказалось не так сложно, как казалось на первый взгляд. И это особенно полезно для ознакомления будущим специалистам в сфере ценных бумаг<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Сенников А.С., Клянина Л.Н. Применение эконометрических моделей для формирования эффективных портфелей российских ценных бумаг без ограничения прав продажи // Инженерный вестник Дона. 2016. № 2.

<sup>2</sup> Губанова Е.В., Соловьева С.В., Соклова И.С. Использование финансовых инструментов при формировании эффективного портфеля ценных бумаг. 2016. С. 123-137.

<sup>3</sup> Математические модели финансовых операций : учеб. пособие / под ред. С.И. Макарова. Самара, 2005. С. 47-48.

<sup>4</sup> Там же. С. 53-54.

<sup>5</sup> URL: <http://moex.com/ru/data>.

<sup>6</sup> См. также: Экономико-математические методы и модели : учеб. пособие / под ред. С.И. Макарова. М. : КноРус, 2007;

Литвинцев Д.О. Структура рынка ценных бумаг, обеспеченных нематериальными активами // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 7 (141). С. 17-20.

## **FORMATION OF OPTIMAL PORTFOLIO OF SECURITIES ON THE BASIS OF THE RUSSIAN STOCK MARKET**

© 2017 Shamkaeva Regina Raufovna  
Student

© 2017 Shmalko Elena Aleksandrovna  
Student

© 2017 Nuykina Elena Yuryevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [aenecora@gmail.com](mailto:aenecora@gmail.com)

**Keywords:** optimality, portfolio securities, risk, efficiency, stock market, profitability.

The article is devoted to formation of the portfolio securities on the basis of the Russian stock market on the example of the shares of PJSC "Sberbank of Russia" and PJSC "Magnit", the determination of profitability and risks and opportunities for its optimization.

## ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СКЛАДСКИХ СИСТЕМ В ЦЕПИ ПОСТАВОК

© 2017 Шашкина Алина Витальевна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: sseu-conf@mail.ru

**Ключевые слова:** цепь поставок, дистрибуция, проектирование склада.

Рассмотрены роль складов и складских комплексов предприятий, их влияние на деятельность цепи поставок, а также способы совершенствования работы складских комплексов.

Цепь поставок можно определить как глобальную сеть, используемую для продвижения товаров (услуг) от источников их возникновения до конечного потребителя посредством потоков информации, физического распределения и денежных средств<sup>1</sup>. Таким образом, цепь поставок в современном мире - это совокупность субъектов, территориально удаленных друг от друга, но в то же время тесно связанных между собой многоуровневыми системами взаимодействия.

Стратегия управления цепями поставок на предприятиях должна формироваться следующим образом (для дистрибуции):

- а) Ревизия местоположения региональных складов;
- б) обзор существующих складских помещений и операций на них;
- в) определение места заводского склада в структуре дистрибуции;
- г) если необходимо, оптимизация упаковки в соответствии с размером паллет;
- д) уменьшение стоимости доставки на единицу продукции;
- е) оптимизация операций отгрузки и поставки.

Анализ деятельности компаний-дистрибьюторов показывает, что большая часть издержек в цепочках поставок приходится на содержание и обслуживание самого складского комплекса, а также на запасы, хранящиеся в нем.

В последнее время роль и значение складских комплексов в экономических отношениях возросли. Доступ к складским мощностям и последним новациям в данной отрасли является важной составляющей конкурентной борьбы между производителями, оптовыми и розничными торговыми посредниками в желании

---

\* Научный руководитель - **Карпова Наталья Петровна**, доктор экономических наук, доцент, профессор.

доставить товар до конечного потребителя с наименьшими издержками, но получить при этом как можно больший доход<sup>2</sup>.

На сегодняшний день ситуация в России складывается так, что более 80% складских помещений, это здания, проект и установка которых осуществлялись в период плановой экономики, что существенно отражается на системе завоза продукции, ее хранения и дальнейших поставок на розницу. Поэтому, перепроектирование склада или создание новой складской системы является важным звеном в современной логистической инфраструктуре.

Процесс проектирования склада включает в себя следующие задачи:

- определение концепции склада;
- выбор целевой аудитории;
- расчет товарных потоков в соответствии с потребностями клиентов;
- устройство зон хранения;
- выбор складского оборудования;
- грамотное размещение оборудования и запасов продукции;
- внедрение необходимых систем автоматизации складского процесса.

Основываясь на опыте зарубежных стран, занимающихся строительством складских комплексов, можно определить пропорции зон склада и прилегающей к нему территории:

- 40% - площадь складских помещений;
- 45% - площадь дорог и стоянок для автотранспорта;
- 15% - площадь зеленых насаждений.

Такое соотношение можно считать оптимальным для достижения высоких показателей работы комплекса и всей цепи поставок.

Важно отметить, что при разработке проекта склада, могут быть допущены ошибки, приводящие к росту издержек и снижению оборачиваемости запасов на протяжении всего пути движения товара от производителя до потребителя. Так, наиболее распространенными ошибками считаются:

1. Выбор местоположения и помещения под склад;
2. Оснащение оборудованием;
3. Нерациональное расположение стеллажей и зон хранения.

Можно выделить несколько факторов, которые могут отрицательно повлиять на повышение эффективности работы склада:

1. Организационные

Нерациональное распределение функций, зон ответственности для персонала и подразделений в целом

2. Технологические

Процесс выполнения операций имеет лишние или ненужные действия, ведущие к увеличению времени и росту простоев или очередей

3. Информационные

Отсутствие систем автоматизации, взаимодействия между сотрудниками

4. Технические

Устаревшее оборудование, необходимость частой переналадки.

Приоритетом для выбора области, нуждающейся в оптимизации складских технологий, может выступать процесс разработки решений, связанных с совершенствованием процессов и технологий выполнения работ. Преимуществами от реализации процесса оптимизации в данном случае будут ускоренный процесс получения результата, а также низкие затраты на разработку и внедрение организационных решений. Для дистрибьюторов качественным результатом проведения оптимизации является снижение стоимости обработки единицы груза.

Для целей проектирования и реинжиниринга сетевой структуры цепей поставок сегодня имеется большой спектр экономико-математических методов, моделей и программных продуктов, позволяющих оптимизировать проектные решения. Среди них можно отметить модели оптимальной дислокации складских и производственных мощностей, модели сетевого планирования, оптимизации маршрутов доставки и т.д. Разработано довольно большое количество методов, моделей и алгоритмов, поддерживаемых корпоративными системами ERP-класса (например, компаний "Oracle" и SAP), а также отдельные программные приложения. Большой класс таких моделей получил название NOM (network optimization models).

Учитывая факторы, рассмотренные в данной статье, можно сказать, что проектирование складских комплексов и складской системы в целом имеет большое влияние на деятельность предприятия в рамках цепи поставок.

---

<sup>1</sup> Карпова Н.П., Федечкина И.В. Концепции взаимодействия контрагентов в цепях поставок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 4 (102). С. 39-43.

<sup>2</sup> Карпова Н.П., Шеховцов А.А. Автоматизация управления складским технологическим процессом // Современные научные исследования. Вып. 2. Концепт. 2014. URL: <http://e-koncept.ru/2014/54901.htm>.

## DESIGN FEATURES OF WAREHOUSE SYSTEMS IN THE SUPPLY CHAIN

© 2017 Shashkina Alina Vitalyevna  
Student

Samara State University of Economics  
E-mail: [sseu-conf@mail.ru](mailto:sseu-conf@mail.ru)

**Keywords:** supply chain, distribution, warehouse design.

The article examines the role of warehouses and warehouse complexes of enterprises, their impact on supply chain activities, as well as ways to improve the operation of warehouse complexes.

## ПРИМЕНЕНИЕ AGILE-МЕТОДОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2017 Шашкина Анна Олеговна

студент

© 2017 Щуцкая Александра Викторовна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: aniuta.shashckina@yandex.ru, avs2020@yandex.ru

**Ключевые слова:** пищевая промышленность, инновации, Agile-методология, управление предприятием.

Рассмотрена необходимость применения Agile-методологии в управлении инновациями на предприятиях пищевой промышленности.

В современном в динамично развивающемся мире, выигрывает тот, кто чутко реагирует на перемены, кто умеет ставить перед собой реальные цели и направляет свои ресурсы в решение поставленных задач.

Для того чтобы быть конкурентоспособными, предприятия должны видоизменяться в соответствии с постоянными изменениями внешней среды и непрерывно подстраиваться под новые условия рынка.

Пищевая промышленность одна из активно развивающихся отраслей российской экономики. Развитие данной промышленности является одним из приоритетных направлений развития всей страны в целом, так как именно она выполняет стратегические задачи - обеспечение населения необходимым продовольствием<sup>1</sup>. Однако развивать промышленность на устаревших постулатах невозможно, для того, что бы шагать в ногу со временем необходимо своевременное внедрение инноваций. Инновационная деятельность перестает быть одной из второстепенных управленческих функций и приобретает все большее значение в корпоративном плане<sup>2</sup>. Инновации нужны не только в технологии производства продукции, но и в управлении предприятием.

Научно-технический прогресс и развитие экономики заставляют управляющих искать новые методы управления предприятием. Конкуренция на рынке с каждым днем только растет, и потребитель больше не благосклонен к серийному производству, теперь все хотят индивидуального подхода к клиенту. Решить данную проблему можно с помощью внедрения в управление производством методологии Agile.



Agile - это название методологии управления производством, в которой проект разделен на несколько мелких частей, которые будут завершены к определенному сроку, вместо длительного выполнения всего проекта<sup>3</sup>.

Предприятия, увеличиваясь в размерах, теряют свою гибкость. Они долго принимают решения, не могут быстро наращивать мощности и от них избавляться, не умеют быстро переключаться с изделия на изделие, зависимы от больших производственных партий. И, что является главным, теряют возможность детально видеть потребности каждого клиента, что снижает их конкурентоспособность. Особенностью Agile-методологии является быстрая адаптация под производство различной продукции. Подход, описываемый треугольником "быстро/качественно/дешево", уже не работает. Заказчики требуют повышения обратной связи, индивидуального подхода. Как сказал на "Встрече лидеров" Герман Греф: "На самом деле, нет никакой конкуренции товаров, продуктов или услуг. Есть конкуренция моделей управления"<sup>4</sup>.

Основным принципом в данной методологии является постоянная обратная связь, построение партнерских отношений с заказчиком и постоянное изменение под новые требования. Так же Agile это предельно горизонтальные структуры управления. Примером философии Agile является принцип работы известного завода "Toyota", где любой подчиненный мог остановить конвейер, и внести корректировки<sup>5</sup>. Такая методология способна изменить деловую культуру всей компании, сплотив коллектив, который впоследствии станет эффективно выступать на рынке.

Построить производственный процесс по методологии Agile можно следующим образом:

|                                                                                    |                                                                                        |                                                                                                                                         |                                                                      |                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Проблемы:<br>3 самых<br>важных<br>требования<br>потребителя.                       | Решения: функцио-<br>нальность продук-<br>та, которая решает<br>эти требования.        | Уникальное<br>предложение:<br>простое и по-<br>нятное обос-<br>нование, по-<br>чему потреби-<br>тель должен<br>выбрать имен-<br>но Вас. | Преимущество:<br>Что нельзя бы-<br>стро скопиро-<br>вать или купить. | Сегменты по-<br>требителей:<br>конечные<br>пользователи<br>вашего про-<br>дукта. |
|                                                                                    | Метрики оценки:<br>как можно понять,<br>что ваш продукт<br>успешно решает<br>проблемы? |                                                                                                                                         | Как Ваш про-<br>дукт достигнет<br>потребителей.                      |                                                                                  |
| Структура затрат: на что Вы будете<br>тратить деньги при изготовлении<br>продукта? |                                                                                        | Потоки прибыли: Как вы будете получать<br>прибыль?                                                                                      |                                                                      |                                                                                  |

Последовательно отвечая на каждый вопрос, производитель сможет максимально удовлетворить требования заказчика, обосновать структуру затрат и иметь максимальное конкурентное преимущество перед предприятиями, не использующими данный подход при управлении производством.

Agile-методология не так давно начала внедряться на российский рынок, но тем не менее есть различный опыт использования данной методологии отечественными компаниями, как положительный, так и отрицательный.

Agile обычно хорошо воспринимаются в коллективах, где высока степень неформальных взаимоотношений, что существенно упрощает практику эффективных коммуникаций. Но тем не менее, гибкие подходы должны хорошо прижиться и на развивающихся отечественных предприятиях с вертикально-командными методами управления, где остро стоят задачи реализации сложных проектов в рамках заданных сроков и сумм<sup>6</sup>. При этом сложность работ существенно увеличивается, сроки оказываются крайне сжатыми, требования не всегда являются четко сформулированными, а в следствии еще и постоянно изменяются в процессе производства.

Пока Agile на российских предприятиях применяется поверхностно, без видения всей процессной модели, отдельными элементами. Конечно, полнота методики при этом теряется, да и результативность в сравнении с полным и точным ее использованием падает в разы, а то и на порядок. Но при этом все равно, даже при таком частичном подходе, остается на удивление высокой.

Учитывая все минусы и плюсы данной методологии управления производством можно сделать вывод: использование Agile на каждом производственном шаге приводит к экономии средств и ресурсов, обеспечивает быструю обратную связь между потребителем и производителем, повышает конкурентоспособность фирмы-производителя на рынке, что так необходимо отечественным предприятиям пищевой промышленности.

---

<sup>1</sup> Адырхаева Г.Д. Инновационная активность предприятий пищевой промышленности // Проблемы развития предприятий: теория и практика : материалы 13-й Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2014. С. 71-73.

<sup>2</sup> Фалько С.Г., Иванова Н.Ю. Инновационный менеджмент на высокотехнологичном предприятии. // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 2 (88). С. 123-128.

<sup>3</sup> Ильдеменов Д.С. Повышение операционной эффективности организации при использовании agile-методов // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. 2016. № 4 (16). С. 83-89.

<sup>4</sup> URL: <http://opconsult.ru>.

<sup>5</sup> Лисунов А.Е., Зонов В.Л. "Agile" как методология гибкого управления проектами. // Стратегия устойчивого развития в исследованиях молодых ученых : сб. ст. и тез. докл. XIII междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов и аспирантов. М., 2017. С. 368-373.

<sup>6</sup> Шелеп И.А. PR, Аджайл и преодоление кризисогенного типа мышления // Актуальные проблемы социальной коммуникации : материалы 3-й Всерос. науч.-практ. конф. Н. Новгород, 2012. С. 93-97.

# APPLICATION OF AGILE-METHODOLOGY IN MANAGEMENT AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

© 2017 Shashkina Anna Olegovna

Student

© 2017 Shchutskaya Aleksandra Viktorovna

Candidate of Economics, Associate Professor

Samara State University of Economics

E-mail: aniuta.shashckina@yandex.ru, avs2020@yandex.ru

**Keywords:** food industry, innovation, Agile-methodology, enterprise management.

The necessity of application of Agile-methods in innovation management at food industry enterprises is considered.

УДК 330.322

## РОЛЬ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

© 2017 Шашкова Надежда Сергеевна\*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: nadilitlay@yandex.ru

**Ключевые слова:** логистика, транспорт, инновации, венчурные инвестиции.

В современной логистике с каждым днем возрастает роль венчурных инвестиций. Но зачастую на инновационные проекты очень трудно найти денежные средства, так как они обладают повышенным риском. Описывается сущность венчурных инвестиций, приведены примеры компаний, связанных с логистикой, которые, несмотря на высокие риски, ведут активную инновационную деятельность.

На сегодняшний день развитый фондовый рынок позволяет крупным компаниям успешно привлекать финансирование посредством публичного размещения акций или облигаций. Но более мелким и молодым компаниям, в особенности инновационным, крайне сложно воспользоваться данным способом получения финансовых средств ввиду отсутствия доверия со стороны инвесто-

---

\* Научный руководитель - **Карпова Наталья Петровна**, доктор экономических наук, доцент, профессор.

ров. В таких случаях молодые инновационные компании, которые также именуются стартапами, могут получить финансирование в виде грантов, либо обратившись к инвесторам, которые готовы предоставить им необходимые для развития средства в обмен на долю акций. Подобные инвестиции в собственный капитал стартапов называются венчурными.

Иными словами венчурные инвестиции - это инвестиции, предназначенные для финансирования новых или растущих компаний, деятельность которых сопряжена с высокой или относительно высокой степенью риска.

Венчурный капитал формируется в специальных венчурных фондах за счет коллективных вложений индивидуальных венчурных инвесторов или бизнес-ангелов. Отличие венчурных инвесторов от бизнес-ангелов состоит в том, что бизнес-ангелы финансируют стартапы на самой ранней стадии развития, иногда даже на стадии идеи.

Рост венчурных инвестиций в логистике и транспорте стал наблюдаться относительно недавно, но данная сфера значительно набирает обороты. По данным VolvoGroupVentureCapital, объем венчурных фондов, ориентированных на компании в сфере транспорта, в 2014 году составил \$7 млрд - в четыре раза больше, чем в 2013-м. В 2015-м объем вырос еще в два раза, до \$14 млрд. Наиболее привлекательными направлениями венчурного инвестирования в логистику - это создание беспилотного транспорта.

Индустрия транспорта претерпевает существенную трансформацию: крупнейшие производители совместно с IT разработчиками идут к созданию транспортных средств с возможностью полностью автоматизации вождения. Тренд уже очевиден - в будущем беспилотный транспорт станет массовым явлением, но для этого ему предстоит серьезная модернизация.

Так широко известная компания Uber, запустившая первые такси с беспилотным управлением в Питтсбурге в 2014 году, объявила о приостановке испытаний своих беспилотников уже в марте 2017. Решение принято после того, как один из тестовых автомобилей попал в аварию в штате Аризона. ДТП произошло, когда водитель другого автомобиля не уступил дорогу автомобилю Uber, когда тот разворачивался.

Несмотря на неудачи, данному направлению развития транспортных технологий уделяется большое внимание. Помимо легковых автомобилей технология беспилотного вождения так же используется и в грузовом транспорте. Ярким примером является концепт грузовика FutureTruck 2025, который не требует постоянного присутствия человека за органами управления. Стереокамеры сканируют пространство на 27 градусов в вертикальной плоскости и на 45 - в горизонтальной. Это позволяет грузовику следить за полосностью движения, дорожными знаками, движущимися и неподвижными объектами, включая пешеходов.

Еще одним направлением развития беспилотного транспорта являются квадрокоптеры или дроны. Квадрокоптер - это летающий аппарат, двигающийся посредством регулирования скорости вращения двигателей с пропеллерами.

Компания Amazon первая начала использовать малые беспилотники для доставки небольших покупок клиентам. Логистический центр Amazon официально получил разрешение на такой вид доставки летом 2015 года, а уже 7 де-

кабря 2016 года они совершили первую доставку первого заказа, которая заняла 13 минут от окончательного оформления заказа на сайте интернет-магазина до получения товара клиентом. Квадрокоптер привез клиенту телевизионную приставку AmazonFire TV и пакет попкорна.

Помимо беспилотного транспорта в логистике существует много других направлений для венчурного инвестирования, таких как: экологически безопасные и инновационные виды транспорта, экономичные двигатели, роботизация складов и многие другие.

Так, в Белоруссии стремительно набирает обороты проект, основанный на венчурном инвестировании, под названием SkyWay.

SkyWay - это надземная транспортная система, в которой движение организовано при помощи подвесных струнных рельсов, натянутых между опорами.

Деятельность этой компании направлена на создание коммуникационной инфраструктуры, которая позволит человечеству выйти на этап снижения энергетических и транспортных издержек при перемещении пассажиров и грузов.

Проект реализуется на участке земли площадью 36 гектар недалеко от Минска в небольшом городке Марьино Горка для создания демонстрационных участков дороги ЭкоТехноПарка. Сегодня на этой площадке активно идет строительство. После окончания работ, будет производиться показ технологии в действии, в реальных масштабах и на декларируемых скоростях с последующей сертификацией и лицензированием.

Создатели проекта планируют использовать три вида транспорта: высокоскоростной, грузовой и городской. Каждый из видов транспорта имеет определенные особенности. Высокоскоростной нацелен на междугородние и международные перевозки пассажиров, и некоторых видов грузов, его скорость может достигать 500 км/ч. Грузовой обладает большей грузоподъемностью и предполагает перевозку сыпучих, жидких и штучных грузов. Пассажирский характерен большой вместимостью пассажиров, их максимальное количество может достигать 168 человек.

Расположение путевой структуры над землей имеет большое значение для удешевления строительства, для более бережного отношения к экологии, а также для обеспечения самого высокого уровня безопасности на транспорте.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что инновационность и готовность к изменениям станут одними из главных трендов в ближайшем будущем. С появлением новых видов транспорта и топлива, разработкой более эффективных методов организации складов и снижения издержек на производстве логистика выйдет на новый уровень развития. Значительное влияние на это развитие могут оказать венчурные инвестиции, ведь не смотря на высокие риски и длительный срок окупаемости, данный вид инвестиций, при успешной реализации проекта, обладает повышенной доходностью. Так же нельзя не сказать о значимости данного вида инвестиций, ведь средства, вложенные в инновации, являются основой успешного развития в будущем.

---

1. Карпова Н.П., Боганов Л.Р. Проблемы транспортной логистики и грузоперевозок автомобильным транспортом в России // Современные тенденции в научной деятельности : VII Междунар. науч.-практ. конф. М. : Перо, 2015. С. 330-338.

2. Карпова Н.П., Полховская П.Д. Автоматизация складских процессов мезологистических систем // Актуальные аспекты развития инновационной мезоэкономики : сб. ст. по материалам междунар. науч.-практ. заоч. конф., 25 нояб. 2016 г. Ч. 2. Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2016. С. 96-99.

## **THE ROLE OF VENTURAL INVESTMENTS IN DEVELOPMENT OF LOGISTICAL SYSTEMS**

© 2017 Shashkova Nadezhda Sergeevna  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: nadilitlay@yandex.ru

**Keywords:** logistics, transport, innovations, venture investments.

In the modern logistics, the role of venture investments is growing every day. But often on innovative projects it is very difficult to find money, because they have an increased risk. This article describes the essence of venture investments, as well as examples of companies related to logistics, which, despite the high risks, are actively innovative.

*УДК 339.14:004*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ В ГЛОБАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

© 2017 Швецова Елена Владиславовна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Shvetsova.e@mail.ru

**Ключевые слова:** Интернет, сети, коммерческая деятельность, информационные технологии, информация, пользователи.

Рассмотрены проблемы использования сети Интернет в торговле. Выделены положительные и отрицательные стороны использования электронной коммерции. Предложены пути совершенствования торговли в сетях. Разработаны положения с точки зрения теории и методологии для оптимального использования глобальных сетей в торговле.

В настоящее время деятельность, связанная с торговлей с использованием глобальных сетей развивается с огромной скоростью. Но существуют причины банкротства огромной части компаний, приходящихся на электронный рынок:

1. Недостаток знаний информационных технологий в общем, и разработка бизнес-процессов в сети Интернет в частности.

2. Некорректное обоснование необходимости создания и функционирования электронной коммерции.

3. Неумение использовать основные показатели качества информации - достаточность и точность - о пользователях и способах взаимодействия с постоянными пользователями.

4. Нехватка данных о конкурентах.

5. Недооценка компанией важности разработки и проведения рекламной компании.

Электронная коммерция имеет и положительные, и отрицательные последствия для потребителей. Потребители и должностные лица в сфере бизнеса и информационных технологий к основным негативным явлениям при использовании систем электронной коммерции относят:

- использование кредитных карт не по назначению;
- угрозы личной безопасности;
- нарушение прав индивида;
- угрозы обмана, т.е. поставка товара не того качества или товар после оплаты не доставляется;
- возможность попадания координат покупателя к другим коммерческим организациям;
- отсутствие необходимых запасов для удовлетворения потребителя.

Кроме того, в процессе использования системы электронной коммерции потребители сталкиваются с рядом препятствий:

- некачественная разработка сайта вызывает проблемы поиска необходимого товара;
- часто невозможно рассмотреть предлагаемый товар;
- из-за некачественного сайта возникают проблемы с оформлением заказа.

Но существуют и мотивирующие факторы, которые влияют на отношение потребителей к электронной коммерции:

1. Фактор времени. Экономия времени, практически, у большинства потребителей стоит на первом месте.

2. Удобство. Имея под рукой возможность выхода в Интернет, можно осуществлять покупки.

3. Скидки. Как правило, электронные магазины предоставляют достаточно часто скидки и распродажи.

Если говорить о развитии и использовании глобальных сетей в коммерческой деятельности, то можно наметить конкретные задачи в этом направлении:

- на сегодняшний день количество пользователей сетей растет в геометрической прогрессии, следовательно, необходимо увеличивать объем информации, но используя основные показатели качества информации - содержательность и актуальность;

- при достаточно высокой конкуренции на рынке коммуникационных сетей необходимо большее внимание уделить ценообразованию, для большей возможности потребителей пользоваться сетями;

- нельзя забывать о безопасности пользователей сетей;

С точки зрения теории и методологии необходимо более внимательно отнестись к следующим положениям:

- с научной точки зрения необходимо уточнить теоретический аспект управления в коммерческой деятельности;
- при разработке целостной системы электронной коммерции необходимо разработать соответствующие научные принципы;
- выявление и обоснование особенностей электронной коммерции, отличия данного вида торговли от всех остальных;
- разработка экономических и организационных моделей данного вида торговли, которые будут реализованы посредством глобальных сетей;
- разработка положений, указаний для организации и функционирования электронного магазина;
- анализ существующих на сегодняшний день информационных технологий, применяемых в электронной коммерции, выявление положительных и отрицательных сторон и обоснованный выбор средств, ПО для создания и качественного функционирования магазина.

На основании вышеизложенного остается надеяться, будет найдено решение вышеизложенных проблем, для дальнейшего развития и эффективного использования сети Интернет.

---

1. Агафонова А.Н. Теоретические и практические аспекты управления качеством услуг электронной коммерции // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 10 (130). С. 38-42.

2. Пэйтел К., Мак-Картни М. Секреты успеха в электронном бизнесе. СПб. : Питер, 2015.

3. Швецова Е.В. Информационное сопровождение в цепях поставок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 46-49.

## MODERN APPROACHES TO TRADE ORGANIZATION IN GLOBAL NETWORKS

© 2017 Shvetsova Elena Vladislavovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: shvetsova.e@mail.ru

**Keywords:** Internet, networks, business activity, information technologies, information, users.

Problems of use of the Internet in trade are considered. Positive and negative sides of use of electronic commerce are allocated. Ways of enhancement of trade in networks are offered. Provisions from the point of view of the theory and methodology are developed for effective use of the Internet in trade.



## РОЛЬ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2017 Юдакова Ольга Васильевна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: kafedra-kl@ya.ru

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, функциональная стратегия, логистическая стратегия, оптимизация логистической стратегии, направления логистической стратегии.

Рассматриваются вопросы взаимодействия логистической стратегии и стратегического планирования в условиях бизнеса предприятий, показана роль и значение стратегической логистики в условиях интеграции и координации бизнеса.

В настоящее время ни одна серьезная компания не обходится без стратегического планирования, как в целом, так и по отдельным областям своей деятельности. Так и стратегическая логистика не остается без внимания. На практике грамотно выстроенная данная функциональная стратегия решает ряд проблем, а именно: увеличивает производительность логистической инфраструктуры и способствует снижению затрат на логистику; ориентирует на повышение качества сервиса.

Эффективное достижение вышеперечисленных целей приводит, в свою очередь, и к достижению стратегических целей компании, таких как:

- рост прибыли компании (за счет роста продаж, оптимизации и минимизации расходов, а также более эффективного использования активов);
- прочная позиция или даже лидерство компании на целевом рынке.

Логистическая стратегия - формирует долгосрочное качественно определенное направление развития логистики, касающееся форм и средств, реализующих фирмой, в виде координации и интеграции межфункционального и межорганизационного уровней, сформулированное высшим менеджментом компании в соответствии с корпоративными целями.

Оптимальная логистическая стратегия позволяет создать системы, позволяющие повысить эффективность управления материальными потоками, что улучшает всю хозяйственную деятельность. Резервы повышения конкурентных преимуществ в сфере производства для многих российских предприятий, практически исчерпаны. Поэтому необходимо больше внимания уделять оптимизации процессов, связанных со сферой обращения. В целом, эту проблему можно

определить как формирование конкурентных преимуществ через сокращение логистических издержек и улучшение качества обслуживания на основе создания эффективно функционирующих логистических систем.

Сегодня выделяют следующие основные направления развития логистических стратегий в бизнесе:

- а) направление договорных (традиционных) логистических стратегий;
- б) направление логистического аутсорсинга;
- в) направление логистического партнерства;
- г) направление быстрых циклов и интеграции цепи поставок.

Дифференциация логистических стратегий по решению базовых логистических проблем может быть представлена в виде интеграции функций и процессов; консолидации (транспорта, складов, запасов); ликвидации запасов; сокращения цикла, дифференциации обслуживания клиента; кооперации в отношениях "поставщик-потребитель"; логистического аутсорсинга и инноваций.

На современном этапе развития логистической системы логистические стратегии охватывают все сферы деятельности предприятия (снабжение, производство и т.д.) для ее оптимального функционирования используются методы, основанные на согласовании логистических стратегий с другими функциональными стратегиями и соответствие оптимальной реализации стратегии конкуренции предприятия.

На глобальных и международных рынках получила развитие стратегия логистической (интегрированной) цепи поставок как концепция современного логистического управления, что позволяет достичь интеграции и кооперации участников цепи поставок, сократить общий цикл и общие расходы. Стратегия является продолжением и логическим завершением концепции вертикальной интеграции предприятия, которая, кроме пользы от сотрудничества, вызвала и лишнюю бюрократизацию управления и т.д., и концентрирует внимание не только на продуктах, но и на информации и деньгах.

Особое место среди логистических стратегий занимают стратегии международных логистических каналов, в том числе рассматриваются такие корпоративные стратегии, как экспортная; лицензионная; совместное предприятие (JOINT VENTURES) и создание филиалов в других государствах. Лицензионная стратегия заключается в предоставлении лицензий фирме из другого государства на пользование технологией производства, ноу-хау и т. Мотивом внедрения этой стратегии являются тарифные барьеры, импортные условия и тому подобное. Стратегия JOINT VENTURES - стратегия компромисса между экспортной и лицензионной стратегиями, связана с большим риском и менее эластичная к изменениям окружения. Стратегия создания филиалов в других государствах реализуется через приобретение и экспансию, что делает устранение транспортных расходов, обслуживание грузов, таможенных оплат и тому подобное.

Современным примером логистического партнерства общества и бизнеса можно считать экологическую стратегию в логистике. Экологическая логистика

или "зеленая" логистика направлена на формирование на предприятии таких принципов деятельности, которые способны поддерживать всю систему в бесперебойном функционировании, при этом сокращая вредные выбросы, налаживая безотходное производство, экономя и вторично потребляя природные ресурсы.

Экологическая логистика, при грамотном подходе, способна использовать в производстве экологически чистые и безопасные материалы и сырье и контролировать уровень и содержание отходов. Также перспективным направлением является использование в производственном цикле природной энергии для минимизации загрязнения окружающей среды (солнечная энергия, вода, ветер, использование климатических особенностей региона).

Актуальность решения проблем, связанных с вопросами экологии, в нашей стране и регионе стоит особо остро. Сейчас в России "зеленая" логистика только начинает набирать обороты, когда западные страны не первый год активно и эффективно применяют ее на благо обществу.

Таким образом, цепочка стратегического планирования должна охватывать все стороны деятельности предприятия и не может не использовать актуальную и современную логистическую стратегию. Она позволит решить не только стратегические, но и тактические проблемы в бизнесе предприятий.

---

1. Кизим А.А. Основы предпринимательской логистики : учеб. пособие. Краснодар : Кубан. гос. ун-т, 2014.

2. Швецова Е.В., Тойменцева И.А. Создание транспортно - логистической системы как залог развития инфраструктуры региона // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 4. С. 15-17.

## THE ROLE OF SUPPLY STRATEGY IN THE STRATEGIC PLANNING OF ENTERPRISES

© 2017 Yudakova Olga Vasilyevna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: kafedra-kl@ya.ru

**Keywords:** strategic planning, functional strategy, logistics strategy, optimization of logistics strategy, logistics strategy directions.

The article discusses the interaction between logistics strategy and strategic planning in the business environment of enterprises, the role and importance of strategic logistics in the integration and coordination of business.

## ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ЧАСТНОПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ - ВАЖНОЕ УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2017 Яковлев Геннадий Иванович  
доктор экономических наук, профессор

© 2017 Кастаргина Мария Геннадьевна  
магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: dmms7@rambler.ru, mafuklja@yandex.ru

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, предпринимательство, экономический рост, государственная поддержка, стратегии, опыт зарубежных стран.

Рассматриваются проблемы развития малого и среднего предпринимательства как ключевого источника современного экономического роста. Описаны формы и методы поддержки предпринимательства, используемые в России и за рубежом, выявлены ключевые особенности нашей страны в развитии частнопредпринимательской инициативы. Показаны перспективные направления формирования благоприятных условий для национального сектора малого и среднего бизнеса.

В настоящее время проблема ускорения экономического роста выходит на первоочередное место в политико-экономической повестке основных мировых держав. Для российского государства данная проблема особенно ярко проявляется в условиях обострения глобальных вызовов, обнаружения коренных противоречий с интересами основных развитых стран. От того, сможет ли определенная страна генерировать достаточную массу материальных благ и научного продукта, разрабатывать и применять самые современные технологии, всецело зависят конкурентоспособность и состоятельность государства, стремящейся сохранить суверенитет. В этих условиях проблема обеспечения экономического роста страны характеризуется в терминах национальной безопасности<sup>1</sup>.

Мир не стоит на месте, и если не предпринимать самых решительных и не тривиальных шагов по собственному развитию, то даже при наличии огромных природных ресурсов можно скатиться в разряд отсталых стран за непродолжительное время. Огромный резерв для ускоренного экономического роста заключается в самом российском обществе, его нынешнем невостребованном интеллектуально-деловом потенциале. В условиях, когда размер теневой экономики превышает 50% ВВП России<sup>2</sup>, справедливо полагать, что именно высокое доверие к президенту страны способно заставить активную часть населения - предпринимателей "из гаражей" и подвалов начать легализовать свой бизнес и внести достойную лепту в экономическую мощь страны.

Опыт мирового развития показывает, что в условиях экономического кризиса политика, ориентированная на оказание помощи и содействие развитию

предпринимательства, дает ощутимые результаты достижения сбалансированного экономического роста уже на первых этапах проведения про-предпринимательской политики. Поддержка предпринимательства является в первую очередь задачей регионо-и городов. Имея относительную самостоятельность, органы местного самоуправления и региональные власти ответственны за развитие местных промыслов, решение задач социально-экономического и экологического развития территорий. Эффективное рыночное хозяйство в регионах (городах) возможно лишь в том случае, если на рынках товаров и услуг монополистические структуры уравниваются необходимо большим числом предприятий малого и среднего предпринимательства, которые в решающей степени обеспечивают функционирование рынка и помогают решать социальные и экономические проблемы, связанные в первую очередь с наличием потребительских товаров и услуг.

Высокие темпы внедрения нововведений, мобильность технологических изменений, внедрение изобретений, быстрый рост сферы услуг и занятости, острая ценовая и неценовая конкуренция, ведущая, с одной стороны, к снижению цен, а с другой - к тому, что потребитель получает продукцию и услуги высокого качества, возможность для государства получать большие средства в форме налоговых поступлений - все это и составляет большой вклад малых предприятий в экономику страны.

Примечательно, что в секторе российских малых предприятий оборот предприятий ежегодно растет в среднем на 10%, в то время как в целом по национальной экономике наблюдается рост не более 2-3%, что свидетельствует о принципиально больших потенциальных возможностях сектора МСП для ускорения ВВП в случае вывода его из тени. Неслучайно в Стратегии развития МСП в России до 2030 года запланировано увеличение в 2,5 раза оборота данного сектора, 2-х кратное повышение производительности труда, повышение доли занятых в народном хозяйстве до 35%<sup>3</sup>. В результате МСП должен стать драйвером экономического роста, как и в развитых странах, где его доля в ВВП достигает до 80%<sup>4</sup> относительно достигнутых наших 25%, и 4,7% от численности трудоспособного населения (больше даже в КНР-15,5%, или в Индии - 6,6%). По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства России, на 10.10.2016 внесено 5 726 915 записей. Специализация малых предприятий - торговля и услуги, среднего бизнеса - обрабатывающая промышленность, строительство и сельское хозяйство, т.е. те сферы хозяйственной деятельности, ориентированные преимущественно на платежеспособный спрос населения в условиях усложнения структуры потребностей, высокой степени технологичности предметов широкого потребления (бытовой электроники, транспортных средств, разнообразных предметов потребления).

При разработке механизмов развития и поддержки МСП важно учитывать имеющийся передовой мировой опыт и успешно применять его в соответствии с национальной спецификой. Отсутствие комплексной политико-правовой системы, которая, прежде всего, учитывает интересы малого бизнеса, а также включает законы, эффективно защищающие предпринимательскую деятельность на всем пути жизненного цикла фирмы, начиная с этапа входа на рынок, лицензирования и заканчивая банкротством, является еще одним барьером на пути творческого применения международных практик<sup>5</sup>.

Однако на практике это бывает затруднительно, поскольку каждая страна имеет свои особенности в политико-правовой обстановке, историко-культурных традициях, которые могут выступать как в качестве барьеров, так и преимуществ при внедрении современных практик. Следует учитывать ментальные характеристики россиян, культурные и этноконфессиональные традиции, существующие практики взаимодействия в триединой конфигурации власть-бизнес-гражданское общество, размер и структуру доходов населения. Важно учесть выработанную за годы советской власти высокую степень патернализма - многие россияне могут годами трудиться за низкую зарплату на фабриках и заводах, школах, учреждениях культуры, но все же не перейдут к высокодоходной, но рискованной предпринимательской деятельности - слишком глубоко засело в генетической памяти советских людей всемерное подавление частной деловой инициативы, борьба с "нетрудовыми доходами", спекулянтством и стяжательством.

Ценности, как важнейшие составляющие организационной культуры экономической системы, являются регуляторами поведения индивидов, в том числе предпринимателей. В силу определяющей роли государства в различных сферах занятости, в России "большая часть населения разделяет прямо противоположные ценности"<sup>6</sup>. В то время как в странах Запада не существует значимых противоречий между ценностями предпринимателей и ценностями населения в целом. Предпринимательская активность в России ниже, чем во многих развитых странах, одной из причин чему является непринятие ценностей предпринимательства российским населением. Поэтому при применении мирового опыта поддержки бизнеса важно учитывать ценностные различия населения.

В нашей стране нерешенными остаются проблемы, касающиеся различных факторов функционирования бизнес-среды. Социальная организация общества сильно недооценена в российской бизнес-среде. Например, большинство малых фирм США - это семейный бизнес<sup>7</sup>. Считается, что семейные компании являются наиболее успешно выживающими во время кризисных явлений в экономике. На примере развитых стран России следует перенимать опыт в области поддержки семейного бизнеса, женского предпринимательства, пропагандирования бизнеса среди молодежи, начиная со школ и университетов, так как каждая бизнес-организация является "обществом в миниатюре"<sup>8</sup> и, лучше понимая особенности этого общества, государство сможет быстрее определить необходимые пути поддержки и в дальнейшем собственного процветания.

---

<sup>1</sup> Яковлев Г.И. Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы и пути их решения // Вестник ИНЖЕКОНА. Серия "Экономика". СПб., 2007. № 4 (17). С. 81-87.

<sup>2</sup> Перов Е.В. Оценка теневой экономики России // Управление экономическими системами. 2015. № 3 (75).

<sup>3</sup> Коваленко А. Свободу малому и среднему // Эксперт. 2016. 23 мая.

<sup>4</sup> Стратегия развития малого и среднего предпринимательства : принята распоряжением Правительства РФ 02.06.2016 №1086-х. URL: <http://government.ru>.

<sup>5</sup> Яковлев Г.И. Обеспечение экономического роста на основе национальной конкурентоспособности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 1 (129). С. 5-8.

<sup>6</sup> Манова М.В. Влияние ценностей предпринимательства на культуру трансформирующегося общества: социологический анализ : дис. ... канд. соц. наук. М., 2010.

<sup>7</sup> Опора - кредит. Малый - значит семейный. URL: <http://www.opora-credit.ru/news/hot/detail.php?ID=21837>.

<sup>8</sup> Теория организации : учебник / Д.Б. Олянич [и др.]. Ростов н/Д : Феникс, 2008.

## **INTENSIFICATION OF PRIVATE ENTERPRISE IS AN IMPORTANT CONDITION FOR THE COMPETITIVENESS OF THE RUSSIAN ECONOMY**

© 2017 Yakovlev Gennady Ivanovich  
Doctor of Economics, Professor  
© 2017 Kastargina Mariya Gennadyevna  
Undergraduate  
Samara State University of Economics  
E-mail: dmms7@rambler.ru, mafuklja@yandex.ru

**Keywords:** small and medium business, business, economic growth, governmental support, strategy, foreign countries experience.

The article touches upon the issue of small and medium business development problems as the main source of modern economic growth. It is analyzed in comparison forms and business support methods used in Russia and abroad, the key features of our country in private-enterprise initiative development are indicated. The perspective directions of national small and medium business sector development are shown.

УДК 332.8(470.43)

## **ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ Г.О. САМАРА**

© 2017 Ярушина Анна Эдуардовна  
магистрант  
© 2017 Чудаева Александра Александровна  
кандидат экономических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: anna.solomonova@mail.ru

**Ключевые слова:** рынок жилой недвижимости, вторичный рынок жилья, покупательская способность, индекс доступности жилья.

Статья посвящена оценке доступности жилой недвижимости для населения г.о. Самара на основе двух основополагающих показателей - покупательской способности номинальной заработной платы на вторичном рынке жилья и индекса доступности жилья, а также сравнительному анализу доступности жилья для населения в референтных городских округах Приволжского федерального округа.

Наличие доступного и комфортного жилья, состояние жилищного фонда в Российской Федерации для всех категорий граждан наглядно отражает социально-экономическое развитие страны и уровень жизни населения<sup>1</sup>. С учетом этого оценка перспектив развития и текущего состояния рынка жилья, оценка доступности жилья для населения приобретает особую актуальность и значимость в современных условиях развития экономики страны и позволяет исследовать целый ряд стоящих проблем. Однако при этом оценщики и эксперты сталкиваются с рядом трудностей, а порой и невозможностью в однозначном и корректном определении экономических взаимосвязей на рынке жилья.

Одним из самых простых измерителей уровня доступности жилья является величина площади жилого помещения, которое может быть приобретено физическим лицом на одну месячную зарплату (табл. 1).

Таблица 1

**Расчет покупательской способности заработной платы  
на вторичном рынке жилья г.о. Самара\***

| Годы | Средняя цена объектов вторичного рынка жилой недвижимости, руб./кв.м. | Среднемесячная номинальная заработная плата по Самарской области, руб. | Покупательская способность заработной платы | Темп прироста (цепной), % |
|------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------|
| 2011 | 49 586,00                                                             | 14 916,00                                                              | 0,30                                        | -                         |
| 2012 | 47 518,00                                                             | 16 479,00                                                              | 0,35                                        | 15%                       |
| 2013 | 47 622,00                                                             | 18 600,00                                                              | 0,39                                        | 13%                       |
| 2014 | 50 590,00                                                             | 20 800,00                                                              | 0,41                                        | 5%                        |
| 2015 | 54 131,00                                                             | 23 433,00                                                              | 0,43                                        | 5%                        |
| 2016 | 61 607,00                                                             | 25 930,00                                                              | 0,42                                        | -3%                       |

\* По данным официального сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. URL: <http://samarastat.gks.ru/>

Покупательская способность зарплаты на жилищном рынке, отражающая уровень доступности жилья, определяется по формуле:

$$I_1 = W/P, \quad (1)$$

где  $I_1$  - покупательская способность заработной платы на жилищном рынке;

W - среднемесячная заработная плата;

P - рыночная стоимость 1 кв.м. жилья<sup>2</sup>.

Анализ покупательской способности заработной платы на вторичном рынке жилья г.о. Самара показал, что среднестатистический житель г.о. Самары



может приобрести 0,42 кв.м. жилья на 1 месячную заработную плату. За анализируемый период наблюдается тенденция уменьшения темпа прироста данного показателя, причем в 2016 году темп прироста составил -3%.

Обусловлена данная тенденция тем, что темп роста средней цены объектов вторичного рынка жилой недвижимости в г.о. Самара за последний анализируемый год значительно превысил темп роста среднемесячной номинальной заработной платы по Самарской области. Причиной тому является повышение спроса на рынке жилья в г.о. Самара в 3 и 4 кварталах ввиду падения покупательской способности российской валюты по отношению к рублю и евро в этот период.

Для оценки доступности жилья средней цены предложения объектов жилой недвижимости недостаточно, здесь имеет место быть международный статистический показатель - индекс доступности жилья.

$$I_2 = S/R, \quad (2)$$

где  $I_2$  - индекс доступности жилья;

S - среднерыночная стоимость квартиры, площадью 54 кв.м.;

R - средний годовой доход семьи из трех человек<sup>3</sup>.

Согласно методике Росстата, индекс доступности жилья рассчитывается как отношение средней рыночной стоимости стандартной квартиры (общей площадью 54 м<sup>2</sup>) к среднему годовому доходу семьи (3 человека.). Этот показатель демонстрирует время, за которое семья может накопить средства для приобретения квартиры, откладывая при этом все свои доходы. индекс доступности жилья не учитывает возможности приобретения жилья с помощью ипотечных кредитов и отражает лишь фактически сложившееся соотношение между средними ценами на жилье и средними доходами<sup>4</sup>. Рассчитаем данный показатель для г.о. Самара (табл. 2) и проанализируем его динамику (табл. 3).

Таблица 2

**Расчет индекса доступности жилья на вторичном рынке в г.о. Самара\***

| Годы | Средняя цена объектов вторичного рынка жилой недвижимости, руб. | Средняя рыночная стоимость стандартной квартиры (54 кв.м.), руб. | Среднедушевые денежные доходы, руб. | Годовой доход семьи (3 человека), руб. | Индекс доступности жилья, лет |
|------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------|
| 2011 | 49 586,00                                                       | 2 677 644,00                                                     | 18 021,00                           | 648 756,00                             | 4,13                          |
| 2012 | 47 518,00                                                       | 2 565 972,00                                                     | 20 223,10                           | 728 031,60                             | 3,52                          |
| 2013 | 47 622,00                                                       | 2 571 588,00                                                     | 21 756,10                           | 783 219,60                             | 3,28                          |
| 2014 | 50 590,00                                                       | 2 731 860,00                                                     | 24 696,40                           | 889 070,40                             | 3,07                          |
| 2015 | 54 131,00                                                       | 2 923 074,00                                                     | 26 864,90                           | 967 136,40                             | 3,02                          |
| 2016 | 61 607,00                                                       | 3 326 778,00                                                     | 26 034,10                           | 937 227,60                             | 3,55                          |

\* По данным официального сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. URL: <http://samarastat.gks.ru/>

Таблица 3

## Динамика индекса доступности жилья на вторичном рынке в г.о. Самара\*

| Годы | Индекс доступности жилья | Цепные показатели |          | Базисные показатели |          |
|------|--------------------------|-------------------|----------|---------------------|----------|
|      |                          | Т.р., %           | Т.пр., % | Т.р., %             | Т.пр., % |
| 2011 | 4,13                     | -                 | -        | -                   | -        |
| 2012 | 3,52                     | 85%               | -15%     | 85%                 | -15%     |
| 2013 | 3,28                     | 93%               | -7%      | 80%                 | -20%     |
| 2014 | 3,07                     | 94%               | -6%      | 74%                 | -26%     |
| 2015 | 3,02                     | 98%               | -2%      | 73%                 | -27%     |
| 2016 | 3,55                     | 117%              | 17%      | 86%                 | -14%     |

\* По данным официального сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. URL: <http://samarastat.gks.ru/>

Как показывают данные таблиц 2 3, в 2016 году индекс доступности жилья в г.о. Самара снизился на 14% на вторичном рынке по сравнению с 2011 г. (с 4,13 до 3,55 лет). Поскольку индекс показывает срок, за который семья может заработать на квартиру, то фактически результат означает, что доступность жилья в г.о. Самара за последние пять лет выросла. Таким образом, среднестатистическая семья, проживающая в городском округе Самара, может позволить себе приобрести квартиру за 3,55 лет, откладывая всю заработную плату.

Однако, если обратить внимание на цепной темп роста, то можно заметить, что за последний год наблюдается высокий темп роста индекса доступности жилья, - он составляет 117 %. Это негативная тенденция, и связана она, прежде всего, с высоким темпом роста цен на объекты вторичного рынка жилой недвижимости в 2016 году.

Сравним индекс доступности жилья в городском округе Самара среди референтных городских округов (Рис.1). Как видно из графика, приведенного на рис.1, в 2011 году самый низкий уровень доступности жилья среди анализируемых субъектов наблюдался в Нижнем Новгороде и составлял 5,17 лет. Городской округ Самара расположился на втором месте, незначительно уступая Казани (на 0,45 лет, или 5,4 месяцев). На протяжении 2013-2015 гг. г.о. Самара лидировал среди референтных городских округов по доступности жилья, показывая минимальные значения индекса доступности жилья<sup>5</sup>. Однако в 2016 году данный показатель заметно увеличился и незначительно превысил значения индекса в Нижнем Новгороде на 1,3 месяца. Это связано со значительным превышением темпа роста стоимости 1 кв.м. жилья в г.о. Самара над темпом роста среднедушевых денежных доходов по Самарской области.

В целом на фоне референтных городских округов Приволжского федерального округа положение г.о. Самара по индексу доступности жилья можно оценить как стабильно улучшающееся.

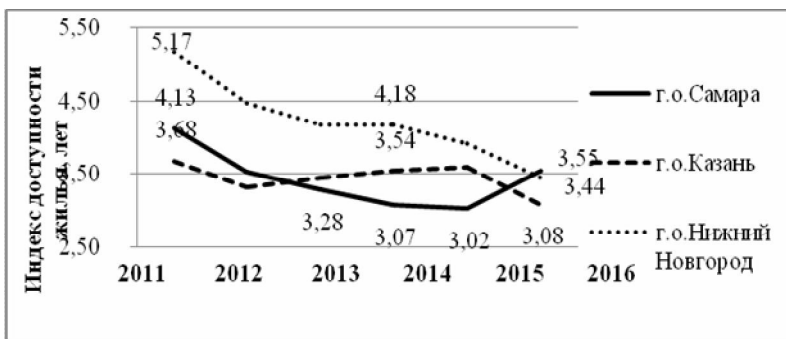


*Рис. Динамика индекса доступности жилья в референтных городских округах Приволжского федерального округа\**

\* Федеральная служба государственной статистики. URL: [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru).

Таким образом, в ходе оценки доступности жилой недвижимости г.о. Самара можно сделать выводы о том, что в результате существенного превышения темпа роста стоимости 1 кв.м. жилья в г.о. Самара над темпом роста среднедушевых денежных доходов населения в 2016 году показатель величины площади жилого помещения, которое может быть приобретено физическим лицом на одну месячную зарплату, темп прироста данного показателя, сократился и составил -3%. Индекс доступности жилья в г.о. Самара снизился на 14% на вторичном рынке по сравнению с 2011 г. (с 4,13 до 3,55 лет). Данный показатель отражает период времени, за который семья может заработать на квартиру. Следовательно, доступность жилья для населения г.о. Самара за последние пять лет выросла. Сравнительный анализ городских округов Приволжского федерального округа показал, что индекс доступности жилья по г.о. Самара имеет положительную тенденцию и почти на всем протяжении рассматриваемого периода по своему значению был ниже, чем в референтных городских округах Казань и Нижний Новгород.

<sup>1</sup> Постановление Правительства РФ от 17.12.2010 N 1050 (ред. от 18.10.2014) "О федеральной целевой программе "Жилище" на 2011 - 2015 годы".

<sup>2</sup> Мурзин А.Д. Недвижимость: экономика, оценка и девелопмент. М. : Феникс, 2013. С. 36-94.

<sup>3</sup> Стерник Г.М. Методические рекомендации по анализу рынка недвижимости. М. : Рос. гильдия риэлтеров, 2011.

<sup>4</sup> Горемыкин В.А. Экономика недвижимости : учебник. 2-е изд., перераб., доп. М. : Юрайт, 2013.

<sup>5</sup> Карышев М.Ю. Экономико-статистический анализ рейтинговой позиции Самарской области на рынке строительства жилой недвижимости Приволжского федерального округа (ПФО) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112).

# ESTIMATING THE AFFORDABILITY OF HOUSING FOR THE POPULATION BY THE EXAMPLE OF THE SAMARA CITY

© 2017 Yarushina Anna Eduardovna  
Undergraduate

© 2017 Chudaeva Aleksandra Aleksandrovna  
Candidate of Economics, Associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [anna.solomonova@mail.ru](mailto:anna.solomonova@mail.ru)

**Keywords:** residential real estate market, secondary housing market, purchasing power, housing affordability index.

The article is devoted to the assessment of the availability of residential real estate for the population of the city of Samara based on two fundamental indicators, such as the purchasing power of nominal wages in the secondary housing market and the housing affordability index, as well as a comparative analysis of the affordability of housing. for the population in the reference urban districts of the Volga Federal District.

# СОДЕРЖАНИЕ

## Экономические науки и менеджмент

|                                                                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Голоднюк З.В.</b> Современные тренды "зеленой" логистики в условиях глобализации .....                                                                                                | 3  |
| <b>Гришина Я.М.</b> Влияние крупномасштабных спортивных мероприятий на формирование инвестиционной привлекательности региона на примере Чемпионата мира по футболу в городе Самаре ..... | 7  |
| <b>Гумаров С.Б.</b> Регулирование инвестиционной деятельности в процессе инновационного развития российской экономики .....                                                              | 13 |
| <b>Гурина Е.В.</b> Основные показатели конкурентоспособности авиакомпаний .....                                                                                                          | 16 |
| <b>Данилин Д.С.</b> Фонды ETF на российском рынке ценных бумаг .....                                                                                                                     | 19 |
| <b>Данилина Е.В., Никитина Н.В.</b> Разработка направлений повышения финансовой устойчивости предприятия (на примере АО "Новокуйбышевский нефтеперерабатывающий завод").....             | 23 |
| <b>Дворникова А.С., Адырхаева Г.Д.</b> Современное состояние и стратегия развития пивоваренной промышленности.....                                                                       | 27 |
| <b>Дегтярева Т.Д., Чулкова Е.А.</b> Управление конкурентоспособностью организаций агробизнеса.....                                                                                       | 30 |
| <b>Демидович Т.А., Рахматуллина А.Р.</b> Автоматизированная воронка продаж - один из главных бизнес-инструментов для любой организации.....                                              | 33 |
| <b>Демцура С.С.</b> Понятие и классификация финансовых ресурсов бюджетной организации.....                                                                                               | 38 |
| <b>Динукова О.А.</b> Зеленая логистика в концепции устойчивого развития.....                                                                                                             | 41 |
| <b>Дмитриев И.С.</b> Экономическая стратегия Китая "Новый Шелковый путь" .....                                                                                                           | 44 |
| <b>Дулевич Л.И.</b> Использование информационных технологий при преподавании экономических дисциплин .....                                                                               | 48 |
| <b>Еланская Т.А., Корнилова А.Д.</b> Роль интеграции в строительной отрасли на примере корпорации "Кошелев" .....                                                                        | 52 |
| <b>Жидкова И.С., Милова Л.Н.</b> Операции коммерческих банков с еврооблигациями .....                                                                                                    | 55 |
| <b>Замыцкий Ф.С.</b> Роль частных космических компаний на международном рынке космических перевозок.....                                                                                 | 60 |
| <b>Зеркаль Ф.А., Ханунов А.И.</b> Место России на мировом финансовом рынке.....                                                                                                          | 64 |
| <b>Зиновьева Ю.А., Федотова Д.Ю., Наумова О.А.</b> Оценка затрат на проведение экономического анализа в организации.....                                                                 | 72 |
| <b>Измайлов А.М., Ашмарина С.И.</b> Реакция системы образования на влияние мегатрендов.....                                                                                              | 76 |
| <b>Измайлов А.М., Смолькин В.П.</b> Новые черты в практике стратегического управления человеческими ресурсами в региональной экономике.....                                              | 79 |

|                                                                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Ильина Е.А.</b> Оценка инвестиционного климата в России.....                                                                                                              | 83  |
| <b>Калентьева М.А., Тюрякова А.В., Динукова О.А.</b> Критерии и методы<br>выбора поставщиков товаров и услуг .....                                                           | 88  |
| <b>Калимуллин Д.М., Асташкин А.В., Цыбулина А.О.</b> Мотивация персонала<br>нефтяной компании: основные проблемы, тенденции развития .....                                   | 94  |
| <b>Калышенко В.Н., Сталькина У.М.</b> Сегментация на рынке труда.....                                                                                                        | 99  |
| <b>Карасева Е.А.</b> Использование информационно-коммуникационных<br>технологий в работе преподавателя вуза .....                                                            | 103 |
| <b>Касатов А.Д.</b> Трансакционные издержки в экономической деятельности<br>интегрированных промышленных компаний .....                                                      | 106 |
| <b>Каширская О.А., Чернова Д.В.</b> Персонал как необходимый фактор<br>обеспечения конкурентоспособности предприятий .....                                                   | 113 |
| <b>Кильметова А.Р., Носков В.А.</b> Глобальные дисбалансы<br>в мировой экономике.....                                                                                        | 115 |
| <b>Кириякина В.А., Никитина Н.В.</b> Оценка состояния и перспективы развития<br>строительной отрасли России .....                                                            | 119 |
| <b>Климук В.В.</b> Векторы экономической безопасности государства .....                                                                                                      | 125 |
| <b>Ковальчук И.Э.</b> Процессы импортозамещения в сельском хозяйстве России:<br>проблема подготовки и привлечения профессиональных кадров .....                              | 129 |
| <b>Кожемякина Е.Ю.</b> Научно-исследовательские организации на современном<br>этапе развития экономики .....                                                                 | 133 |
| <b>Койчубаев А.С., Жолдаспеков Ж.Р., Кажибаяев С.С.</b> О роли электронного<br>правительства в повышении уровня легкости ведения бизнеса<br>(опыт Республики Казахстан)..... | 136 |
| <b>Коржова Г.А.</b> Формирование политики продвижения медицинских услуг.....                                                                                                 | 140 |
| <b>Короткая М.В.</b> Определение конкурентных преимуществ дилерского<br>автотехцентра (на примере официального дилера концерна "Scania") .....                               | 144 |
| <b>Кривоножкина Н.В., Черняева К.Н., Федоренко Р.В.</b> Сущность методики<br>Кайдзен .....                                                                                   | 149 |
| <b>Кузьмина Ю.В., Тойменцева И.А.</b> Особенности предоставления<br>логистических услуг на рынке интернет-торговли .....                                                     | 152 |
| <b>Курносова М.В., Джулай Д.В.</b> Анализ экономических показателей<br>ГБУЗ "Самарский областной наркологический диспансер" .....                                            | 155 |
| <b>Курносова М.В., Смолина Е.С.</b> Оценка финансового состояния<br>АО "Арконик СМЗ" .....                                                                                   | 167 |
| <b>Ларина Ю.В.</b> Использование аутсорсинга при формировании сети<br>распределения торговых компаний .....                                                                  | 172 |
| <b>Лихачев А.С., Кириллова Л.К.</b> Специфика применения маркетинговых<br>коммуникаций в банковской сфере.....                                                               | 175 |
| <b>Лыкова К.В., Сороколет И.И.</b> Разработка мероприятий<br>по энергосбережению на предприятии<br>ОАО "БРНУ-Приволга, Транснефть" .....                                     | 180 |
| <b>Любецкий П.Б.</b> Маркетинговая стратегия, механизм ее формирования<br>и осуществления .....                                                                              | 184 |

|                                                                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Майорская А.С., Сараев А.Р., Фириulina Е.В.</b> Влияние младенческой смертности на развитие страны.....                                                     | 188 |
| <b>Маликова О.А., Семашкина З.Н.</b> Совершенствование ассортиментной политики компании по производству хлебобулочных изделий на рынке Самарской области ..... | 192 |
| <b>Маринина Е.В., Хрысева А.А.</b> Факторы обеспечения конкурентоспособности международного бизнеса.....                                                       | 197 |
| <b>Марфина К.М.</b> Репутационный рейтинг как инструмент повышения уровня конкурентоспособности компании на рынке.....                                         | 203 |
| <b>Махмудова Г.П., Наумова О.А.</b> Экономический анализ природоохранной деятельности предприятий нефтегазовой промышленности.....                             | 206 |
| <b>Медведева Д.Н., Мухранова Т.В.</b> Анализ динамики себестоимости и затрат ПАО "Транснефть" .....                                                            | 213 |
| <b>Мельникова И.Д.</b> Налоговое администрирование в коммерческих банках .....                                                                                 | 218 |
| <b>Мехедова Н.Ю.</b> Анализ структуры фармацевтического рынка Российской Федерации .....                                                                       | 224 |
| <b>Микляева Ю.С.</b> Амортизационные отчисления как источник инвестиций в основные фонды предприятий нефтеперерабатывающей отрасли .....                       | 227 |
| <b>Мирзоев Н.С.</b> Регулирование цен в сфере зерноводства Азербайджана в целях развития предпринимательства .....                                             | 231 |
| <b>Морозов А.А., Фролов Е.В., Яхнеева И.В.</b> Анализ этапов маркетингового планирования промышленного предприятия.....                                        | 235 |
| <b>Москвина О.С.</b> Таможенный контроль после выпуска товаров как источник поступления таможенных платежей в федеральный бюджет .....                         | 241 |
| <b>Никитина Е.К., Калышенко В.Н.</b> Коммуникативная политика компании .....                                                                                   | 244 |
| <b>Новикова Е.В.</b> Основы проектирования систем товародвижения в розничных торговых сетях .....                                                              | 248 |
| <b>Новикова Е.В.</b> Товародвижение в розничной торговле .....                                                                                                 | 254 |
| <b>Осыкина А.С.</b> Тенденции и перспективы развития российского фармацевтического рынка.....                                                                  | 257 |
| <b>Паздникова Н.П.</b> Территориальные инструменты налогового стимулирования деятельности .....                                                                | 265 |
| <b>Панфилова К.А., Перепёлкин В.А.</b> Особенности конкуренции с участием ТНК на глобальном рынке продуктов питания .....                                      | 271 |
| <b>Первой И.Н., Коновалова М.Е.</b> Микрофинансовые организации и их роль в развитии денежного обращения .....                                                 | 274 |
| <b>Перепёлкина Е.В.</b> Развитие методологии измерения человеческого капитала.....                                                                             | 280 |
| <b>Перминова Д.А., Китаева М.В.</b> Роль личности в аграрном предпринимательстве .....                                                                         | 283 |
| <b>Печеницина Н.А.</b> Оценка уровня развития и социо-эколого-экономической сбалансированности территории Александровского муниципального образования .....    | 286 |
| <b>Пичуров С.Н., Федосеева Е.А.</b> Анализ краудлендинга в России .....                                                                                        | 291 |
| <b>Пичугина Т.А.</b> Создание проекта внедрения производственной философии "Кайдзен" на российском промышленном предприятии .....                              | 296 |

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Рафикова Н.Т.</b> Анализ среднегодовых темпов изменения себестоимости молока, ее структуры и факторов .....                                                         | 302 |
| <b>Рахимов Р.Р., Чудаева А.А.</b> О подходе к оценке эффективности инновационной деятельности промышленного предприятия .....                                          | 309 |
| <b>Ромадина В.К., Федоренко Р.В.</b> Логистическая оптимизация в закупочной деятельности .....                                                                         | 313 |
| <b>Романова П.В., Сапожникова О.А.</b> Сравнительный анализ структуры внешнего долга РФ и США .....                                                                    | 316 |
| <b>Сараев А.Р., Майорская А.С., Иртикеев П.С.</b> Анализ формирования себестоимости и ценообразования на медицинские услуги в частных стоматологических клиниках ..... | 324 |
| <b>Сараева Н.Д., Симонова М.В.</b> Применение модели компетенций для разработки программы обучения государственного служащего .....                                    | 328 |
| <b>Сарбитова И.Л., Корнилова К.А., Нуйкина Е.Ю.</b> Ведение экономической деятельности с учетом рационального природопользования .....                                 | 335 |
| <b>Сацкая Е.А.</b> Анализ инвестиционной активности на примере Самарского региона .....                                                                                | 337 |
| <b>Семина В.Ю., Тойменцева И.А.</b> Современные требования, предъявляемые к транспортным логистическим компаниям .....                                                 | 341 |
| <b>Сидорова В.В.</b> Влияние экспортных поставок на устойчивое развитие промышленных предприятий .....                                                                 | 344 |
| <b>Скобкин С.С., Белафина Я.А., Калита Г.В.</b> Развитие корпоративных стандартов гостиничных сетей на основе проектирования стратегии развития .....                  | 348 |
| <b>Солуянов К.О., Хвостенко О.А.</b> Проблемы гармонизации системы корпоративного бюджетирования в рамках международных стандартов учета .....                         | 354 |
| <b>Сосунова Л.А., Ибрагимова М.А.</b> Культурно-экономический подход - важная ступень маркетинговой деятельности города .....                                          | 361 |
| <b>Сотникова С.А., Иванова Н.И.</b> Франчайзинговые бизнес-системы в зарубежных странах (на примере Франции) .....                                                     | 371 |
| <b>Тлесова Ж.А.</b> Эффективный способ управления промышленным предприятием в период инновационного развития .....                                                     | 375 |
| <b>Торосян А.Г.</b> Оценка уровня устойчивого развития Березниковско-Соликамского промышленного узла .....                                                             | 380 |
| <b>Филатов А.А., Чернышев М.А.</b> Техническая учеба как способ повышения конкурентоспособности железнодорожного транспорта .....                                      | 384 |
| <b>Фролова Е.В.</b> Управление транспортно-логистическим процессом компании .....                                                                                      | 387 |
| <b>Хайруллова А.Т.</b> Самарский кластер авиационного и космического двигателестроения как элемент международной конкурентоспособности России .....                    | 392 |
| <b>Харченко А.В., Анопченко Т.Ю.</b> Концепция внедрения нормативно-целевого бюджета затрат в ОАО "РЖД" .....                                                          | 397 |



|                                                                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Хлопов Д.А., Никитина Н.В.</b> Повышение эффективности инновационного развития промышленного предприятия (на примере ОАО "Самарский подшипниковый завод") ..... | 400 |
| <b>Цыпин А.П.</b> Изучение динамики показателей страхового рынка в России .....                                                                                    | 406 |
| <b>Частухина Т.А.</b> Проблемы определения налоговой санкции в налоговом праве.....                                                                                | 409 |
| <b>Частухина Т.А.</b> Сущность банковских рисков и их минимизация.....                                                                                             | 412 |
| <b>Чудаева А.А.</b> Подход к определению эффективности мероприятий по реконструкции судоходных гидротехнических сооружений.....                                    | 414 |
| <b>Чулкова Е.А., Сивожелезов А.А.</b> Анализ продукции отраслей пищевой промышленности, производимой из зерна .....                                                | 418 |
| <b>Чупахина П.А.</b> Место и роль таможенной стоимости в системе таможенно-тарифного регулирования .....                                                           | 421 |
| <b>Шадчнева П.С., Фомин В.И.</b> Математическое обоснование в экономических задачах.....                                                                           | 424 |
| <b>Шамкаева Р.Р., Шмалько Е.А., Нуйкина Е.Ю.</b> Построение оптимального портфеля ценных бумаг на основе российского фондового рынка .....                         | 428 |
| <b>Шашкина А.В.</b> Особенности проектирования складских систем в цепи поставок.....                                                                               | 433 |
| <b>Шашкина А.О., Щуцкая А.В.</b> Применение Agile-методологии в управлении на предприятиях пищевой промышленности .....                                            | 436 |
| <b>Шашкова Н.С.</b> Роль венчурных инвестиций в развитии логистических систем.....                                                                                 | 439 |
| <b>Швецова Е.В.</b> Современные подходы к организации торговли в глобальных сетях .....                                                                            | 442 |
| <b>Юдакова О.В.</b> Роль логистической стратегии в стратегическом планировании предприятий.....                                                                    | 445 |
| <b>Яковлев Г.И., Кастаргина М.Г.</b> Интенсификация частнопредпринимательской деятельности - важное условие конкурентоспособности российской экономики .....       | 448 |
| <b>Ярушина А.Э., Чудаева А.А.</b> Оценка доступности жилья для населения на примере г.о. Самара .....                                                              | 451 |

*Научное издание*

**НАУКА XXI ВЕКА:  
АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

*Сборник научных статей  
V Международной заочной  
научно-практической конференции*

*17 апреля 2017 года*

*Выпуск 1*

*Часть 2*

*Материалы представлены  
в авторской редакции*

Усл. печ. л. 26,86 (28,88). Уч.-изд. л. 38,12.  
Самарский государственный экономический университет.  
443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.