



# НОВАЯ ПАРАДИГМА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

ПО МАТЕРИАЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
Г. БЕЛГОРОД, 29 ДЕКАБРЯ 2017 Г.

*В ШЕСТИ ЧАСТЯХ*

ЧАСТЬ 5



АГЕНТСТВО ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
(АПНИ)

# НОВАЯ ПАРАДИГМА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ

Сборник научных трудов

по материалам  
Международной научно-практической конференции  
г. Белгород, 29 декабря 2017 г.

В шести частях  
Часть V

Белгород  
2018

УДК 001  
ББК 72  
Н 72

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:  
**www.issledo.ru**

#### **Редакционная коллегия**

*Духно Н.А.*, д.ю.н., проф. (Москва); *Васильев Ф.П.*, д.ю.н., доц., чл. Российской академии юридических наук (Москва); *Винаров А.Ю.*, д.т.н., проф. (Москва); *Датий А.В.*, д.м.н. (Москва); *Кондрашихин А.Б.*, д.э.н., к.т.н., проф. (Севастополь); *Котович Т.В.*, д-р искусствоведения, проф. (Витебск); *Креймер В.Д.*, д.м.н., академик РАЕ (Москва); *Кумехов К.К.*, д.э.н., проф. (Москва); *Радина О.И.*, д.э.н., проф., Почетный работник ВПО РФ, Заслуженный деятель науки и образования РФ (Шахты); *Тихомирова Е.И.*, д.п.н., проф., академик МААН, академик РАЕ, Почётный работник ВПО РФ (Самара); *Алиев З.Г.*, к.с.-х.н., с.н.с., доц. (Баку); *Стариков Н.В.*, к.с.н. (Белгород); *Таджибов Ш.Г.*, к.филол.н., доц. (Худжанд); *Ткачев А.А.*, к.с.н. (Белгород); *Шановал Ж.А.*, к.с.н. (Белгород)

Н 72      **Новая парадигма социально-гуманитарного знания** : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 29 декабря 2017 г.: в 6 ч. / Под общ. ред. Е. П. Ткачевой. – Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2018. – Часть V. – 140 с.

ISBN 978-5-6040519-0-0

ISBN 978-5-6040519-5-5 (Часть V)

В настоящий сборник включены статьи и краткие сообщения по материалам докладов международной научно-практической конференции «Новая парадигма социально-гуманитарного знания», состоявшейся 29 декабря 2017 года в г. Белгороде. В работе конференции приняли участие научные и педагогические работники нескольких российских и зарубежных вузов, преподаватели, аспиранты, магистранты и студенты, специалисты-практики. Материалы данной части сборника включают доклады, представленные участниками в рамках секций, посвященных вопросам экономики.

Издание предназначено для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, передовыми достижениями науки и технологий.

Статьи и сообщения прошли научное рецензирование (экспертную оценку) членами редакционной коллегии. Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

УДК 001  
ББК 72

© ООО АПНИ, 2018  
© Коллектив авторов, 2018



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ» .....</b>	<b>6</b>
<b>Бацына Я.В.</b> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗУКРУПНЕНИЯ И РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА .....	6
<b>Васильева Н.П., Морозкин Ю.Н.</b> НАПРАВЛЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА .....	10
<b>Гаврилин А.В., Катаев Е.Н.</b> ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПАО «ПРОМСВЯЗЬБАНК».....	13
<b>Гаврилин А.В., Митяева Е.И.</b> ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РАМКАХ ВЫБРАННЫХ ИМИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ.....	20
<b>Гареева Т.И., Морозкин Ю.Н.</b> ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	29
<b>Гомолко Н.В., Шевцов В.В.</b> ТЕОРИЯ КРИЗИСОВ К. МАРКСА .....	32
<b>Елисеев Д.О.</b> МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫМ ОСВОЕНИЕМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА АРКТИКИ .....	35
<b>Заплавнова Н.В.</b> ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ .....	40
<b>Зиядуллаев Н.С., Елисеев Д.О.</b> СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	44
<b>Кейванова Е.В.</b> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРИГОРОДНЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК.....	49
<b>Клитина Н.А.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ.....	53
<b>Костыря Ю.С.</b> ИНВЕСТИЦИИ В ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ГОСУДАРСТВА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА .....	58
<b>Красинец Е.С., Шевцова Т.В.</b> МИГРАЦИЯ И МИГРАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РАЗВИТИИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА .....	61
<b>Ксенофонтов С.А.</b> ETHEREUM И ВИКИПЕДИЯ: АНАЛИЗ РЕГРЕССИОННЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ФЕНОМЕНАМИ ИНТЕРНЕТ .....	64

<b>Кулакова Е.С.</b>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ В ОТНОШЕНИИ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ И ИХ ПРЕКУРСОРОВ .....	67
<b>Лебёдкин А.О., Ерёмина И.В.</b>	
УЧЕТ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ .....	71
<b>Люшина Э.Ю., Борисова А.В.</b>	
КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК КОРПОРАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ.....	75
<b>Магомадов В.А.</b>	
НАПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ АПК ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ .....	78
<b>Михайлюк М.В.</b>	
ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФУЛФИЛМЕНТА КАК КОМПОНЕНТА ЦЕПИ ПОСТАВОК В СИСТЕМЕ МНОГОКАНАЛЬНОГО СБЫТА.....	82
<b>Наумова Ю.В.</b>	
РИСКИ РЕСУРСНОГО ПОДХОДА ОСВОЕНИЯ АРКТИКИ.....	86
<b>Нестеренко О.А.</b>	
ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО ВЕКТОРА ТРАНСФОРМАЦИИ TENANT MIX В УСЛОВИЯХ РЕКОНЦЕПЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ.....	90
<b>Оборина Е.Д.</b>	
К ВОПРОСУ ОБ АГЕНТАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ.....	93
<b>Плохов С.А.</b>	
ОСОБЕННОСТЬ РАЗРАБОТКИ ТОВАРА КАК ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА .....	97
<b>Пузанов Ю.Ю., Шевцов В.В.</b>	
ОСНОВОПОЛОЖНИКИ РУССКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ.....	100
<b>Ремета А.А.</b>	
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ МЯСА И МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	103
<b>Рудович А.А.</b>	
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ЭКОНОМИКЕ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ.....	109
<b>Садовая А.М.</b>	
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА ТЕРРИТОРИИ г. ВОЛОГДЫ.....	114
<b>Сучкина Н.А.</b>	
АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТОВ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА КОМПАНИЙ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ .....	117
<b>Тыртычный Б.А., Шевцов В.В.</b>	
МАРКСИСТСКОЕ УЧЕНИЕ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ .....	119
<b>Фильцев С.А.</b>	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОГО ДЕВЕЛОПМЕНТА В РОССИИ .....	122
<b>Чардымская М.С.</b>	
ТИФЛОТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА КАК НЕОБХОДИМЫЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА ТРУДА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ПО ЗРЕНИЮ.....	126

***Шенишинов Ю.В.***

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА  
В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ..... 131

***Шхалахова С.Ю.***

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ФИНТЕХ-СТАРТАПОВ И  
НЕОБАНКИНГА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА И  
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ В ОПТИКЕ ИННОВАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ  
КОНКУРЕНЦИИ..... 134

## СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

### СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗУКРУПНЕНИЯ И РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

**Бацына Я.В.**

канд. соц. наук, доцент, Институт пищевых технологий и дизайна –  
филиал Нижегородского инженерно-экономического университета,  
Россия, г. Нижний Новгород

В статье предоставляется сравнительный анализ экономической эффективности разукрупнения и реструктуризации гостиничного сервиса на примере некоторых российских отелей. Реструктуризация как процесс предполагает целенаправленное изменение структуры компании. Процесс разукрупнения понимается как перераспределение функций управления между руководством предприятия и руководителями создаваемых подразделений. Описаны наиболее эффективные методы реорганизации в системе гостиничного бизнеса.

*Ключевые слова:* реструктуризация, реорганизация, разукрупнение гостиничного сервиса, создания малых гостиниц.

Тенденцией последних лет для ряда предприятий является реализация мер по реструктуризации и разукрупнению их деятельности. Данная проблема является актуальной на сегодняшний день, и анализ современной литературы и примеры существующих предприятий подтверждает это. До сих пор никто не имеет цельного понятия по данным методам, какой характер они имеют и в каких случаях применяются. Какой из методов экономически эффективен и менее рискован.

Целью данной статьи является выявление наиболее эффективного метода реорганизации предприятия.

Любое предприятие функционирует как открытая система, на деятельность которой оказывают влияние внешних и внутренних факторов среды. В условиях жесткой конкуренции учитывать изменения, происходящие во внешней среде, – необходимое условие успешной работы каждой организации.

Общепринятыми определениями являются:

1. Процесс реструктуризации предполагает целенаправленное изменение структуры компании и входящих в неё элементов, которые формируют её бизнес, в связи с воздействиями, оказываемыми факторами внешней или внутренней среды. В процессе реструктуризации может происходить совершенствование системы управления предприятием, изменение финансово-экономической политики, операционной деятельности, систем маркетинга, сбыта и управления персоналом [3, с. 56].

2. Процесс разукрупнения понимают как перераспределение функций управления между руководством предприятия и руководителями создаваемых подразделений, при котором последние приобретают или существенно расширяют свою самостоятельность. В этом плане разукрупнение тождественно децентрализации. Разделение на более мелкие единицы рассматривается как метод реорганизации в народно-хозяйственной и административной сферах [2, с. 124].

Применение данных методов осуществляется в следующих случаях (см. таблицу).

**Разукрупнение и реструктуризация:  
преимущественные стороны экономических процессов**

Разукрупнение	Реструктуризация
<p>1. Наличие у гостиничного предприятия наряду с прибыльными секторами деятельности убыточных производств. Целью разукрупнения такого предприятия является выделение подразделений, которые санационно способны к проведению их финансового оздоровления, в том числе путем приватизации. Структурные подразделения, которые не подлежат санации остаются в организационной структуре и со временем объявляются банкротом.</p> <p>2. Высокий уровень диверсификации у предприятий сфер деятельности и проявление к ним интереса предприятий гостиничного сервиса.</p> <p>3. Проведение приватизационной подготовки государственных предприятий с целью повышения их инвестиционной привлекательности.</p>	<p>1. Улучшение экономических и финансовых показателей деятельности компании в краткосрочном и долгосрочном периодах.</p> <p>2. Привлечение долгосрочных обязательств. Долгосрочные обязательства представляют собой задолженность, срок погашения которой больше года, они учитываются при оценке платежеспособности предприятия.</p> <p>3. Увеличение рыночной стоимости собственного капитала компании (акций компании).</p> <p>4. Усиление конкурентоспособности услуг на рынке.</p> <p>5. Расширение существующих рыночных деловых и туристских сегментов</p> <p>6. Избежание банкротства.</p>

Сегодня активно идет процесс разукрупнения гостиниц, имеющих в своем составе несколько корпусов. Так, Московский гостиничный комплекс «Измайлово» распался на 3 самостоятельные гостиницы: «Альфа», «Измайлово-Бета», «Гамма-Дельта» находящиеся в непосредственной близости друг с другом. Гостиничный комплекс «Восток» разделился на «Восток», «Восток-1» и «Восток-6» и т.д.

Вновь образованные предприятия имеют, как правило, 150-200 мест, более гибки в управлении и требуют меньше затрат на эксплуатацию, чем целый комплекс. Некоторые из них сумели повысить категорийность – «Державная», «Владыкино». Однако рыночная деятельность разукрупненных гостиниц осложняется несколькими факторами [1]:

- как правило, эти объекты находятся на периферии (MilanHotel);
- им требуются значительные инвестиции на переоформление фасадов и интерьеров, выполненных в «советском стиле» (например, с представительским и дорогим интерьером, как в гостинице «Альфа»);
- они испытывают высокую конкуренцию со стороны ближайшего окружения; если соседние корпуса имеют более низкую категорию, то такое соседство создает «сомнительный имидж» и невыгодно отражается на контингенте гостиницы;
- респектабельные и «денежные» клиенты будут сомневаться в безопасности и качестве предлагаемых им услуг; «непрестижное месторасположение».

Окраины Москвы, помимо транспортной удаленности от центра, имеют еще одну отличительную особенность – неразвитость общегородской инфраструктуры. Это и неоформленные ландшафты, грязь на улицах, отсутствие дешевых и комфортабельных предприятий питания, уличные фастфуды. Разукрупнение бывших крупных гостиниц – это только один, причем не самый удачный и универсальный, уход «от наследия прошлого».



Актуальность создания малых гостиниц в Москве заключается еще и в том, что это позволит, в частности, приблизить средства размещения к объектам показа, способствуя возрождению городской исторической среды. В настоящее время создание сети малых гостиниц идет не только на базе разукрупнения многокорпусных отелей, но также за счет реконструируемых зданий, не относившиеся к историческим достопримечательностям.

К процессу реструктуризации можно отнести отрицательные явления в практике деятельности службы маркетинга гостиничного комплекса «Европа», расположенного в поселке Партенит в 20 км от города Алушта. Служба маркетинга не была выделена в составе организации как самостоятельная группа по проведению маркетинговых исследований и по созданию имиджа гостиницы. Эта работа, конечно, велась и ранее, в первые годы существования отдела, но она не носила упорядоченного характера, не было сотрудников, ответственных именно за этот участок работы. С созданием такой группы процесс проведения маркетинговых исследований может заметно активизироваться, приобретая характер систематики и плановости. Данной группой по итогам проведения маркетинговых исследований могут начать составляться программы маркетинга отдельных гостиничных продуктов и проблем их внедрения, которые в целом положительно могут восприниматься подразделениями ГК «Европа», т.к. они могут давать ценный информационный материал для принятия соответствующих решений по гостиничным продуктам. Огромный плюс гостиницы состоит в её хорошем соседстве, ведь поселок Партенит находится в выгодном положении между двумя клиентоориентированными крупными курортными городами Алуштой и Ялтой.

Туристские гостиничные комплексы «Измайлово» («Гамма», «Дельта») являются одним из ведущих конгресс отелей и предлагают услуги по аренде конференц-залов в Москве, а также переговорных комнат. Широкий спектр возможностей позволяет проводить мероприятия различного формата и направленности: от небольших деловых встреч и переговоров до масштабных конференций, выставок, свадеб и развлекательных шоу-программ.

К услугам гостей [5]:

- 19 кондиционированных многофункциональных конференц-залов с современным оборудованием вместимость которых от 12 до 500 человек;
- Универсальный выставочный зал «Смоленск» площадью 282 м<sup>2</sup>;
- многоцелевая площадка «Форум» на открытом воздухе;
- подключение к Интернету через бесплатный Wi-Fi или выделенную линию.

Туристские гостиничные комплексы «Измайлово» («Гамма», «Дельта») – это [5]:

1. Более чем 36-летняя история успеха независимого отечественного бренда.
2. Около 500 000 гостей со всего мира ежегодно.
3. Надежный клиентоориентированный партнер.
4. Гармоничное сочетание высоких стандартов качества обслуживания с лучшими традициями гостеприимства.
5. Высокопрофессиональная опытная команда из более 850 сотрудников, чутко реагирующих на все пожелания гостей и партнеров.
6. Постоянное динамичное развитие в соответствии с современными требованиями и тенденциями.

## 7. Демократичная ценовая политика.

Добраться из любого корпуса в центр или любую другую часть Москвы можно на автомобиле по одной из расположенных рядом автомагистралей, а также просто спустившись в метро на станцию «Партизанская», которая тоже находится рядом.

Конференц-сервис отеля «Европа» позволит оптимизировать бюджет на проведение мероприятия, и включают в себя множество дополнительных услуг.

При аренде конференц-зала предоставляется:

- экран;
- флипчарт (офисный мольберт – магнитно-маркерная доска с креплением для листа или блока бумаги);
- звуковая аппаратура;
- Wi-Fi.

За дополнительную плату предоставляется:

- кофе-брейк;
- фуршеты, банкеты;
- экскурсионные программы на выбор;
- дополнительный экран;
- проектор;
- усиливающая звуковая аппаратура.

Отель «Европа» – четырехзвездочный отель в Крыму на берегу моря, с неповторимым стилем и атмосферой. Он сочетает в себе классическую элегантность с удобствами, необходимыми для самых требовательных путешественников. Это и просторные номера, широкие веранды, шикарные рестораны и бары, конференц-зал, СПА-центр. «Европа» – семейный отель с трехразовым питанием, в котором созданы все условия для отдыха с детьми. Отель расположен в живописном месте рядом с памятниками садово-паркового искусства – парками «Парадиз», «Утес», «Карасан» [4].

У каждого из гостиничных комплексов есть как плюсы, так и минусы, а также свои направления развития. «Измойлово» позиционирует себя больше как бизнес-гостиница, представляющая постояльцам комфорт, уют и при этом роскошность и деловитость. В тоже время отель «Европа» – это отель курортно-оздоровительной направленности.

## Список литературы

1. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. М.: Книжный мир, 2002. – 165 с.
2. Варламова Е.Л. Разукрупнение предприятия. М.: Книжный мир, 2002; Альфа-Пресс, 2002. – 200 с.
3. Королькова, Е.М. Реструктуризация предприятий: учебное пособие. Тамбов: Тамбовский государственный техникум, 2007. – 80 с.
4. Отель «Европа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotel-europe.com.ru/>. – (Дата обращения: 13.12.2017).
5. Туристские гостиничные комплексы «Измайлово» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.izmailovo.ru/>. – (Дата обращения: 13.12.2017).

## **НАПРАВЛЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА**

***Васильева Н.П.***

магистрант, Институт экономики финансов и бизнеса,  
Башкирский государственный университет, Россия, г. Уфа

***Морозкин Ю.Н.***

доцент кафедры финансов и налогообложения, канд. физ.- мат. наук,  
Институт экономики финансов и бизнеса, Башкирский государственный университет,  
Россия, г. Уфа

Проблема обеспечения эффективной системы принятия управленческих решений стоит перед каждым предприятием. Однако особенно актуальной данная проблема является для предприятий малого бизнеса, ограниченных в финансовых ресурсах и работающих в ситуации наличия большого количества внешних угроз. В данной статье рассмотрен механизм эффективного принятия управленческих решений для малого бизнеса и направления к его формированию

*Ключевые слова:* управленческие решения, управление предприятием, малый бизнес, обеспечение эффективной работы.

Малый бизнес на сегодняшний день занимает существенную часть экономической системы страны. Вклад малого бизнеса с учетом микропредприятий и индивидуальных предпринимателей, составила 19,9% в ВВП за 2015 год. Данное значение является стабильным, на протяжении 2010-2015 годов вклад малого бизнеса в ВВП страны составляет порядка 20% [5].

При этом деятельность малого бизнеса имеет ряд специфических особенностей, которые подчеркивают необходимость отдельного рассмотрения управления персоналом для малого бизнеса. Во-первых, предприятия малого бизнеса в условиях нехватки финансовых ресурсов, так как при осуществлении небольших объемов деятельности у предприятия существует небольшое количество свободных ресурсов для расширения деятельности.

Во-вторых, малый бизнес подвержен влиянию различных негативных факторов внешней среды. Внешние риски в наибольшей степени разрушают именно малый бизнес, так как эти предприятия существенно зависят от своих поставщиков, клиентов и партнеров. В этом плане у предприятий малого бизнеса при выборе направления внутренней политике нет права на ошибку, в отличие от более крупных предприятий.

В-третьих, среди предприятий малого бизнеса существует гораздо более острая конкуренция, чем среди крупных предприятий. Ситуация совершенной конкуренции возможна только среди малых предприятий, так как порог для входа на рынок является минимальным [3, с. 115-117].

Все это подчеркивает уязвимое положение на рынке малых предприятий и подчеркивает важность поиска таких технологий, которые бы позволили при небольшом объеме затрат обеспечить эффективные механизмы принятия управленческих решений. Таким образом, управленческие процессы малого предприятия осложняются двумя основными факторами: ограниченностью финансовых ресур-

сов и большими колебаниями деятельности из-за наличия более острых внешних угроз. Формирование тактики принятия управленческих решений должно осуществляться с учетом этих факторов.

Одной из проблем, вызванных ограниченностью ресурсов малого бизнеса, является невозможность набора в штат сотрудников достаточного количества квалифицированных специалистов, между которыми могли бы быть эффективно распределены полномочия по принятию управленческих решений [2, с. 105]. В результате этого многие решения принимаются субъективно без соблюдения последовательного алгоритма, ответственность за принятие решений переносится с отдельных лиц на предприятие в целом.

Данный подход имеет очевидные недостатки. Отсутствие механизма систематизированного механизма принятия управленческих решений ведет к нарушению последовательности причинно-следственных связей управленческой деятельности, что выражается в допущение ошибочных решений и временных потерях. Вследствие этого более эффективной тактикой является предварительная разработка механизма, который бы позволил систематизировать все этапы, на основании которых последовательно принимается управленческое решение (рис.) [4, с. 216].

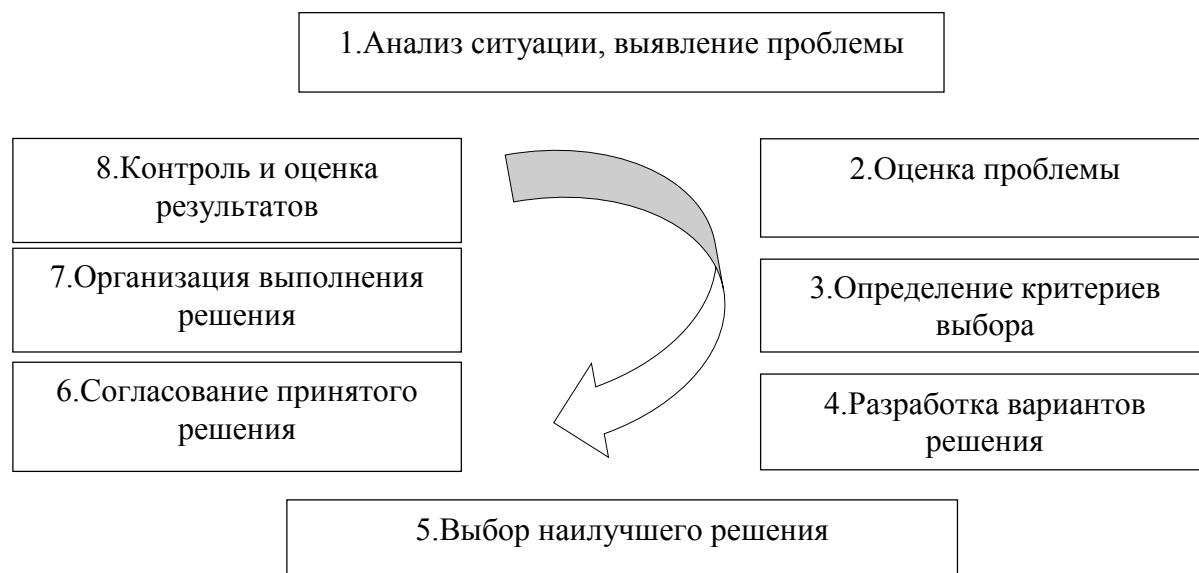


Рис. Механизм принятия управленческих решений для малого бизнеса

Рисунок показывает, что алгоритм принятия решений должен включать в себя 8 этапов, два из которых приходится на аналитическую составляющую, три на разработку решения и три на исполнение плана. Каждый из этапов должен быть осуществлен с использованием научно-обоснованных критериев и показателей оценки эффективности принятого решения. Рисунок также показывает цикличность принятия управленческих решений: каждое следующее решение основывается на опыте предыдущих. Каждый цикл принятия управленческих решений может быть назван управленческим циклом [4, с. 217]. В этой связи важно, чтобы для каждого управленческого цикла был проведен полный спектр мероприятий, обосновывающих конечное принятие решения и обеспечивающих его эффективное исполнение.

Использование механизма принятия управленческих решений необходимо для повышения эффективности организационной деятельности предприятия. Повышение эффективности достигается за счет снижения временных затрат на разра-

ботку алгоритма действия для каждого решения, а также за счет избегания ошибок, которые могли бы быть более частными без использования систематизированного подхода в деятельности предприятия. Таким образом, способом повышения эффективности принятия управленческих решений для малого бизнеса является внедрение механизма, обеспечивающего систематизированное принятие каждого решения.

Для внедрения эффективного механизма предприятие малого бизнеса должно обеспечить наиболее полную интеграцию такого механизма в управленческий процесс. Работа по повышению эффективности управленческих решений должна быть проведена в следующих направлениях [2, с. 133]:

- регламентирование механизма принятия решений во внутренней документации: выделение ответственных лиц и их полномочий;
- выбор обоснование критериев выбора оптимального решения с основой на статистических расчетных данных;
- выбор и обоснование показателей, которые могут быть использованы при оценке эффективности принятого решения;
- настройка механизма стимулирования работников по результатам эффективности принятых решений, а не в зависимости от деятельности предприятия в целом;
- настройка системы использования полученных результатов на предыдущих управленческих циклах для принятия решения в текущем цикле;
- разъяснение сотрудникам компании важности следования выбранному механизму.

Перечисленные направления показывают, что существует множество формальностей, которые необходимо учесть при разработке эффективного механизма принятия решений. Для того, чтобы этот механизм был эффективно интегрирован в рабочую деятельность, необходимо понимание его принципов каждого из сотрудников, а также формирование юридической основы, обеспечивающей исполнение выработанного механизма.

Таким образом, обеспечение эффективного управленческого механизма требует формирования механизма принятия решений, в рамках которого будут обоснованы этапы, ответственные лица, критерии оценки. Проблемой реализации такого механизма на предприятиях малого бизнеса заключается в ограниченности средств и времени руководителей для обоснования каждого решения. Однако несистематизированные мероприятия принятия решений могут обходиться предприятию дороже за счет роста временных и денежных издержек. Таким образом, на предприятиях малого бизнеса необходимо проводить работу в направлении эффективной интеграции механизма принятия управленческих решений.

#### **Список литературы**

1. Александрова, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник / Н.А. Казакова, А.В. Александрова, С.А. Курашова, Н.Н. Кондрашева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с.
2. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 288 с.
3. Баронин, С.А. Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости: Учебное пособие / С.А. Баронин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 160 с.
4. Кузнецов, Б.Т. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов / Б.Т. Кузнецов, А.Б. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 367 с.

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПАО «ПРОМСВЯЗЬБАНК»**

***Гаврилин А.В.***

доцент департамента финансовых рынков и банков, канд. эконом. наук,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Россия, г. Москва

***Катаев Е.Н.***

магистрант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Россия, г. Москва

В данной статье авторами была проведена комплексная оценка качества корпоративного управления в Промсвязьбанке. Оценка производилась на основе публичной информации, отчетности банка и учитывала широкий спектр факторов. Выявлены основные сильные и слабые стороны системы, а также определены основные направления совершенствования.

*Ключевые слова:* корпоративное управление, коммерческий банк, Промсвязьбанк, качественная оценка, сравнительный анализ.

Объектом исследования в данной работе было выбрано ПАО «Промсвязьбанк». Данный банк имеет относительно долгую для российского банковского рынка историю, он был основан в 1995 году. Первоначально ориентируясь на корпоративных клиентов, в частности, телекоммуникационных компаниях, банк постепенно перешел в разряд универсальных. В настоящий момент банк входит в число системно значимых кредитных организаций России, а по величине активов в настоящий момент занимает 10-е место [6].

15 декабря 2017 года было принято решение о санации банка и введении временной администрации, что во многом имело свои предпосылки и могло быть предсказано исходя из анализа корпоративного управления банка в данной работе.

Нами была проведена оценка системы корпоративного управления ПАО «Промсвязьбанк». В первую очередь мы рассмотрели структуру капитала компании (см. рисунок). Большая часть акций принадлежит зарегистрированной в Нидерландах Promsvyaz Capital B. V. В целом, число акционеров, имеющих право принимать участие в общем собрании акционеров, составляло в конце 2016 года 744 человека [15].



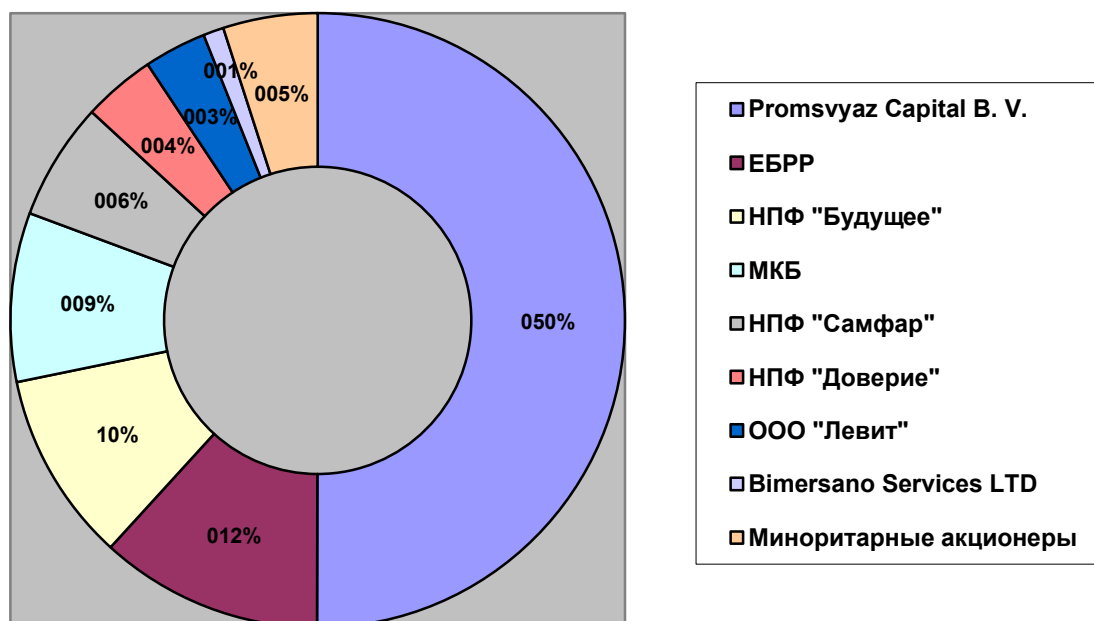


Рис. Структура капитала ПАО «Промсвязьбанк»

Банк также проводил самостоятельную оценку соблюдения Кодекса корпоративного управления. По итогам проверки в банке соблюдается большинство положений кодекса, при этом некоторые положения не соблюдаются или соблюдаются частично. В частности, только небольшая часть кандидатов в органы управления и контроля банка могли отвечать на вопросы, остальные не участвовали в нем и участвовали лишь заочно, отсутствует информация о посещаемости членами совета директоров заседаний и комитетов в годовом отчете банка, а также не проводится оценка эффективности деятельности совета директоров, отсутствует формализация процедуры взаимодействия председателя совета директоров и акционеров, оценка профессиональных качеств членов совета директоров и кандидатов комплексно не проводится, председатель совета директоров не является независимым, выборы старшего независимого директора не осуществлялись, в банке отсутствует формализованная система мотивации топ-менеджмента и определения уровня вознаграждений, в также в уставе банка не перечислены существенные корпоративные действия, а в кодексе не определены количественные критерии. В целом можно говорить, что из 77 основных принципов кодекса корпоративного управления не соблюдаются 5, а только частично соблюдаются 13 принципов, что в целом является удовлетворительным результатом, хотя и множество направлений требуют доработок.

Говоря об общих собраниях акционеров, можно отметить, что как мажоритарные, так и миноритарные акционеры достаточно активны, кворум обеспечивается практически всегда, кроме некоторых внеочередных собраний.

В 2016 году крупных сделок в банке не совершалось. Сделок с заинтересованностью было совершено множество, а именно 1880 на сумму 4,618 трлн. руб. [1].

Если говорить о раскрытии информации и материалов общего собрания акционеров, можно сказать о том, что есть определенные недостатки, в частности, практически нет каких-либо документов на английском языке в открытом доступе, отсутствуют такие материалы, как обоснования изменения устава банка на последнем очередном голосовании, нет данных о лицах, задававших вопросы.

В таблице 1 приведены некоторые параметры деятельности совета директоров Промсвязьбанка.

Таблица 1

**Практики функционирования совета директоров ПАО «Промсвязьбанк»**

Количество независимых директоров / Общее количество членов совета директоров	Участие в заседаниях совета директоров и комитетов	Вознаграждение членов совета директоров /фактические выплаты
5/12	26 заседаний совета, из них 15 – в очной форме (в т.ч. телеконференции).	Председатель Совета директоров: 15000000 рублей в год. – Член Совета директоров, занимающий должность в ПАО «Промсвязьбанк» (исполнительный директор): 0 рублей. – Член Совета директоров, исполняющий функции председателя комитета Совета директоров ПАО «Промсвязьбанк»: 8000000 рублей в год (не применяется по отношению к исполнительным директорам). – Член Совета директоров, не относящийся ни к одной из указанных выше категорий: 6000000 рублей в год. Фактические выплаты – 133,2 млн. руб. Средний размер вознаграждения на члена совета директоров – 11,1 млн. руб.

Исходя из проанализированных нами данных практики зарубежных банков, по количеству членов совета директоров, так и по доле независимых директоров в их числе (5 из 12) Промсвязьбанк отстает от них. Это в определенной степени снижает качество и эффективность корпоративного управления, ограничивая потенциал реализации преимуществ независимости директоров.

Банк, к сожалению, не предоставляет более точной информации об участии членов совета директоров в заседаниях совета и комитетов, в частности, комитета по аудиту. Помимо этого в отличие от иных компаний в Промсвязьбанке значительное число заседаний не были очными. Это также влияет на эффективность и продуманность принимаемых решений и ограничивает возможности проведения качественных обсуждений.

Несмотря на относительно меньший размер и эффективность функционирования рассматриваемого нами банка по сравнению с приведенными в таблице, по размерам вознаграждений Промсвязьбанк не уступает, а иногда и опережает сравниваемые международные компании, что может вызывать вопросы. Данная проблема характерна для большинства корпораций России и фактически является системной, и возможно данный факт может стать поводом для совершенствования подходов к мотивации и системе вознаграждения топ-менеджмента банка.

Комитет по аудиту Промсвязьбанка состоит из 5 человек и включает исключительно независимых директоров, что является хорошей практикой. Однако низкое качество раскрытия информации о работе комитета негативно влияет на процесс корпоративного управления.

Недостаточное раскрытие информации относится и к комитету по кадрам и вознаграждению, включающему трех независимых членов совета директоров, и к комитету по стратегии, состоящем из 6 человек, половина из которых независимые директора.

Внешним аудитором банка является компания PricewaterhouseCoopers, вознаграждение же за его услуги банку в 2016 году составляло 47819500 руб. Процесс выбора аудитора в целом же отвечает основным принципам корпоративного управления [3].

Банк раскрывает этический кодекс работника, кодекс корпоративного управления, положение об информационной политике, политику в отношении обработки персональных данных, антикоррупционную политику, однако не представлено в открытом доступе положение о департаменте внутреннего аудита. В целом система контроля, аудита и комплаенса в банке достаточно развита и в целом соответствует кодексу корпоративного управления.

Однако при этом стоит отметить, что в открытой отчетности банка нет подробной информации о качестве системы контроля, выявленных нарушениях, что было бы желательно для повышения прозрачности. Также стоит отметить, что на сайте отсутствуют отдельные телефоны или иные контактные данные для предоставления информации о нарушениях в области корпоративного управления, есть только контактные данные для информирования о качестве обслуживания.

Дивидендная политика Промсвязьбанка определена в отдельном документе. При этом в нем указано о том, что принятие решения о выплате (объявлении) дивидендов является правом, а не обязанностью Банка. В тоже время каких-либо уточнений о факторах, влияющих на принятие решения о выплате или невыплате дивидендов, нет. Также указано, что дивидендная политика банка ставит во главе баланс интересов банка и акционеров, рост инвестиционной привлекательности банка и увеличение его капитализации. В 2016 году дивиденды не выплачивались [2].

Говоря о благотворительности и социальной ответственности, стоит отметить, что благотворительность и спонсорство Промсвязьбанка включает гранты Российскому Обществу Инвалидов, приютам, больницам, учреждениям культуры и Русской Православной Церкви. В 2016 году банк потратил на эти цели 337 млн. руб. Чистая прибыль при этом составляла 2136 млн. руб. [4]. В ниже приведенной таблице 2 представлены сравнительные данные по объемам благотворительности в расчете на чистую прибыль Промсвязьбанка и некоторых зарубежных банков [7, 8, 9, 10].

Таблица 2

**Объемы спонсорства и благотворительности в HSBC Holdings plc, Citigroup Inc., Raiffeisen Bank International AG, BNP Paribas S.A. и ПАО «Промсвязьбанк»**

HSBC Holdings plc	Citigroup Inc.	Raiffeisen Bank International AG	BNP Paribas S.A.	ПАО «Промсвязьбанк»
1,36%	0,45%	0,79%	0,58%	15,78%

Учитывая данные, можно говорить о несколько чрезмерных расходах на благотворительность, что в некоторых случаях используется для получения налоговых послаблений.

Согласно данным банка среди членов совета директоров банка и правления владельцем акций банка является только Ананьев Д.Н. и Ананьев А.Н., которые являются одними из конечных собственников банка [1].

Система долгосрочной мотивации управленческих кадров в Промсвязьбанке не раскрывается, в уставных документах лишь устанавливаются ответственные стороны по данному вопросу. Это безусловно отрицательно влияет на качество

восприятия корпоративного управления банка и его инвестиционную привлекательность.

Также не раскрывается размер вознаграждения председателя правления Промсвязьбанка. При этом уточняется, что в 2016 году выплачивалась только фиксированная часть оплаты труда. Сравним данные по другим компаниям в таблице 3.

Таблица 3

**Выплаты председателям правления HSBC Holdings plc, Citigroup Inc., Raiffeisen Bank International AG, BNP Paribas S.A. и ПАО «Промсвязьбанк»**

	HSBC Holdings plc	Citigroup Inc.	Raiffeisen Bank International AG	BNP Paribas S.A.	ПАО «Промсвязьбанк»
<b>Фиксированная з/п</b>	48%	10%	75%	35%	100%
<b>Бонусная часть</b>	26%	41%	25%	55%	0%
<b>Долгосрочное вознаграждение</b>	26%	49%	0%	10%	Нет данных

Членам правления Промсвязьбанка в целом в 2016 году было выплачено 153305315 руб. И вся эта сумма – фиксированная заработная плата. Совету же директоров было выплачено вознаграждений в размере 71445100 руб., заработной платы – 57060950 руб., также были компенсированы расходы, связанные с исполнением их функций, в размере 4720196 руб. [3].

Одним из показателей, косвенно отражающих эффективность корпоративного управления, является положение в рейтингах. Так рейтинговое агентство Эксперт РА присвоило Промсвязьбанку в 2016 году рейтинг ruA (прогноз стабильный) в рейтинге кредитоспособности банка, что означает, что банк имеет умеренно высокий уровень кредитоспособности (финансовой устойчивости) в сравнении с иными компаниями России, при этом банк чувствителен к влиянию определенных негативных перемен в экономике. Стабильный же прогноз подразумевает высокую вероятность неизменности рейтинга в среднесрочном периоде.

В рейтинге RAEX-600, отражающем темпы роста объема реализации продукции банк занял 94 место с темпом роста объема реализации продукции в 2016 году по сравнению с 2015 годом в 4,1%.

В рейтинге российских факторов по объему уступленных им денежных требований по итогам 2016 года банк занимает 2 место.

По размеру активов на 01.01.2017 банк занимает 10 место в России, поднявшись на 1 позицию по сравнению с позицией годовой давности. Активы банка на эту дату составляют 1 312 393.9 млн. руб.

По объему выдач кредитов малому и среднему бизнесу банк занимал 2 место в 2012 году, когда проводился рэнкинг, уступив только Сбербанку. Объем выданных кредитов составлял 390629 млн. руб. [12].

Национальное рейтинговое агентство присвоило в 2016 году Промсвязьбанку кредитный рейтинг AA+ (позитивный прогноз) по сравнению с предыдущим годом, когда прогноз был стабильным, что означает очень высокую кредитоспособность первого уровня с невысоким кредитным риском, качественными показателями отчетности, высоким уровнем репутации и способностью выполнять свои обязательства [11].

Международное же рейтинговое агентство Moody's в 2017 году понизило рейтинг Промсвязьбанка с Ba3 до уровня B2 (высокий кредитный риск), при этом предусматривается пересмотр рейтинга в связи с возможным ухудшением ситуации. Объективность данной оценки выглядит более высокой, так как в отличие от отечественных рейтинговых агентств Moody's менее независима и менее заинтересована в приукрашивании ситуации и позволяет сравнить банк в разрезе мировой банковской системы [13].

S&P присвоил банку долгосрочный кредитный рейтинг B+ (негативные ожидания), вместо BB- ранее, и краткосрочный рейтинг B [16].

Также в 2016 году в перечень лучших 50 независимых директоров России, составляемом в рамках премии «Директор года», вошли Тамджид Басуниа, Пьер Касс, Игорь Ложевский. В рейтинг же 25 лучших директоров по корпоративному управлению вошел Дмитрий Болгов [14].

Публичных рейтингов, отражающих непосредственно качество корпоративного управления Промсвязьбанка, в настоящий момент не представлено.

В связи с этим мною была проведена собственная оценка качества корпоративного управления по методике Brunswick UBS Warburg. По каждой из 8 категорий и 20 подкатегорий будут начислены штрафные баллы, исходя из максимального количества [5] Исходя из проанализированных ранее данных, определим количество штрафных баллов по каждому из параметров (см. табл. 4).

Таблица 4

**Результаты оценки ПАО «Промсвязьбанк» по методике Brunswick UBS Warburg**

Параметр	Максимально возможное количество баллов	Присвоенное количество баллов
1	2	3
1. Нетранспарентность	14	3
Ведение финансовой отчетности по МСФУ	6	0
Открытость	4	1
Программа АДР	2	2
Уведомление о годовых/внеочередных общих собраниях акционеров	2	0
2. Размывание акционерного капитала	13	3
Объявленные, но не выпущенные акции	7	0
Блокирующий пакет акций у портфельных инвесторов	3	2
Наличие защитных мер в уставе	3	1
3. Вывод активов/трансфертное ценообразование	10	4
Акционеры – владельцы контрольного пакета акций	5	4
Трансфертное ценообразование	5	0
4. Слияние/реструктуризация	10	2
Слияние	5	2
Реструктуризация	5	0
5. Банкротство	12	2
Просроченная кредиторская задолженность или проблемы с задолженностью по расчетам с бюджетом	5	0
Задолженность	5	1

1	2	3
Финансовое управление	2	1
6. Ограничения на покупку и владение акциями	3	0
7. Ограничения на владение акциями или участие в голосовании для иностранных акционеров	3	0
8. Инициативы в области корпоративного управления	9	7
Состав совета директоров	3	2
Кодекс корпоративного поведения	2	1
Наличие иностранного стратегического партнера	1	1
Дивидендная политика	3	2
Реестродержатель	1	0
Качество	1	1
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

В итоге Промсвязьбанк получает 21 штрафной балл из 72 возможных. Это означает среднее качество корпоративного управления. Слабости банка проявляются в первую очередь в области вывода капитала, что и фактически проявилось в виде санации и введения временной администрации в банк, и инициатив в области корпоративного управления.

Основными направлениями совершенствования системы корпоративного управления в Промсвязьбанке являются:

- улучшение систем риск-менеджмента и внутреннего аудита;
- оптимизация функционала управленческих органов и механизма делегирования полномочий;
- повышение прозрачности информации;
- улучшение системы оценки эффективности работы топ-менеджмента;
- формирование комплексной системы мотивации и вознаграждений высшего руководства банка.

Процесс совершенствования системы корпоративного управления в Промсвязьбанке потребует длительного времени, текущая ситуация в банке, тем не менее, способствует проведению масштабных преобразований для обеспечения эффективного функционирования банка в будущем.

#### Список литературы

1. Годовой отчет ПАО «Промсвязьбанк» за 2016 год. URL: [https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Indicators/annualreport\\_psb2016.ashx](https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Indicators/annualreport_psb2016.ashx)
2. Дивидендная политика ПАО «Промсвязьбанк». URL: [https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Emitters/Dividend\\_politika.ashx](https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Emitters/Dividend_politika.ashx)
3. Ежеквартальный отчет Публичного акционерного общества «Промсвязьбанк» за III квартал 2017 г. URL: <https://www.psbank.ru/Bank/Emitters/QuarterlyReport>
4. Консолидированная финансовая отчетность по состоянию на 31 декабря 2016 и за 2016. URL: [https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/Investors/IFRS/IFRS\\_rus\\_2016\\_170317.pdf](https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/Investors/IFRS/IFRS_rus_2016_170317.pdf)
5. Мерзликина Г.С., Тимофеев А.А. Методика оценки эффективности управления корпоративными структурами [Электронный документ] URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=9267601>



6. Официальный сайт ПАО «Промсвязьбанк». URL: <https://www.psbank.ru>.
7. Официальный сайт BNP Paribas S.A. URL: <https://group.bnpparibas/en>.
8. Официальный сайт Citigroup Inc. URL: <http://www.citigroup.com>.
9. Официальный сайт HSBC Holdings plc. URL: <http://www.hsbc.com>.
10. Официальный сайт Raiffeisen Bank International AG. URL: <http://www.rbinternational.com>.
11. Рейтинги ПАО «Промсвязьбанк» на сайте Национального рейтингового агентства. URL: <http://www.ra-national.ru/ru/node/53224>.
12. Рейтинги ПАО «Промсвязьбанк» на сайте Эксперт РА. URL: <https://raexpert.ru/database/companies/promsvyazbank>.
13. Рейтинги ПАО «Промсвязьбанк» на сайте Moody's. URL: <https://www.moody's.com/credit-ratings/Promsvyazbank-credit-rating-807407222>.
14. Рейтинги профессионалов в области корпоративного управления. 2016 год. URL: <http://nand.ru/professional-information/ratings/rating-2016>.
15. Список лиц, под контролем либо значительным влиянием которых находится банк. URL: [https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Shareholders/ListsAndSchemes/list\\_rus.pdf](https://www.psbank.ru/~media/Files/Bank/About/Shareholders/ListsAndSchemes/list_rus.pdf).
16. S&P понизило рейтинг Промсвязьбанка до «B+». URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=10095318#reviewArea>.

## **ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РАМКАХ ВЫБРАННЫХ ИМИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ**

***Гаврилин А.В.***

доцент департамента финансовых рынков и банков, канд. эконом. наук,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Россия, г. Москва

***Митяева Е.И.***

магистрант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Россия, г. Москва

В статье рассмотрены различные группы российских коммерческих банков (с государственным участием, иностранным капиталом, крупных частных, средних и мелких региональных, малых), которые представляют различные бизнес-модели деятельности кредитных организаций. На основе данных Банка России проанализированы основные тенденции их развития. Изучены особенности бизнес-стратегий коммерческих банков, имеющих разные модели деятельности.

*Ключевые слова:* коммерческий банк, группы российских банков, бизнес-модель банка, стратегия банка, карманный банк, розничный банк.

За прошедшее десятилетие значительные структурные изменения произошли в банковском секторе под влиянием различного рода факторов: так по данным на 01.01.2017 на территории Российской Федерации было зарегистрировано 623 банка, при этом за 10 месяцев текущего года их число снизилось почти на 10%, а по итогам за десятилетие можно наблюдать сокращение кредитных организаций более, чем в 2 раза [10, с. 127]. Необходимо отметить, что данная ситуация наиболее сильно затронула южный, уральский и дальневосточный федеральные округа. Сле-

довательно, банковская система требует укрепления и развития, что напрямую зависит от качества работы каждого отдельно взятого банка.

Наличие у банка стратегии развития и эффективных инструментов ее внедрения служит одним из главных условий достижения успеха его деятельности. Стратегия развития коммерческой организации предусматривает оценку и управление основными рисками, потенциально возможные сценарии развития макросреды и компании на рынке, что способствует повышению предсказуемости развития различных ситуаций и обеспечивает прозрачность принятия управленческих решений. Таким образом, банки нуждаются в грамотной стратегии не только в кризисные периоды, но и на каждом этапе своего развития.

В настоящее время банкам следует выбирать ту стратегию, которая, во-первых, будет соответствовать их внутреннему ресурсному потенциалу и, во-вторых, будет направлена на стабильное долгосрочное функционирование организации, а не на получение сиюминутной прибыли. Не редко банкам приходится корректировать разработанную стратегию развития, с учетом меняющихся внешних факторов, совершенствовать внутренние структуры управления, технологию обслуживания клиентов.

Рассмотрим особенности стратегий развития различных групп коммерческих банков, деятельность которых осуществляется в рамках разных бизнес-моделей.

Первая группа представлена банками с государственным участием, в которую входят банки, контролируемые государством, то есть кредитные организации, в отношении которых Банком России Российской Федерацией осуществляется прямой или косвенный контроль (примеры: АО «Россельхозбанк», ПАО «Сбербанк России», АО «МСП Банк» и др.). Модель бизнеса данной группы банков носит название «государственная монополия».

Вторая группа представлена банками с участием иностранного капитала, модель деятельности которых получила название «международный арбитраж». К данной группе могут быть отнесены кредитные организации, находящиеся под прямым или косвенным контролем иностранных юридических лиц и иностранных граждан, а также банки, в которых доля прямого или косвенного (через третьих лиц) участия иностранных юридических лиц и иностранных граждан, являющихся конечными собственниками акционеров (участников) банка, составляет более чем 50% голосов к общему количеству голосующих акций (долей) банка.

К третьей группе принято относить кредитные организации из числа 200 крупнейших по величине активов, которые не вошли в первую и вторую группы. Поскольку данная модель бизнеса крупных частных банков зачастую оказывается наиболее рискованной, то ее часто обозначают как «игрок с высоким аппетитом».

В четвертую группу входят средние и малые банки Московского региона и часть региональных банков, деятельность которых является, в первую очередь, инструментом оптимизации денежных потоков, а также средством получения прибыли от банковского бизнеса. Данная модель бизнеса получила название «карманный банк», а в мировой практике – кэптивный банк.

В современной мировой практике данные банки обслуживают, как правило, единственного клиента – своего собственника в то время как в России данные кредитные организации могут быть использованы, во-первых, для привлечения сторонних и перераспределения внутренних средств в рамках группы взаимосвязанных компаний, и, во-вторых, банк, являясь частью бизнес-группы, может осу-

ществлять публичную деятельность, иметь разветвленную филиальную сеть и обширную клиентскую базу помимо обслуживания финансовых потоков холдинга.

Пятая группа кредитных организаций преимущественно состоит из региональных малых и средних банков, модель бизнеса которых обозначена как «розничный банк». Отметим, что представители данной модели деятельности ориентированы на получение прибыли от традиционных банковских услуг, путем их предоставления местным компаниям реального сектора, в том числе малому и среднему бизнесу, индивидуальным частным предпринимателям, а также населению. Пассивная база представителей данной модели может быть сформирована, в том числе, с участием средств региональной бюджетной системы на территории занимаемого им региона или группы смежных регионов.

Данные модели деятельности банков выделены Банком России в годовом отчете о развитии банковского сектора и банковского надзора.

Проведем анализ количественных институциональных характеристик выделенных групп коммерческих банков, а также оценим масштабы их деятельности на основе данных (таблица).

Таблица

**Институциональные характеристики отдельных групп кредитных организаций и их рыночные позиции в российском банковском секторе**

Группа кредитных организаций		Банки, контролируемые государством («государственная монополия»)	Банки с участием иностранного капитала («международный арбитраж»)	Крупные частные банки («игрок с высоким риском аппетита»)	Средние и малые банки Московского региона («карманный банк»)	Региональные малые и средние банки («розничный банк»)
1		2	3	4	5	6
Количество кредитных организаций	на 01.01. 2017	24	74	134	138	205
	на 01.01. 2016	24	79	135	199	244
	на 01.01. 2015	25	70	146	261	281
Доля в совокупных активах банковского сектора, %	на 01.01. 2017	59	8	30,9	1	1,1
	на 01.01. 2016	58,8	9	29,9	1	1,3
	на 01.01. 2015	58,6	9,6	28,6	1,7	1,4
Доля вкладов физических лиц в пассивах, %	на 01.01. 2017	33	22,4	26,5	29,3	47,6
	на 01.01. 2016	30,1	19,2	25,5	34,3	47,4
	на 01.01. 2015	24,7	16	23,8	33,3	42,9

Окончание табл.

1		2	3	4	5	6
Доля депозитов и прочих привлеченных средств юридических лиц (кроме кредитных организаций) в пассивах, %	на 01.01. 2017	32,7	30,6	26,6	25	21,9
	на 01.01. 2016	35,4	21,5	28,4	24,6	23,4
	на 01.01. 2015	30,8	29,9	29,7	26,2	26,9
Доля кредитов физических лиц в активах, %	на 01.01. 2017	15,1	22,4	8,4	8,1	13,1
	на 01.01. 2016	13,6	20	9,4	10,5	13,8
	на 01.01. 2015	14,3	23,6	12,3	12	16,6
Доля кредитов юридических лиц (кроме кредитных организаций) в активах, %	на 01.01. 2017	47,4	30,2	35,7	35,2	17,2
	на 01.01. 2016	43,3	31,8	36,6	36,7	18,5
	на 01.01. 2015	41,6	30,4	33,2	37,9	37,9
Рентабельность активов, %	на 01.01. 2017	1,7	1,8	-0,1	0,4	0,3
	на 01.01. 2016	0,3	1	-0,1	0,8	0,6
	на 01.01. 2015	1,1	1,4	0,1	1,4	1,6
Рентабельность капитала, %	на 01.01. 2017	14,7	11,4	-1,2	1,6	1,9
	на 01.01. 2016	2,5	7,4	-1,5	4	3,5
	на 01.01. 2015	10,2	10,4	1,6	7,4	9,6

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [10, 11]

В первую очередь хотелось бы выделить доминирование государственных банков как одну из главных тенденций развития российского банковского сектора, что было вызвано, во-первых, оттоком иностранного капитала с российского рынка, обусловленным введением санкций, а во-вторых, существенным сокращением числа банков-представителей трех последних групп, вызванное активным отзывом лицензий в 2014-2015 гг. Данные кредитные организации по-прежнему во многом определяют «лицо» банковской индустрии и финансовой архитектуры в целом [3, с. 8]. Отметим, что благодаря кредитным организациям данного типа, становится возможным осуществление государственной политики в сфере инвестиций, кредитования хозяйства, расчетных операций, так как данные кредитные учреждения занимаются обслуживанием важных отраслей хозяйства, состояние которых играет большую роль в положении страны на мировом рынке.

Представители модели «государственная монополия» пользуются максимальным доверием клиентов, фокусируя свою деятельность на привлечении депозитов физических (25-33% в пассивах) и юридических (30-35 % в пассивах) лиц и кредитовании корпораций (41-47% в активах) (таблица). Данная группа кредитных организаций успешно повышает рентабельность своих активов путем диверсификации активных операций за счет более высоких процентных ставок по розничному

кредитованию и портфеля ценных бумаг, при этом практически полностью определяя ценовую конъюнктуру российского банковского рынка. Не стоит оставлять без внимания тот факт, что данная модель деятельности оказалась чувствительной к факторам последнего кризиса, что проявилось в значительном сокращении рентабельности активов и капитала (2015-2016 гг.).

Главными особенностями стратегии деятельности данных банков является, во-первых, роль проводника государственной политики, во-вторых, выполнение специфических функций, вытекающих из особого статуса таких банков, помимо традиционных банковских функций. В качестве примеров приведем следующие специфические функции:

- Социальная функция, предполагающая обеспечение и поддержку доверия со стороны физических и юридических лиц к национальной банковской системе;
- Развивающая функция, которая подразумевает кредитование и развитие непривлекательных для частных инвесторов, а также приоритетных для государства отраслей национальной экономики;
- Оздоровительная функция, предполагающая исполнение мероприятий по финансовому оздоровлению определенных отраслей экономики [8, с. 140].

По данным на 01.11.2017 именно банки – представители модели «государственная монополия» составляют ТОП-5 по размеру активов: ПАО «Сбербанк России», «ВТБ Банк Москвы», АО «Газпромбанк», ПАО «Банк ВТБ 24», АО «Российский Сельскохозяйственный банк». В целом, данная группа банков удовлетворяет потребности широкого круга клиентов во всех регионах страны.

Основным преимуществом банков с государственным участием является их надежность, в то время как один из главных минусов заключается в повышенных процентных ставках по кредитам, а также низких процентных ставках по вкладам. Данные банки ведут стратегию, на которую оказывает влияние политическая воля государства, что приводит к вытеснению части негосударственных кредитных учреждений. Влияние банков с государственным участием растет, между собой они становятся партнерами или контрагентами, а не конкурентами. Как следствие – снижается качество обслуживания.

При этом следует отметить, что банки с государственным участием в условиях усиления финансовой нестабильности располагают возможностью привлечения средств федерального бюджета в качестве основного пассива, тогда как операции, совершаемые ими посредством аккумулированных денежных средств, идентичны традиционным операциям универсального коммерческого банка, что создает для них условия определенных конкурентных преимуществ. Вот почему стратегическое развитие банков должно быть нацелено на эффективное разрешение государственных задач в сфере вне конкурентных отношений.

Коммерческие банки, имеющие долю нерезидентов в капитале, довольно успешно диверсифицируют свой кредитный портфель и базу депозитов, отдавая незначительное предпочтение обслуживанию корпоративных клиентов (доля кредитов и депозитов ориентировочно 20-30%) (таблица). Кроме того, банки с иностранным участием имеют несомненное конкурентное преимущество на рынке по показателям управления рисками и издержками, что обеспечивает им лидерство по рентабельности активов и капитала.

Одной из главных отличительных особенностей банков с иностранным участием в капитале является то, что в своей деятельности они опираются на политику материнской компании и функционируют на российском рынке в строгом соответ-

ствии поставленным перед ними головной компанией целями. Это позволяет им выбирать наиболее предпочтительные стратегии ведения бизнеса на местном рынке, даже в том случае их убыточности в краткосрочной перспективе.

Анализ иностранных банков, присутствующих на российском финансовом рынке, позволил выделить ряд стратегий, которых придерживаются те или иные банки с участием иностранного капитала, представители модели деятельности «международный арбитраж».

1. Стратегия узкой специализации, которая предполагает ориентацию банка на определенные сегменты рынка и категории клиентов. Данная бизнес-стратегия была особенно актуальна для иностранных кредитных организаций в 90-е годы, но и в настоящее время ей придерживаются такие банки, как Русфинанс Банк (потребительское кредитование), Дельта Кредит Банк (ипотечное кредитование), HSBC Банк (кредиты корпоративным клиентам).

2. Стратегия универсализации, приверженцы которой оказывают широкий спектр банковских услуг широкому кругу клиентов, стремясь к максимальному охвату рынка. К данному типу можно отнести банки, которые к середине 2000-х годов прочно обосновались на российском рынке и смогли расширить свое присутствие: Райффайзенбанк, Ситибанк, ЮниКредит Банк, Росбанк (группа Сосьете Жернваль), Банк Кредит Свисс, Кредит Европабанк и другие.

3. Комбинированная стратегия, предполагающая частичную специализацию и универсализацию: например, стратегия клиентской специализации при предоставлении им широкого спектра банковских услуг или стратегия продуктовой специализации при обслуживании широкой аудитории. К данному типу стратегий можно отнести Морган Стенли Банк (специализация на инвестиционных услугах), Дойче Банк (инвестиционно-банковские услуги корпоративным клиентам и крупным частным капиталам), ИНГ Банк (широкий ассортимент услуг корпоративным клиентам).

Какую бы из трех стратегий не выбирали банки с моделью деятельности «международный арбитраж», они всегда будут ориентированы, в первую очередь, на стратегию долгосрочного роста, так как могут позволить себе нести краткосрочные убытки, покрываемые бюджетом головной компании [1, с. 13]. Важно и то, что иностранные банки обладают развитой корпоративной культурой, эффективными методами ведения бизнеса, имеют в наличии опробованные современные банковские технологии. Они отличаются высокой степенью надежности, имеют развитую систему оценки рисков, которая была разработана в результате многолетнего опыта оценки рисков материнской компании.

Крупные частные банки отдают предпочтение кредитованию корпоративных клиентов (33-37% в активах), а также имеют значительные инвестиционные портфели, обладая при этом структурой депозитов, схожей с иностранными банками (23-30%) (таблица). Необходимость формирования значительных резервов на потери, провалы рынка ценных бумаг при значительных объемах фондовых ценностей привели к снижению рентабельности активов и капитала более чем на 90%. Так данная модель деятельности банков несет в себе высокие риски.

Анализ стратегий деятельности крупных частных банков на финансовом рынке позволил сделать вывод о том, что представители данной бизнес-модели под влиянием как макроэкономических процессов (кризисных явлений и политической дестабилизации мира), так и усиления конкурентной борьбы между кредитно-финансовыми институтами за ограниченный платежеспособный спрос на свои продукты и услуги, трансформируют свою модель финансового поведения.



Так все больше банков отказываются от традиционной формы финансового поведения, базирующейся на выстраивании отношений с клиентами с позиции интересов банка (ориентация на снижение себестоимости предоставляемых продуктов и услуг, на активное продвижение своих продуктов и услуг любой ценой, даже в ущерб будущему отношению с клиентами) в пользу клиентоориентированного и инновационного финансового поведения. Если первый вид акцентируется на его усилиях в интересах выделенных клиентских групп (предоставление комбинированных продуктов и услуг финансового и нефинансового характера, ориентация на их качество), то в основе второго вида лежит парадигма трансформации рынка поставщиков банковских продуктов и услуг в рынок потребителей, что проявляется в активной деятельности кредитных организаций по разработке, поиску и применению инноваций в финансовой и социальной сфере.

Одной из таких стратегий является стратегия финансового супермаркета, которую в условиях глобализации уже выбрали многие крупные отечественные игроки финансового рынка. Самым известным примером становления финансового супермаркета на отечественном рынке является собственная сеть ПАО «Альфа-Банк» – бизнес «Альфа-Групп», включающий в себя на сегодняшний день ABN Holdings S.A., ООО УК «Альфа-Капитал» и Группу «АльфаСтрахование», активы которой стали знаковыми для экономики России [7, с. 50]. Что касается форм организации данного супермаркета, то данная стратегия может быть реализована как за счет владения различными направлениями финансового бизнеса одним владельцем, так и за счет наличия партнерских отношений различных собственников финансового бизнеса, что позволяет осуществлять агентские продажи продуктов и услуг компании-партнера.

Необходимо отметить, что стратегии по формированию финансового супермаркета способны реализовать исключительно крупные банки, характеризующиеся достаточным запасом ликвидности и входящими в состав финансовых групп, которые не опасаются корректировать сформировавшиеся бизнес-процессы, поскольку затраты на «построение» будут просто огромны, ведь возникнет необходимость развивать новый формат сети, осуществлять изменения в IT-сфере, корректировать позиционирование.

Малые и средние банки Московского региона фокусируют свою деятельность на кредитование корпораций (35-37% в активах) и привлечение преимущественно вкладов населения (29-34% в пассивах) и являются обладателями самого низкого уровня показателей финансовых результатов (таблица). Однако чувствительность показателей рентабельности данной группы банков к факторам кризиса 2014 г. оказалась существенно ниже, чем у лидеров банковского сектора.

Данные банки имеют ряд особенностей, которые не позволяют однозначно определить стратегию их бизнеса. Во-первых, стоит отметить, что мировая история возникновения банков стоит именно на создании кэптивных или «карманных» банков, которые создавались, как принято говорить, под конкретный проект. Во-вторых, данная модель ведения бизнеса может служить для банков как долгосрочной стратегией их развития, так и этапом на пути к универсализации их деятельности. Ярким примером второго случая является Альфа-Банк, который был создан для обслуживания компаний «Альфа-Групп», но со временем трансформировался в один из ведущих частных банков.

Среди функционирующих «карманных» банков можно выделить две основные группы:

1. Банки, обслуживающие интересы акционеров и аффилированных лиц. В настоящее время данного типа банка весьма малочисленны, так как большинство все же нацелены на более широкий круг клиентов. Например, ООО «Крона-Банк» – Иркутский банк, который входит в состав группы сельскохозяйственных предприятий «Янта», подконтрольных семье местных предпринимателей Баймашевых и ориентирован на обслуживание своих акционеров.

2. Банки, тесно связанные с акционером или холдингом, но имеющие более широкий круг клиентов. Данный тип кэптивных банков наиболее распространен. Например, ПАО «Банк ЗЕНИТ» – универсальный банк, контролируемый ПАО «Татнефть».

Как мы видим, стратегию деятельности «карманных» банков нельзя определить как универсальную или узкоспециализированную, она в любом случае имеет комбинированный характер и определяется клиентской базой банка. Кроме того, большинство банков стараются придерживаться долгосрочной перспективы развития и поэтому стремятся выходить за пределы бизнес-группы, охватывая собственными кредитными средствами не только крупные компании, но средний и малый бизнес, а также население.

Отличительной особенностью бизнеса «карманных» банков является более высокая степень риска: они несут риски, связанные с финансированием компаний в составе бизнес-группы, чаще всего работающих в определенном секторе экономики, помимо общесистемных рисков. Следовательно, кризис отрасли может привести к проблемам с ликвидностью или платежеспособностью, а обслуживание проблемных долгов осложняется неэффективными рычагами влияния на заемщиков из состава холдинга, что ослабляет возможности банка в привлечении стороннего финансирования [6, с. 161]. Данные факторы существенно влияют на стремление «карманных» банков к операционной и финансовой независимости от группы компаний холдинга.

Стоит отметить, что кэптивная модель бизнеса является в последнее время основной причиной краха большинства банков (например, АО «Северо-Восточный Альянс Банк», ПАО «МАНБ «Темпбанк» и др.) в случаях, когда банк выдает кредит «своему» человеку и сквозь пальцы смотрит на риски. Трудности у группы компаний, в которую входит «карманный» банк, как правило, означают его фактическое банкротство. Банк России хотел заставить кэптивные банки поменяться, ограничив максимальный размер риска на группу связанных с банком лиц (норматив Н25), однако масштаб проблемы привел к тому, что ограничение сначала трижды откладывалось, а в начале этого года было введено в льготном режиме. При этом ЦБ пока так и не смог добиться права на мотивированное суждение при определении связанности сторон, из-за чего норматив можно обойти [5].

«Розничные банки» обладают самой высокой концентрацией вкладов населения (42-47%) в активах, при этом доля кредитов нефинансовым организациям незначительно превышает (сокращение доли к 2017 г. более, чем в 2 раза) объемы кредитования населения (таблица). Рентабельность их активов и капитала почти совпадает по уровню с представителями предыдущей группы и оказывается одной из наиболее чувствительных к проявлениям кризисных воздействий, чем у остальных групп банков.

Если мы говорим о региональных средних и малых банках, мы должны отметить, что данные банки также придерживаются комбинированной стратегии дея-

тельности, то есть данные банки оказывают весьма широкий спектр услуг, охватывая все сегменты клиентов от физических лиц и предпринимателей до крупного бизнеса (универсальность), но при этом их бизнес сконцентрирован на конкретной ограниченной территории-регионе (специализация). Так же одной из отличительных особенностей деятельности розничных банков является стратегическая направленность функционирования на повышение темпов роста экономики региона помимо получения прибыли путем предоставления качественных услуг своим клиентам. Типичным представителем данной группы банков являются ООО «КБ «ГТ банк» (Газтрансбанк) – средний региональный банк (Республика Адыгея).

Ключевым звеном в стратегическом развитии розничных банков является поиск собственной ниши на банковском рынке для реализации преимуществ своей деятельности таких, как способность выстраивать доверительные отношения с клиентурой и грамотно использовать наработанные связи в регионе, предлагать более гибкую и либеральную линейку продуктов, отличающихся от массовых предложений федеральных банков и учитывающих специфику региона, осуществлять оперативное принятие решений и т.д [9, с. 57]. Более того слабыми сторонами таких банков является ограниченность капитала, дорогое фондирование, высокие риски потери деловой репутации, невозможность конкурирования за «длинные деньги» и более узкая линейка продуктов и услуг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, каждый коммерческий банк выбирает наиболее простой из доступных для него способов получения дохода, основываясь на выбранной модели бизнеса, которая в свою очередь обусловлена особенностями развития институциональной среды банковского сектора. Выбор стратегии должен не только базироваться на внутреннем ресурсном потенциале банк, но и учитывать внешние факторы. Повышение качества работы банков с меньшими издержками и с большей эффективностью сегодня важно как никогда, а достижение успеха в современном банковском бизнесе зависит как от наличия у банка стратегии развития, так и эффективных инструментов ее внедрения.

### Список литературы

1. Беспалова Д.В. Стратегии позиционирования иностранных банков // Модернизация современного общества: проблемы, пути развития и перспективы. 2015. № 6. С. 11-14.
2. Бубнова Ю. Б. Корректировка стратегий банков в условиях снижения рентабельности российского банковского сектора // Baikal Research Journal. – 2016. – Т. 7, № 4. – С. 19-28. – DOI : 10.17150/2411-6262.2016.7(4).3.
3. Валенцева Н. И., Поморина М. А. Модернизация бизнес-моделей деятельности отдельных групп российских коммерческих банков // Финансы: Теория и Практика. 2016. №6. С.108-119.
4. Зарецкая Л.П., Бойков М.С. Стратегия дифференциации для малых банков//Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. № 3. С. 106-109.
5. Зубков И. Сгорел на работе// Российская газета – Федеральный выпуск №7352 (186).-2017.-21 августа.-[Электронный ресурс]. URL: <https://www.rg.ru/2017/08/21/za-cto-cb-lishil-licenzii-karmannyj-bank-severo-vostochnyj-alians.html> (дата обращения: 11.12.2017).
6. Иванова Ю.В. Анализ стратегий экзотических банков и перспективы их развития в условиях трансформации кредитно-банковской системы РФ// Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2013. № 3. С. 158-163.
7. Кох И.А., Ивановская А.П. Финансовые супермаркеты в России: проблемы и стратегии развития// Казанский экономический вестник. 2016. № 2 (22). С. 49-53.

8. Магазинер А. Я. Банки с государственным участием в современной банковской системе Российской Федерации // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2014. №4 (199). С. 138-147.

9. Осетрова О.В. Региональные банки в переходной экономике: особенности деятельности и стратегия развития// Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2015. № 1-1. С. 56-62.

10. Отчет о развитии банковского сектора и надзора в 2016 году// Официальный сайт Банка России. – 2017. – 136 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru/publ/?PrtlId=nadzor> (дата обращения: 06.11.2017).

11. Отчет о развитии банковского сектора и надзора в 2015 году// Официальный сайт Банка России. – 2016. – 134 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru/publ/?PrtlId=nadzor> (дата обращения: 06.11.2017).

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ**

***Гареева Т.И.***

магистрант, Институт экономики финансов и бизнеса,  
Башкирский государственный университет, Россия, г. Уфа

***Морозкин Ю.Н.***

доцент кафедры финансов и налогообложения, канд. физ.- мат. наук,  
Институт экономики финансов и бизнеса, Башкирский государственный университет,  
Россия, г. Уфа

Проблема организации управления финансовой деятельностью является одной из принципиальных задач любого предприятия. В данной статье рассмотрен современный подход к управлению финансами, структура и принципы организации.

*Ключевые слова:* финансы организации, финансовый менеджмент, финансовое планирование, организация финансовой деятельности.

В условиях рыночной экономики высокую значимость имеют финансы организации, с помощью которых осуществляется повышение производственного потенциала предприятия и формирование оптимальной структуры, а также финансирование хозяйственной деятельности. Оценка эффективности использования финансовых ресурсов помогает нам в принятии управленческих решений, направленных на рост прибыльности, выяснения причин убытков, обеспечении стабильного финансового состояния.

Эффективность использования финансов организации является важнейшей составляющей повышения конкурентоспособности предприятия позволяющей влиять на финансовые результаты и хозяйственную устойчивость. Успешно реализованные хозяйственные планы положительно влияют на финансовое положение предприятия. При спаде производства и снижении объема реализации продукции происходят повышение себестоимости, уменьшение выручки и суммы маржи, как следствие – ухудшение финансового состояния предприятия. Таким образом, устойчивое финансовое состояние предприятия – итог квалифицированного управления всей системой, определяющей итоги деятельности предприятия и его место в конкурентном рыночном окружении [4, с. 142].

В настоящее время финансовые ресурсы являются одним из основных объектов финансовых отношений предприятий. Однако в теории и практике управления финансами отсутствует единое понимание их сущности, а следовательно, и порядка расчета величины финансовых ресурсов предприятия.

Таким образом, финансы организации охватывают все стороны деятельности предприятия. В распределении средств предприятия участвуют не только финансовые отделы, но и все прочие подразделения, обосновывающие требуемый уровень затрат. В ситуации большого объема финансовых отношений необходимо разработать структуру ответственности за финансовые операции предприятия, которая позволит, с одной стороны учесть множество задач управления финансовой деятельностью, и, с другой стороны, повысить прозрачность управления финансами предприятия. Система управления финансами организации приведена на рисунке [2, с. 112].

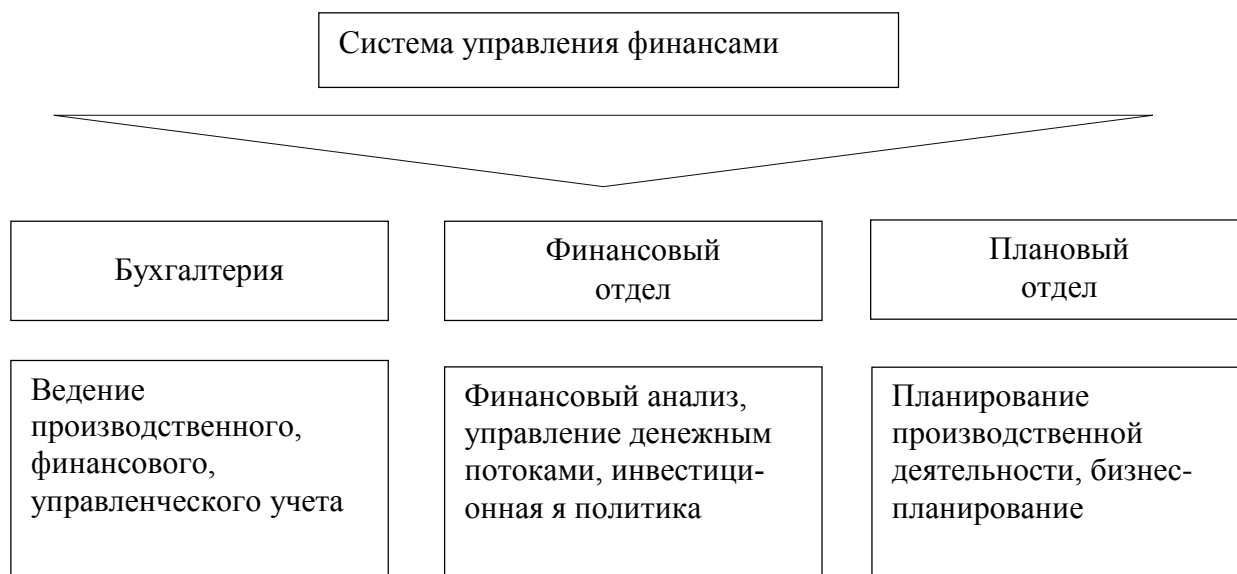


Рис. Система управления финансами организации

Как показано на рисунке, управление организации на предприятии, как правило, делегируется трем подразделениям: бухгалтерия, финансовый отдел и плановый отдел. Данная схема не является универсальной. К примеру, на малых предприятиях функции бухгалтера и финансового аналитика могут быть объединены в одном отделе. Кроме того, что бухгалтерских функций может быть передана на аутсорсинг. В некоторых случаях могут быть отдельно вынесены отделы по инвестиционной политике предприятия. Однако в целом в соответствии с экономическими функциями разделение ответственности за управление финансовой деятельности рационально разделять на три подразделения.

В бухгалтерии решаются вопросы текущего учета средств. Бухгалтерия проводит ряд обязательных для каждого предприятия операций: ведение бухгалтерской и налоговой отчетности, проведение инвентаризации. Задачей этого отдела является систематизация деятельности предприятия, выполнение законодательных норм, подготовка отчетности для взаимодействия с налоговыми органами, инвесторами и другими заинтересованными лицами в деятельности предприятия.

Финансовый отдел подготавливает план стратегического управления финансами предприятия. В деятельность финансового отдела включается финансовый анализ, план стратегического развития с учетом данных анализа, предложения по

вложению средств в ценные бумаги, инвестиционные проекты, расширение деятельности предприятия и т.д. Выделение финансового отдела в самостоятельное подразделение позволяет предприятию существенно повысить эффективность управления финансовой деятельностью, так как увеличивается аналитическая база, выявляющая реальные факторы роста дохода. В этом плане деятельность бухгалтера и финансового аналитика является различной, так как бухгалтер проводит учет имеющихся активов и может быть не заинтересован в дополнительной ответственности за расходование средств [4, с.136]. Таким образом, выделение финансового отдела является экономически оправданным.

Плановый отдел решает такую важную задачу, как обеспечение предприятия финансовыми ресурсами для поддержания бесперебойной деятельности на определенный период времени (например, 1 год). Финансовое планирование экономической деятельности предприятия является одной из важнейших функций, которая в обязательном порядке осуществляется предприятием. Финансовое планирование деятельности необходимо для достижения стабильной работы, так как позволяет сократить риски перепроизводства и систематизировать процесс выпуска продукции. Значимость финансового планирования способствует тому, что в современном финансовом менеджменте формируется стратегический подход к организации финансового планирования [2, с. 114].

Осуществление финансового планирования не как текущей операции, а как одного из элементов общей стратегии развития предприятия требует регламентирования не только общих процедур, таких как алгоритм действий или иерархическая цепочка полномочий, но и стратегических ориентиров, закрепляющих отношение организации к финансовому планированию.

Одним из способов задания стратегических ориентиров финансового планирования является разработка принципов. Ниже предлагаются принципы, которые могут быть использованы как способ регламентации финансового планирования.

Принцип соотношения сроков подчеркивает необходимость соблюдать сроки, в рамках которых должен быть составлен бюджет, подготовлен отчет о финансовых результатах, проанализирован расчет отклонений [2, с. 115].

Принцип платежеспособности основан на предположении, что планирование работы предприятия должно обеспечивать его платежеспособность – способность своевременно оплачивать обязательства предприятия [4, с. 53].

Принцип приспособления к потребностям рынка предполагает при составлении бюджета ориентироваться не только на внутренние факторы (производственные мощности, трудовые ресурсы), но и на внешние факторы рынка, такие как потребности клиентов, деятельность конкурентов, работа с поставщиками, макроэкономическая среда, возможности изменения законодательства и другие факторы [4, с. 55].

Принцип максимизации прибыли предполагает, что в основе результатов деятельности предприятия лежит увеличение выручки при оптимальном объеме затрат. Прибыль выступает основным критерием, по которому выбирается производственная программа в рамках бюджетирования [1, с. 42].

Таким образом, эффективная финансовая деятельность предприятия зависит от многих факторов. При этом организация управления финансами является одним из приоритетных факторов, определяющих как процесс планирования, так и использование его результатов в текущей и стратегической деятельности предприятия. В результате этого для предприятий рекомендуется закреплять не только базовые



вые пункты организации финансового планирования, но и принципы, отражающие отношение предприятия к финансовому планированию как к важнейшей управленческой функции. Принципы финансового планирования позволяют закрепить в политике предприятия стратегически важные ориентиры деятельности, позволяющие улучшить качество планирования и исполнения финансового плана.

#### **Список литературы**

1. Блинникова А. В. Финансовое планирование как важнейшая функция управления предприятием // Экономическая наука и практика: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2017 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2017. – С. 41-43.
2. Воробьев П., Земеров Ф. Бюджетирование производственных предприятий (опыт разработки и внедрения) / П. Воробьев, Ф. Земеров // Проблемы теории и практики управления. 2008. № 6. С. 112-117.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник / И.Н. Герчикова – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. – 501с.
4. Финансовое планирование и бюджетирование : учебное пособие / В. А. Черненко, А. Ю. Скорород. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 107 с.

### **ТЕОРИЯ КРИЗИСОВ К. МАРКСА**

***Гомолко Н.В.***

студент, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

***Шевцов В.В.***

профессор кафедры институциональной  
экономики и инвестиционного менеджмента, д-р экон. наук,  
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

Статья посвящена актуальной и на сегодняшний день проблеме экономических кризисов. Рассматриваются кризисы, в том числе и современные с позиций основателя марксизма Карла Маркса. Исследование также дополнено рассмотрением природы промышленных циклов, закона капиталистического накопления и анализом возможных путей преодоления кризисных явлений в экономике.

*Ключевые слова:* Карл Маркс, марксизм, кризис, капитализм, кризис перепроизводства, экономические циклы, мировой экономический кризис.

Вопрос о экономических кризисах на национальном и глобальном уровнях на данный момент времени является весьма актуальным. В 2008 году на весь мир обрушился финансовый кризис. До этого события всем казалось, что теория К. Маркса устарела. Но фигура К. Маркса вновь привлекла колоссальный общественный интерес. Совершенно неожиданно бестселлером 2008-2009 года стал «Капитал» К. Маркса. Во Франкфурте «Капитал» стал одной из самых продаваемых книг, в Британии спрос на произведение Маркса вырос втрое. «Капитал» начали переиздавать в Турции, хотя не так давно он являлся там запрещенной книгой.

Вывод Маркса о неизбежности кризисов при капитализме является результатом строгого научного анализа, опровергнуть который никому так не удалось

до сегодняшнего дня, несмотря на бесчисленные попытки. Изучая вопрос о вероятности кризисов, Маркс указывал на реальные причины кризиса, а не на те причины, которые могут оказаться непредвиденными причинами кризиса, так как такими причинами могут оказаться и случайные факты, играющие роль ускоряющих созревание уже сложившейся ситуации. Маркс считал, что есть и другие важные экономические факты, оказывающие воздействие на развитие экономического цикла, значение которых нужно оценивать конкретно, учитывая характер той или иной национальной экономики.

Маркс считал, что экономические кризисы проявляются в абсолютном падении производства, сокращении капитальных вложений, росте безработицы, увеличении количества банкротств фирм, падении курса акций и иных экономических потрясениях. Причиной экономических кризисов является основное противоречие капитализма – между общественным характером производства и капиталистической формой присвоения его результатов.

По Марксу, капиталисты, желая получить прибыль, производят товары с помощью наемных рабочих. Получившими заработную плату рабочими будет выкуплена часть товаров, часть капиталистами, направляющими полученные деньги на расширение производства и личное потребление. Но конкуренция между капиталистами за получение прибыли нарушает этот баланс, заставляя их постоянно увеличивать производство. Так как действия капиталистов находятся в дисгармонии, то этот процесс происходит хаотично. В результате, происходит перепроизводство, то есть товаров производится слишком много.

Желая снизить издержки производства и увеличить прибыль, капиталисты сокращают размер заработной платы работникам, что приводит к увеличению разрыва между общим платежеспособным спросом и общей стоимостью товаров. Спрос начинает резко сокращаться, начинаются массовые банкротства и резкий рост безработицы, так как продажи падают. Вызванный значительной массой долгов финансовый кризис является всего лишь следствием кризиса перепроизводства [1].

Отставание платежеспособного спроса от предложения товаров и услуг порождается капиталистической эксплуатацией, которая проявляется в присвоении капиталистом большей части созданного рабочим продукта, так называемой «прибавочной стоимости». Рабочему остается лишь малая часть вновь созданной стоимости в виде так называемого «необходимого продукта», которая не в состоянии обеспечить необходимый спрос. Этот процесс Маркс и назвал «всеобщим законом капиталистического накопления» [4].

Маркс выдвинул теорию цикличности экономического развития при капитализме. Главной идеей этой теории, направленной на выявление особенностей воспроизводственного процесса в условиях свободной конкуренции, является то, что достижению макроэкономического равновесия и экономическому росту препятствуют присущие капиталистическому обществу противоречия – увеличение производства независимо от наличия эффективного спроса. С этим Маркс и связывал экономические кризисы капиталистического общества. Он выделил четыре фазы, постепенно сменяющие друг друга: кризис, депрессия, оживление и подъем, протяженностью 7-12 лет. Кризис проявляется непосредственно в повышении ссудного процента, сокращении кредитов, перепроизводстве товаров, что прежде всего приводит к снижению нормы прибыли и падению производства. Выделение мате-

риальной основы 10-летних циклов развития производства при капитализме – важное достижение Маркса.

Следует заметить, что мировой экономический кризис 2008 года следовал по тому же пути, который описывал Карл Маркс. Считается, что причины данного кризиса заключаются в цикличном характере развития экономики; перенасыщении кредитного рынка; завышении сырьевых цен; использовании кредитных дефолтных свопов; дисгармонии в международной торговле; естественной циркуляции капиталов. Все это очень похоже на тот кризис, который был описан Карлом Марксом более сотни лет назад: одновременное появление массы необеспеченных долгов, паника на бирже, постепенно начинающееся сужение потребительского спроса и сокращение производства, рост безработицы, угроза дефляции [6].

В современном мире образовался новый вид фиктивного финансового капитала: он стал виртуальным капиталом, радикально оторвавшимся от реального сектора. Этот отрыв стал огромным: 20 лет назад мировые финансовые активы были примерно равны мировому валовому продукту, но накануне кризиса 2008 года они превышали его в 3,5 раза, а объем деривативов – в 12 раз. Экономика стала все больше создавать симулякров денег и товаров: деривативы, бренды, престижные, но, по сути, бесполезные товары, от которых во время кризиса были вынуждены отказываться и олигархи, и «средний класс», то есть как раз то, о чем говорил Карл Маркс в своей теории о перепроизводстве [3].

Марксизм четко ставит вопрос о том, что делать, за счет кого и как выходить из кризиса. Здесь возможны несколько решений преодоления кризисов.

1. Необходимо кардинальное изменение сформировавшейся финансовой системы, капиталисты за последствия кризиса должны расплачиваться не только лишь текущим доходом, но и своим состоянием, то есть необходим выход из кризиса путем сокращения доходов и богатств тех, кто инвестировал в финансовые спекуляции на протяжении последних лет. Тогда средства государственных бюджетов пойдут на поддержку производства, общественных работ, решение социальных проблем, строительства и инфраструктуры.

2. Ответственность за неудавшиеся спекуляции должно нести не общество, а сам спекулянт, для этого необходимо огосударствление крупнейших банковских институтов с гарантией возмещения акционерам банков стоимости их акций в размере, который они имели в начале кризиса.

3. Третьим решением является снижение налогов с деятельности предприятий, задействованных в производственной сфере. Данные меры направлены на уменьшение расходов субъектов хозяйствования. Понижение налогов ускорит рост производства, а, следовательно, и рост валового национального продукта [2].

4. Ограничение коррупции, расхищения бюджетных средств, то есть необходим контроль за расходами должностных лиц и наказание за несоответствие доходов расходам.

Маркс доказал, что накопление и потребительская сила общества являются зависящими друг от друга факторами кризисов. Разлад между общественным производством и частным капиталистическим присвоением принуждает к накоплению. Накопление, тем самым, ведет к минимизации потребительной силы общества. Оно тождественно постоянному относительному перепроизводству, то есть, непропорциональность при капитализме – это объективная экономическая необходимость. Следовательно, как считал К. Маркс, и с этим следует согласиться, кризисы в условиях капитализма будут постоянными и регулярными, и будут продолжаться до тех пор, пока не сменится экономическая система.

### Список литературы

1. Багатурия Г.А., Выгодский В.С. Экономическое наследие К. Маркса. М.: Мысль, 1976.
2. Костиков Н. Современный кризис: особенности и основные пути преодоления // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – №4. – С.136.
3. Иглтон Т. Почему Маркс был прав. // Т. Иглтон : М: КарьераПресс, 2013.
4. Маркс К. Капитал. Т. 1-3 // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. С. 23-26.
5. Маркс К. Экономические рукописи 1857-1859 годов // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 46. Ч. I, II.
6. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2009.

## МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫМ ОСВОЕНИЕМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА АРКТИКИ<sup>1</sup>

*Елисеев Д.О.*

начальник научно-исследовательского центра, канд. эконом. наук,  
Российский новый университет, Россия, г. Москва

В статье рассмотрены существующие государственные механизмы освоения ресурсного потенциала Арктики. Выявлены недостатки государственной программы развития Арктической зоны России в части поставленных целей и задач, а также методов контроля оценки эффективности программных мероприятий. Предложены пути устранения недостатков.

*Ключевые слова:* Арктическая зона, государственная программа, транспортная система, ресурсный потенциал, показатели эффективности, северный морской путь.

Концептуальные подходы к развитию российской Арктики в долгосрочной перспективе были сформулированы «Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2020 года и дальнейшую перспективу», а также в «Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года», утвержденные указами Президента РФ в 2008-2013 гг.

Конкретные цели и задачи развития, отраслевые и территориальные приоритеты были определены в государственной программе «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года» (далее Арктическая Программа), утвержденной Постановлением Правительства РФ в 2014 г. [1].

По экспертным оценкам программно-целевой подход является наиболее оптимальным вариантом комплексного долгосрочного развития отраслей и территорий, что подтверждено практикой его использования в развитых странах, советский период, а также в настоящее время в России [2]. В настоящее время в России отвержено 44 государственные программы отраслевого (к примеру, Развитие транспортной системы) и территориального характера (к примеру, Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона) [3].

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 17-02-00683 «Условия использования и развития ресурсного потенциала Арктической зоны РФ».

Основной проблемой программно-целевого инструментария применительно к российской Арктике, в части реализации Арктической Программы, является сама ее структура. Фактически это единственная государственная программа, в которой задачи, целевые индикаторы реализации, а также финансирование реализуется через другие государственные программы. То есть, Арктическая Программа является «оболочкой», в которой систематизированы мероприятия и проекты по программам отраслевого и территориального характера связанным с Арктической зоной России.

В настоящее время в состав Арктической Программы включены мероприятия из 14 государственных программ. При этом только в трех государственных программах заложено бюджетное финансирование проектов, связанных с развитием экономики Арктики и вовлечением ее ресурсов в хозяйственный оборот. Это мероприятия в рамках развития транспортной системы, воспроизводство минерально-сырьевой базы, а также региональные проекты, связанные с освоением дальневосточного региона и во многом повторяющие мероприятия по программе развития транспортной системы (табл. 1).

Таблица 1

**Бюджетное финансирование мероприятий по Арктической госпрограмме**

Название программы	Бюджетное финансирование 2015-2020 гг. (млрд. руб.)
Развитие транспортной системы, в том числе:	134,35
субсидирование регионального транспорта	18,66
обеспечение судоходства по СМП	2,89
модернизация и строительство железнодорожной инфраструктуры	61,027
модернизация и строительство портовой инфраструктуры	25,9
модернизация и строительство флота	8,71
модернизация и строительство инфраструктуры воздушного транспорта	17,163
Воспроизводство и использование природных ресурсов, в том числе:	0,28
строительство и реконструкция объектов гидрометеорологического и аэрологического мониторинга	0,28
Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона	15,89
Модернизация и строительство инфраструктуры воздушного транспорта	10,87
Модернизация и строительство портовой инфраструктуры	1,83
Модернизация и строительство дорожной инфраструктуры	2,99

Источник: составлено автором, по данным <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/4519a91e-3434-4386-b16b-dd3106295402/img-Z26120814-0001.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=4519a91e-3434-4386-b16b-dd3106295402>

**Развитие транспортной системы.** Госпрограммой предусматривается модернизация и строительство железнодорожной сети в Арктической зоне, увеличение регионального трафика авиации на Севере, в том числе за счет механизмов государственной поддержки и модернизации существующего авиационного хозяйства, работы по повышению эффективности Северного морского пути и увеличению перевозок до 63,7 млн. тонн [4].

Вместе с тем, конкретные показатели оценки эффективности развития транспортной системы Арктической зоны, сфокусированы только на авиасообщении и перевозке грузов по Северному морскому пути (табл. 2). Оценка развития автодорожной и железнодорожной транспортной сети Севера не представляется возможной ввиду отсутствия качественно-количественных критериев измерения в госпрограмме.

Таблица 2

**Индикаторы результативности бюджетных расходов на Арктику**

Показатели результативности госпрограммы	Степень выполнения	
	План 2016	Факт 2016
Количество самолето-вылетов из аэропортов, расположенных в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, охваченных государственной поддержкой, ед.	7000	1100
Объем перевозок грузов по Северному морскому пути, млн. тонн	24,4	8

Источник: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/reportIndicators?gpId=26&year=2016>

Таким образом, возникают существенные вопросы системе показателей оценки развития и к оценке эффективности развития транспортной системы Арктической зоны. Во-первых, непонятно насколько представительна оценка на основе всего лишь двух показателей. Ведь транспорт в Арктике – это не только СМП и авиаперевозки, но и железнодорожное и автомобильное сообщение. Во-вторых, совершенно очевидно, что количество самолето-вылетов только косвенным образом связано с реализацией программ государственной поддержки и развития аэропортового хозяйства. В большей степени на этот показатель влияет непосредственная потребность в авиасообщении, которая с одной стороны связана с мобильностью постоянно проживающего населения региона, с другой – потребностями бизнеса и государственных структур в регулярном авиасообщении. В-третьих, транспортировка грузов по СМП напрямую зависит от потребностей государства и бизнеса в этом виде транспорта. К примеру, экспертном сообществе отмечается, что объем перевозок грузов по СМП в оптимистичном сценарии составит около 38 млн. тонн при условии ввода в строй всех проектов добычи углеводородов на арктическом шельфе [5-7].

Фактический анализ расходов на транспортные проекты в Арктике показывает довольно странную картину. Около 20% средств направляется на государственную поддержку авиационных предприятий, осуществляющих перевозки на Крайнем Севере, 30% – на реконструкцию аэропортов и аэродромов арктической зоны, оставшиеся средства распределены на отдельные проекты по модернизации портовой инфраструктуры СМП, в том числе строительство терминалов СПГ, а также отдельные проекты развития транспортной инфраструктуры (к примеру, мостовые переходы через реки).

То есть оценка эффективности бюджетных вложений на основе учитываемых показателей показывает крайнюю нерациональность существующих расходов.

**Воспроизводство и использование природных ресурсов.** В рамках реализуемой госпрограммы в Арктике предполагаются значительные исследования континентального шельфа и его геологическое картографирование, проведение поисковых, оценочных и разведочных работ для воспроизводства минерально-сырьевой базы по никелю, меди, железной руде, золота, серебра и олова. Основные акценты

по геологоразведке сфокусированы в Мурманской области, республике Коми, немцем АО, Республике Саха и Чукотке.

Несмотря на огромные надежды, связанные с нахождением и последующим освоением арктических природных ресурсов, характерным обстоятельством является то, что в государственной программе Воспроизводства и использования природных ресурсов фактически отсутствуют показатели результативности применительно к российской Арктике. Средства, непосредственно отраженные в Арктической Программе, в размере 280 млн. руб. направляются на поддержку предприятий гидрометеорологии и аэрологии, что конечно не связано с непосредственным поиском и освоением минеральных ресурсов.

Вместе с тем следует отметить, что программой предусмотрено выделение 325,5 млрд. руб. на мероприятия по воспроизводству минерально-сырьевой базы и геологического изучения недр [8]. Однако остается неясным и непрозрачным цели расходов этих средств, особенно применительно к Арктической зоне. В госпрограмме предусмотрен ряд показателей результативности, которые в значительной степени могут быть отнесены к арктическому региону. Это в частности разведка и освоение месторождений углеводородов на континентальном шельфе. На цели восполнения сырьевой базы по углеводородному сырью запланировано потратить 87,8 млрд. руб. или 27% всего запланированного бюджета [8]. При этом ретроспективный анализ расходов за последние 4 года не дает однозначных ответов об эффективности этих вложений (табл. 3).

Таблица 3

**Индикаторы выполнения госпрограммы по отдельным видам  
энергетических ресурсов на шельфе в 2013-2016 гг.**

Индикаторы программы	план	факт	план	факт	план	факт
	2013	2013	2015	2015	2016	2016
Углеводородное сырье на шельфе С1, всего, Млн. тонн условного топлива	375	691	-	-	407	214
Углеводородное сырье на шельфе Д1, всего, Млн. тонн условного топлива	1 100	3 009,1	1 800	500	-	-
газ на шельфе Д1, млрд. кубических метров	850	2 262,9	1 400	249	1 500	507
Нефть и конденсат на шельфе Д1, млн. тонн	250	746,2	400	251	400	31
Нефть и конденсат на шельфе С1, млн. тонн	35	13	44	88	47	30
С1 – разведанные ресурсы						
Д1 – прогнозные ресурсы						

Источник: <http://www.programs.gov.ru/Portal/programs/reportIndicators?gpId=30&year=2015>

Существенные результаты были получены в 2013 году и скорее всего связаны с исследованиями прошлых лет, которые не совсем корректно причислять к достижениям действующей госпрограммы. Оценка настоящих показателей свидетельствует о существенных отклонениях от плана. Конечно это обстоятельство можно трактовать как недофинансирование геологоразведки со стороны государства, но в большей степени представляется недостатки целевой координации. Средства на шельфовую геологоразведку выделяются по отраслевому признаку – то есть по всем прибрежным акваториям Российской Федерации и логика выделе-

ния этих средств зависит от различных обстоятельств, в том числе лоббизма заинтересованных хозяйствующих субъектов. При этом, в настоящей отраслевой госпрограмме отсутствуют индикаторы эффективности применительно к Арктике. Учитывая, что координатором и ответственным исполнителем этой программы является Минприроды России, а координатором и исполнителем госпрограммы развития Арктики – Минэкономразвития России можно предположить некоторую ведомственную несогласованность, в том числе по реализуемости проектов. Это связано с тем, что отраслевое ведомство отвечает за выполнение проектов на территории всей России и отчитывается именно за всю территорию, а Минэкономразвития России курирует региональную программу, целью которой является именно развитие отдельно взятого макрорегиона.

Таким образом, наиболее проблемными моментами управления программно-целевым развитием Арктической зоны России и вовлечением в хозяйственный оборот ее ресурсного потенциала является несогласованность в существующей государственных программах. Во-первых, финансирование мероприятий распределено между отраслевыми и территориальными программами, что вызывает сугубо ведомственные конфликты интересов в части исполнения программ. У отраслевых ведомств всегда есть определенный соблазн направить средства в те проекты, которые дадут более быстрый результат, а не более качественный в долгосрочном плане. Территориальные же ведомства – несут ответственность исключительно за свою часть региона и только.

Во-вторых, в программе развития Арктики должны быть отражены четкие показатели развития ресурсной базы региона, экономики региона и его транспортной инфраструктуры. Использование индикаторов других программ представляется не рациональным. В существующих программах, мероприятия которых относятся к Арктической зоне их количество крайне невелико, либо они отсутствуют вообще.

#### Список литературы

1. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года» // [режим доступа]: <https://rg.ru/2014/04/24/arktika-site-dok.html>
2. Порфирьев Б.Н., Лексин В.Н. Государственное управление развитием арктической зоны Российской Федерации: задачи, проблемы, решения : Монография / Научный редактор В.В. Ивантер. М., 2016. 194 с.
3. Портал госпрограмм РФ // [режим доступа]: <https://programs.gov.ru/Portal/>
4. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 319 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие транспортной системы» // [режим доступа]: <http://base.garant.ru/70643484/>
5. Попков Ю., Швецов А., Наумова Ю. Транспортно-морской потенциал арктического региона: условия и риски использования // Проблемы теории и практики управления. 2016. № 11. С. 68-76.
6. Российская Арктика: современная парадигма развития. / под ред. акад. А.Т. Татаркина. СПб.: Нестор-История, 2014. 844 с.
7. Елисеев Д.О. Перспективы и риски развития северного морского пути как российской транспортной артерии, составляющей предмет глобальных интересов // Российский экономический журнал. 2015. № 6. С. 45-53.
8. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 322 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Воспроизводство и использование природных ресурсов» // [режим доступа]: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70540950/>



## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

*Заплавнова Н.В.*

Волгоградский государственный университет, Россия, г. Волгоград

В данной статье автором рассмотрены ключевые проблемы формирования доходной части регионального бюджета на примере Астраханской области. Представлены результаты анализа и оценки источников формирования бюджета Астраханской области, на основе чего сделаны выводы о необходимости совершенствования различных элементов налогообложения с целью повышения доходной части бюджета региона. Определены основные приоритетные направления формирования доходной части бюджета Астраханской области и пути ее оптимизации.

*Ключевые слова:* региональный бюджет, доходы регионального бюджета, налоговые и неналоговые доходы бюджета региона, структура и динамика доходов регионально-го бюджета.

В современных условиях развития экономики доходы бюджета являются основой выполнения государством своих текущих и плановых расходных обязательств. Объем, динамика и структура доходной базы бюджета отражают степень эффективности реализации приоритетных целей и задач, поставленных правительством Российской Федерации для развития страны, что, в свою очередь, актуализирует проблему построения оптимальной структуры доходов бюджета на различных уровнях российской бюджетной системы.

Формирование доходной части бюджетов региона зависит от направления бюджетно-налоговой политики Российской Федерации. Так как в настоящее время, согласно действующему законодательству, большая часть доходов поступает в федеральный бюджет, регионы испытывают затруднения с финансированием своих расходных обязательств.

Такая бюджетно-налоговая политика формирования доходной части бюджета не является оптимальной и эффективной, так как она не отражает и не реализует принципы бюджетного федерализма в системе управления бюджетными средствами. Таким образом, первостепенной задачей является увеличение доли доходов региональных и местных бюджетов в структуре консолидированного бюджета Российской Федерации с учетом распределения полномочий между уровнями власти.

Анализ показателей бюджета Астраханской области за 2014–2016 гг. отражает рост доходной и расходной его частей (табл. 1).

Таблица 1

**Динамика доходной и расходной частей бюджета  
Астраханской области за 2014–2016 гг. [3, 4, 5]**

Показатели	Значение показателей, млн. руб.			Абсолютное изменение показателей, млн. руб.		Темп прироста, %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. / 2014 г.	2016 г. / 2015 г.	2015 г. / 2014 г.	2016 г. / 2015 г.
Доходы	31704,48	30858,40	31022,40	-846,08	164,00	-2,67	0,53
Расходы	37111,41	34424,60	32551,20	-2686,81	-1873,40	-7,24	-5,44
Дефицит	-5406,94	-3566,20	-1528,80	1840,74	2037,40	-34,04	-57,13

Согласно данным табл. 1, темпы динамики доходов бюджета региона превышают темпы динамики расходов на 4,57 % в 2015 г. и на 5,97 % в 2016 г. соответственно. В связи со снижением расходной части бюджета с 37111,41 млн. руб. в 2014 г. до 32551,2 млн. руб. в 2016 г., дефицит бюджета Астраханской области сократился на 3878,14 млн. руб.

Построение сбалансированного, оптимального бюджета и последовательное снижение дефицита бюджета продолжают оставаться актуальным и важным направлением бюджетно-налоговой политики Астраханской области.

Основным источником формирования доходной части бюджета Астраханской области являются налоги (табл. 2-3). В динамике 2014-2016 гг. общая сумма налоговых и неналоговых доходов бюджета региона сократилась на 10,65 %, а безвозмездных поступлений – возросла на 26,13 %.

Наибольший удельный вес в структуре налоговых доходов бюджета Астраханской области занимает налог на прибыль организаций (30-40 %), а также налог на доходы физических лиц (31-35 %). Наименьшую долю в структуре доходов регионального бюджета занимают неналоговые доходы (менее 3 % за последние три года).

Таблица 2

**Динамика статей доходов бюджета Астраханской области за 2014-2016 гг. [7]**

Наименование доходов	Значение показателей, млн. руб.			Абсолютное изменение показателей, млн. руб.		Темп прироста, %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. / 2014 г.	2016 г. / 2015 г.	2015 г. / 2014 г.	2016 г. / 2015 г.
1. Налоговые и неналоговые доходы всего, в т.ч.:	24377,00	23438,40	21780,20	-938,60	-1658,20	-3,85	-7,07
Налог на прибыль организаций	9554,00	7984,90	6055,40	-1569,10	-1929,50	-16,42	-24,16
Налог на доходы физических лиц	7602,70	7471,10	7539,90	-131,60	68,80	-1,73	0,92
Акцизы	1473,40	1632,00	2148,80	158,60	516,80	10,76	31,67
Прочие налоги	5130,20	5660,10	5531,60	529,90	-128,50	10,33	-2,27
Неналоговые доходы	616,70	690,30	504,50	73,60	-185,80	11,93	-26,92
2. Безвозмездные поступления всего, в т.ч.:	7327,40	7420,00	9242,20	92,60	1822,20	1,26	24,56
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы	6998,30	6877,60	9113,90	-120,70	2236,30	-1,72	32,52
Итого	31704,40	30858,40	31022,40	-846,00	164,00	-2,67	0,53

Существенное снижение поступающей в региональный бюджет суммы налога на прибыль организаций (в 2015 г. – на 16,42 %, а в 2016 г. – на 24,16 %) свидетельствует, с одной стороны, об ухудшении финансового результата хозяйствующих субъектов области, а с другой стороны, о снижении степени ответственности

органов местного управления за финансово-экономические процессы, происходящие на территории региона.

Таблица 3

**Структура доходов бюджета Астраханской области за 2014-2016 гг.**

Наименование доходов	Значение показателей, млн. руб.			Изменение доли показателей, %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. / 2014 г.	2016 г. / 2015 г.
1. Налоговые и неналоговые доходы всего, в т.ч.:	76,89	75,95	70,21	-0,93	-5,75
Налог на прибыль организаций	39,19	34,07	27,80	-5,13	-6,27
Налог на доходы физических лиц	31,19	31,88	34,62	0,69	2,74
Акцизы	6,04	6,96	9,87	0,92	2,90
Прочие налоги	21,05	24,15	25,40	3,10	1,25
Неналоговые доходы	2,53	2,95	2,32	0,42	-0,63
2. Безвозмездные поступления всего, в т.ч.:	23,11	24,05	29,79	0,93	5,75
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы	95,51	92,69	98,61	-2,82	5,92
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

В структуре неналоговых доходов бюджета Астраханской области (рисунок) наибольшую долю (50 %) занимают штрафы, санкции и возмещение ущерба, а также доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства (30 %).

В структуре безвозмездных поступлений преобладают дотации (на выравнивание бюджетной обеспеченности, поддержку мер по обеспечению сбалансированности бюджета и т.д.) и субвенции (на оплату ЖКУ отдельным категориям граждан, на реализацию полномочий РФ по осуществлению социальным выплатам безработным гражданам и т.д.) – около 50 % и 30 % соответственно [6].

Анализ структуры доходной части бюджета Астраханской области позволил прийти к выводу, что она соответствует общим требованиям, предъявляемым к формированию доходов территориальных бюджетов субъектов РФ.

Макроструктура доходной базы регионального бюджета, в целом, стабильна – на протяжении анализируемого периода 2014-2016 гг. налоговые доходы составляли порядка двух третей совокупного дохода.

С целью поддержания положительной динамики роста доходной части бюджета Астраханской области и решения проблем, препятствующих ее укреплению, необходимо реализовывать мероприятия, которые направлены на усиление налогового потенциала региона путем стимулирования разработки и развития новых производств, поддержки и усиления инвестиционной активности субъектов хозяйствования. Все это приведет к росту уровня собираемости налогов и сборов, а также позволит сократить масштабы уклонения от уплаты налогов.

Основные направления и перспективы развития экономики региона и стимулирования притока инвестиций достаточно подробно описаны в региональной программе по импортозамещению [2]. Ею установлена отраслевая направленность развития экономики региона и закреплены основные меры по поддержке и стимулированию развития всех сфер бизнеса.

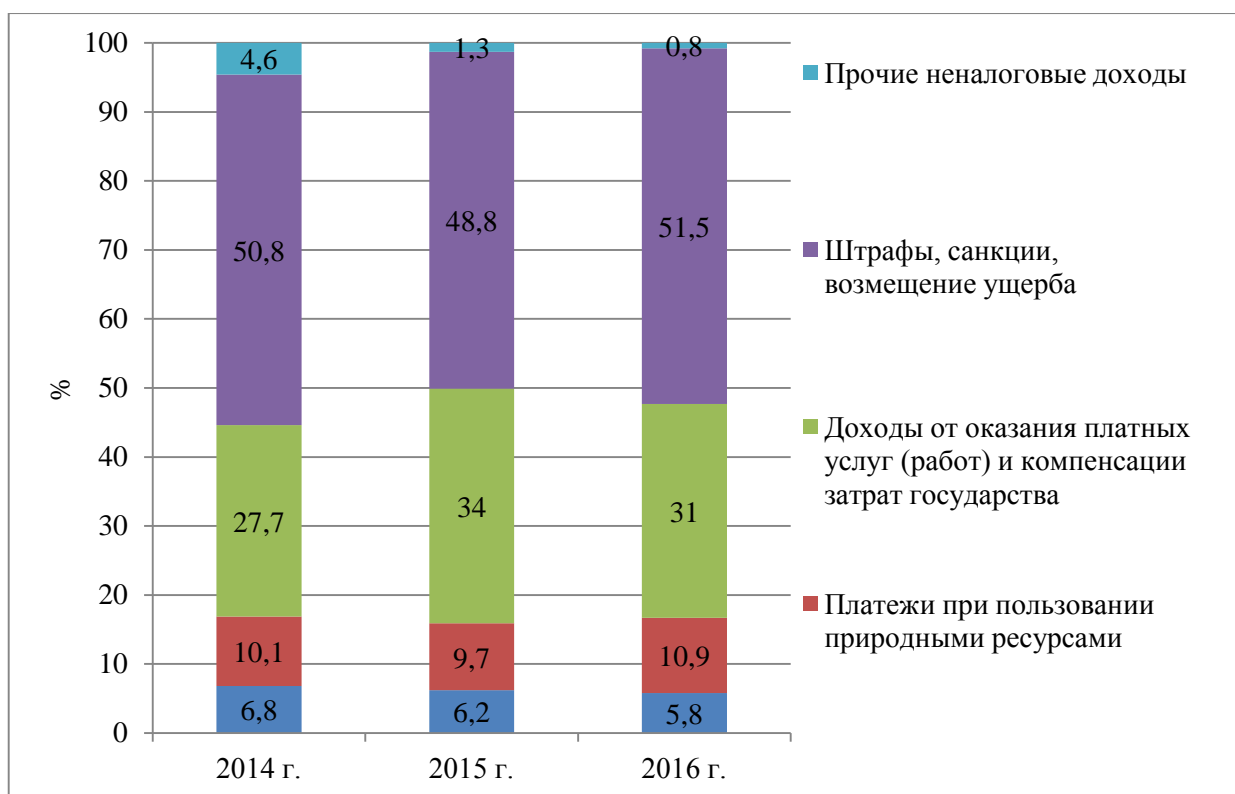


Рис. Структура неналоговых доходов бюджета Астраханской области [3, 4, 5]

Еще одним направлением оптимизации доходной части бюджета Астраханской области является повышение эффективности налоговых льгот. Большая часть действующих налоговых льгот предоставляется организациям по налогу на прибыль. При этом все они носят экономический характер, то есть стимулируют налогоплательщиков к увеличению масштабов финансово-хозяйственной деятельности, что впоследствии должно привести к увеличению объема налоговых поступлений. Однако, как показывает практика, эффективность применения данных льгот не всегда оправдывается.

Таким образом, бюджетно-налоговая политика на ближайшую перспективу требует проведения анализа и оценки применения и оптимизации налоговых льгот на всех уровнях бюджетной системы Российской Федерации.

### Список литературы

1. Об исполнении бюджета Астраханской области за 2016 год: Закон Астраханской области от 21.06.2017 г. № 30/2017-ОЗ. URL: [www.docs.cntd.ru/document/450306081](http://www.docs.cntd.ru/document/450306081) (дата обращения: 18.12.2017).
2. О программе импортозамещения в Астраханской области на 2015-2017 годы: Распоряжение Правительства Астраханской области от 04.03.2015 г. № 52-Пр. URL: [www.docs.cntd.ru/document/428508918](http://www.docs.cntd.ru/document/428508918) (дата обращения: 19.12.2017).
3. Отчет о результатах деятельности министерства финансов Астраханской области в 2014 году. URL: [www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti](http://www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti) (дата обращения: 20.12.2017).
4. Отчет о результатах деятельности министерства финансов Астраханской области в 2015 году. URL: [www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti](http://www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti) (дата обращения: 20.12.2017).
5. Отчет о результатах деятельности министерства финансов Астраханской области в 2016 году. URL: [www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti](http://www.minfin.astrobl.ru/special/site-page/rezultaty-i-osnovnye-napravleniya-deyatelnosti) (дата обращения: 20.12.2017).

6. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Астраханской области. URL: [www.astrastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/astrastat/ru/statistics/](http://www.astrastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/astrastat/ru/statistics/) (дата обращения: 20.12.2017).

7. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. URL: [www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138631758656/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656/) (дата обращения: 15.12.2017).

## **СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ<sup>1</sup>**

***Зиядуллаев Н.С.***

главный научный сотрудник, д-р эконом. наук, профессор,  
Институт проблем рынка РАН, Россия, г. Москва

***Елисеев Д.О.***

начальник научно-исследовательского центра, канд. эконом. наук,  
Российский новый университет, Россия, г. Москва

В статье рассмотрены проблемы и ограничения новых технологий. Проанализированы социальные и экологические сложности развития новых технологических решений в промышленности. Показаны ограничения и сложности роста.

*Ключевые слова:* новая технологическая революция, электромобили, занятость, экология, безработица.

В настоящее время оценки перспектив развития мировой экономики в контексте новой промышленной революции носят положительный характер. Большинство исследователей позитивно рассматривают влияние прорывных технологических решений на экономический рост в долгосрочной перспективе. Основоположник термина К. Шваб относит себя к умеренным оптимистам и полагает, что рост населения планеты до 9 млрд. человек к 2050 г. стимулирует конечный спрос; старение населения, обеспечит развитие биотехнологий и прогрессивной медицины; а рост производительности труда произойдет за счет внедрения средств автоматизации производства.

Согласно исследованию, проведенному в 2014 г. союзом ИКТ-компаний ВІТКОМ и Фраунгоферовским институтом экономики и организации труда (Fraunhofer IAO), благодаря использованию новой концепции шесть отраслей народнохозяйственного комплекса могут получить до 2025 г. дополнительные 78 млрд. евро: машиностроение – 23,04; автомобили и комплектующие – 14,80; электротехника – 12,08; химия – 12,02; ИКТ – 14,05; сельское и лесное хозяйство – 2,78 [1].

Дж. Рифкин в книге «Третья промышленная революция» пишет: «Формирование инфраструктуры третьей промышленной революции в течение 40 лет приве-

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект №15-02-00650 «Развитие процессов технологической модернизации в России в контексте формирования социально ориентированной экономики».

дет к созданию сотен тысяч новых компаний и сотен миллионов новых рабочих мест. С ее появлением завершится двухсотлетняя история, характеризующаяся индустриальным мышлением, предпринимательскими рынками и массой неквалифицированных работников, и начнется эра сотрудничества, социальных сетей, высокоспециализированных профессионалов и технических работников [2].

С точки зрения обывателя, эти процессы сулят невиданное благоденствие для мира. Правда, никто не объясняет механизма возникновения этого потенциала. Если, согласно Дж. Рифкину и Немецкой концепции Индустрии 4.0., управление технологическим производством будет в большей степени передано автоматизированным системам, что, соответственно, приведет к росту производительности труда и качества продукции, то непонятно чем будут заниматься «высвобождаемые» кадры? Невнятный тезис Дж. Рифкина о социальном капитале в гражданском обществе не объясняет механизма получения дохода этими гражданами.

Таким образом, при всех потенциальных преимуществах промышленная революция может принести ряд проблем, среди которых следует выделить социальные и экологические. Исследование данных вопросов в настоящее время практически отсутствуют.

**Социальные проблемы новой промышленной революции.** Новые технологии окажут значительные изменения на существующую структуру рынка труда. Широкое внедрение инструментов автоматизации производства, распространение цифровых коммуникационных технологий, искусственного интеллекта и автоматизация сервиса и транспорта предполагают снижение потребностей в работниках.

В настоящее время еще нет понимания, каковы будут глобальные последствия для рынка труда по мере внедрения и развития новых технологий. Существуют отдельные положительные оценки, которые якобы демонстрируют востребованность кадров. К примеру, приводятся данные, что в отрасли альтернативной энергетики за период 2009-2014 гг. рост составил 350% [3]. К. Шваб в своей книге не видит никаких проблем для занятости в контексте новой промышленной революции. В качестве примера он приводит данные, что в начале 19 века около 90% населения США трудилось в сельском хозяйстве, а в настоящее время доля сельскохозяйственных работников составляет всего 2%. Однако в этих цифрах есть определенная степень лукавства. Согласно статистическим данным численность населения США в 1800 году составляла около 5 млн. человек. В настоящее время численность населения в США составляет 325 млн. человек. Основная масса работников в периоды предыдущих промышленных революций нашли свое место в промышленности, позднее в секторе услуг. Непонятна будущая динамика изменения структуры рынка труда с учетом предполагаемой масштабной автоматизации и цифровизации.

В настоящее время в развитых странах на рынке труда существует определенный статус-кво. На долю занятости в промышленности приходится около 21% общего числа работников, в сельском хозяйстве занято около 2,5%, в секторе услуг трудится около 75% (табл. 1).

Если предположения К.Шваба о последствиях новой промышленной революции для рынка труда верны, то в среднесрочной перспективе его ждут колоссальные трансформации. К примеру, в исследовании К.Б. Фрея и М. Осборна отмечается, что около 47% рабочих мест в США подвержены риску автоматизации, наибольшей вероятностью которых отличаются профессии специалистов по телефонным продажам, оформлению налоговой отчетности, страховых оценщиков, секретарей, официантов, агентов по продаже недвижимости и курьеров [4].

Таблица 1

**Структура занятости в отдельных развитых странах (2015)**

Государство	Население (млн. чел.)	Количество занятых в экономике (млн. человек)	Сельское хозяйство (в %)	Промыш- ленность (в %)	Услуги (в %)
США	327	157,129	1,6	17,5	80,9
Германия	81	41,971	1,4	27,8	70,8
Франция	65	29,296	2,5	17,8	79,7
Великобритания	65	32,629	1,1	18,7	80,2
Италия	59,9	25,248	3,8	26,9	69,3
Канада	36,7	12,278	2	19,5	78,5
Япония	126	65,980	3,6	25,5	70,9
Южная Корея	51,5	26,912	4,9	24,9	70,2
Австралия	24,1	12,51	2,6	20,2	77,2
Испания	46,4	22,831	4,1	20	75,9
Дания	5,7	2,933	2,5	19,2	78,3
Нидерланды	16,9	8,932	2,1	15,2	82,7
Итого среднее			2,69	21,1	76,21

Источник: <http://stats.oecd.org/>

Дополнительные проблемы, как ни странно, принесет развитие медицины нового типа, которая увеличит продолжительность жизни и устранит проблемы многих заболеваний. Фактически это будет означать давление на рынок труда со стороны возрастных категорий населения, которые в настоящее время являются пенсионерами, а впоследствии станут работниками из-за увеличения продолжительности жизни и, повышение пенсионного возраста. Безработица среди молодежи в отдельных развитых странах уже превысила 40% (табл. 2).

Таблица 2

**Уровень безработицы в отдельных развитых странах в 2016 г.  
(в % от экономически активного населения)**

Страна	Уровень безработицы в воз- расте 26-74 лет (в %)	Уровень безработицы среди мо- лодежи в возрасте 16-25 лет (в %)
ЕС-28	7,3	18,1
Дания	4,9	12,6
Германия	3,5	6,0
Ирландия	5,9	15,2
Греция	22,3	45,2
Испания	17,0	42,9
Франция	8,9	25,0
Италия	10,3	40,7
Люксембург	5,3	20,0
Нидерланды	4,6	10,1
Австрия	5,0	10,1
Португалия	9,3	27,7
Финляндия	7,1	15,9
Швеция	5,2	15,8
Великобритания	3,4	12,1
США	3,8	9,5
Япония	2,8	4,4

Источник: Евростат/<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>

**Экологические проблемы новой промышленной революции.** Как ни странно, но новые технологии, призванные устранить глобальные экологические проблемы, наоборот, все чаще становятся потенциальным источником новых экологических опасностей. По мере активного развития альтернативной энергетики, в особенности майнстримовских направлениях ветро и солнечной генерации в обществе формируется понимание о ее потенциальных опасностях для окружающей среды и здоровья людей. Так, в отдельных исследованиях в числе негативных последствий установки ветро-генераторов на суше выделяют проблемы повышенного низкочастотного шума (у основания башни уровень шума составляет более 100 дБ, что в 2 раза превышает комфортные нормы для человека и животного мира), который негативно воздействует на здоровье человека и животного мира, снижает урожайность сельскохозяйственных угодий.

Фотогальванические электростанции не наносят прямого ущерба для окружающей среды, однако занимают огромные площади, которые выводятся из хозяйственного оборота. Современные фотогальванические электростанции мощностью 150-500 мвт, в среднем занимают площадь 8-10 км<sup>2</sup>. Кроме этого, в процессе изготовления солнечных панелей из кремния применяются технологии сжигания с выделением огромного количества диоксида углерода и диоксида серы, в последующем – для очистки используются высокотоксичные соединения кремния [5].

Но особое место в потенциальных экологических угрозах от новых технологий занимает электрический автотранспорт. Согласно оценкам Международной ассоциации автопроизводителей, количество автотранспорта в 2015 году в мире составило 1,28 млрд. единиц [6]. Ежегодные продажи автомобилей всех видов составляют около 100 млн. единиц. При том, что доля электромобилей на мировом рынке составляет пока еще незначительную часть (около 5 млн. единиц или 0,3%), динамика роста продаж значительна (рисунок) [7]. Ведущие автопроизводители анонсировали цель достичь 25% электромобилей в своей продуктовой линейке за следующие 10 лет, то есть около 25 млн. единиц.

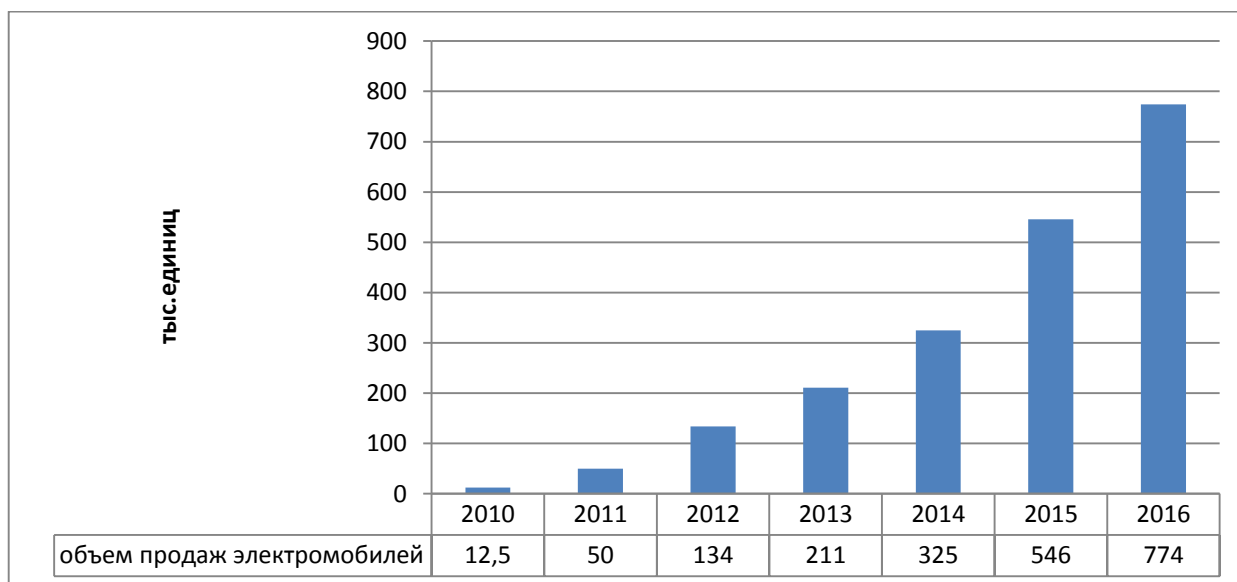


Рис. Мировые объемы продаж электромобилей 2010-2016 гг.  
(Источник: <http://www.ev-volumes.com/>)

В экологических рисках развития электро-автотранспорта следует выделять проблемы утилизации аккумуляторных батарей, а также косвенное увеличение вы-



бросов вредных веществ при производстве электроэнергии. В работе греческих авторов была предпринята попытка моделирования полного перехода страны на электрический транспорт [8]. Исследователи установили, что полный переход на электрический автотранспорт будет иметь положительный экологический эффект в части сокращения выбросов углекислого газа и иных загрязняющих веществ только в случае полного перехода на возобновляемые источники энергии. В иных сценариях принципиальной разницы не ощущается (табл. 3).

Таблица 3

**Удельные выбросы вредных веществ электромобилями**

Тип транспорта	Выбросы вредных веществ при производстве (кг)	Выбросы вредных веществ при эксплуатации (кг/100 км)	Среднее на 100 000 км. эксплуатации (кг)
Автомобиль ДВС	3235,4	17,6	20835,4
Электромобиль (углеродная зарядка)	4310,7	11,89	16200
Электромобиль (безуглеродная зарядка)	4310,7	2,18	6490,7

Источник: рассчитано автором по данным E. A. Nanaki , Ch. J. Koroneos Comparative economic and environmental analysis of conventional, hybrid and electric vehicles e the case study of Greece // Journal of Cleaner Production Volume 53, 2013, Pages 261-266

Не менее важным становится вопрос утилизации батарей электромобилей, которые содержат значительное количество токсичных веществ. Современный аккумулятор электромобиля содержит около 70 кг литий-содержащих соединений, которые являются довольно токсичными химическими веществами и требуют дорогостоящей переработки. В настоящее время не разработаны способы промышленной утилизации таких аккумуляторов и в большинстве своем они просто выкидываются на свалки. Производители автомобилей пока еще не готовы предоставлять услуги по последующей утилизации батарей. Учитывая, что средней срок службы таких батарей при условиях консервативной эксплуатации составляет около 5 лет, а при интенсивной – 2 года, в среднесрочной перспективе мы можем столкнуться с миллионами тонн аккумуляторов, подлежащих утилизации. Это обстоятельство существенно повышает экологические риски развития электротранспорта.

**Список литературы**

1. Industrie 4.0 – Volkswirtschaftliches Potenzial für Deutschland. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V., Das Fraunhofer -Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO. Berlin, Stuttgart, 2014. – 46 S.
2. Рифкин Дж. Третья промышленная революция: Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом / – М.: Альпина нон-фикшн, 2014. – 410 с.
3. Наумова Ю., Елисеев Д. Альтернативная энергетика: новые возможности для технологической модернизации // Проблемы теории и практики управления. 2016. № 1. С. 48-55.
4. Frey C. The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? // [http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The\\_Future\\_of\\_Employment.pdf](http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf)
5. Solar Energy Isn't Always as Green as You Think // <https://spectrum.ieee.org/green-tech/solar/solar-energy-isnt-always-as-green-as-you-think>
6. World vehicles in use – all vehicles // [http://www.oica.net/wp-content/uploads//Total\\_in-use-All-Vehicles.pdf](http://www.oica.net/wp-content/uploads//Total_in-use-All-Vehicles.pdf)

7. Global Plug-in Sales for 2016 // <http://www.ev-volumes.com/news/global-plug-in-sales-for-2016/>

8. Nanaki E. A., Koroneos Ch. J. Comparative economic and environmental analysis of conventional, hybrid and electric vehicles e the case study of Greece // Journal of Cleaner Production Volume 53, 2013, P. 261-266.

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРИГОРОДНЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК**

***Кейванова Е.В.***

аспирант кафедры коммерции и логистики,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье автор проводит обобщение особенностей развития социально-ориентированной логистической системы пригородных пассажирских перевозок в контексте сложностей развития конкурентного процесса в регулируемом сегменте рынка с учетом базовых целевых ориентиров и положений реформы железнодорожной отрасли в России.

*Ключевые слова:* социально-ориентированная логистика, пригородные пассажирские перевозки, транспортная логистика.

Оценивая направления и пути социально-ориентированной организации пассажирских железнодорожных перевозок с позиции логистики, считаем необходимым проработать два основных проблемных аспекта:

- механизм финансирования перевозок и возможности повышения его эффективности, обеспечения сбалансированности и устойчивости;
- транспортная логистика и логистическая организация социально-значимых маршрутов и перевозки льготных пассажиров.

На стыке разрешения данных проблемных вопросов на наш взгляд формируется общее поле решения проблемы социально-ориентированной логистической организации пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте.

Действующая система финансирования не является эффективной и надежной, так как она не сбалансирована, а взаимодействие ее отдельных элементов не опирается на законодательно закрепленное долгосрочное сотрудничество. С точки зрения логистики, мы не имеем системы в строгом определении этого термина, поскольку не выполняются необходимые условия системообразования.

Несмотря на закрепленные положениями реформы железнодорожного транспорта финансирование пригородного комплекса из регионального и федерального бюджетов, сам механизм финансирования имеет различные организационные дефекты. Это исключает своевременное и запланированное возмещение издержек ППК и приводит к сбоям в работе пассажирского железнодорожного сообщения.

Формирование эффективного механизма функционирования рынка пассажирских перевозок и повышение эффективности его государственного регулирования является залогом и условием сохранения железнодорожных перевозок в целом. Мировая практика дерегулирования сектора в ряде случаев привела к фактически полному исчезновению пассажирских перевозок в Африке, Мексике и Аргентине.

Между тем, использование мирового опыта не позволяет сформировать эталонную единообразную целевую модель рынка, не дает однозначного положительного ответа относительно целесообразности допуска конкуренции между пассажирскими перевозчиками.

Помимо проблемных аспектов организации отлаженного механизма финансового взаимодействия всех сторон перевозочного процесса, существенную проблему составляет рационализация транспортной логистики.

1. Проблема конвергенции и мультимодальной организации перевозок пассажиров на железнодорожном транспорте обусловлена тем, что маршруты поездов имеют разное назначение, от социальных перевозок до массовых перевозок в агломерациях.

При этом, существует проблема организации сквозного сообщения в силу невозможности стыковки коммерчески выгодных маршрутов в комфортабельных вагонах (например, скоростное сообщение между мегаполисами и крупными центрами) социальных маршрутов. Это осложняет продажу сквозных билетов, ограничивая возможности повышения коммерческой эффективности маршрутов и повышения скорости движения.

2. Действующая классификация маршрутов делает вполне логичным переход к соответствующему ей помаршрутному субсидированию пассажирских перевозок. В этом случае государство субсидирует поездку пассажира на том виде транспорта, который он для себя выбирает [4].

Пассажир сам определяет, какую часть субсидии он готов потратить на доплату за комфорт и более высокую скорость перемещения.

3. В современный период формально ППК могут конкурировать с Федеральной пассажирской компанией, как это происходит на отдельных участках железнодорожной магистрали (например, Москва-Тула). При этом от разделения на дальнее и пригородное сообщение необходимо перейти к межрегиональному, в рамках которого заказ субъекта РФ оплачивается из соответствующего регионального бюджета, а межрегиональные перевозки – из федерального.

Реализация данной схемы обеспечит прозрачность правил перевозки, а также возможность логистической стыковки дальних маршрутов на основе межрегионального транспортного баланса [4].

Заметим, что разделение пассажирских перевозчиков на дальние и пригородные существенно ограничивает возможности логистической стыковки поездов и формирование единой системы мультимодальных билетов. Ликвидация данного анахронизма позволит развивать в России общепринятую, например, в Германии, практику продаж сквозных билетов на поезда всех типов. При таком подходе, логистическая организация и мультимодальная стыковка разных видов поездов приобретает огромное значение.

Кроме того, с точки зрения ускорения и снижения стоимости перевозок необходимо активно развивать скоростное и высокоскоростное сообщение, более активно стимулировать скоростные перевозки. При увеличении скорости перевозок плата за инфраструктуру возрастает, однако реальная нагрузка на пути растет в меньшей пропорции. В силу этого, действующие нормы по определению величины платы за инфраструктуру необходимо корректировать.

4. В рамках проводимой реформы железнодорожного транспорта в РФ пригородные пассажирские перевозки были переведены на одну модель, которая оказалась рентабельной не везде, а только в массовой городской агломерации (ЦППК). Однако

реальные возможности использования дореформенных способов перевозки на менее пассажиронапряженных социально значимых маршрутах фактически блокируются реформой, которые не позволяют включать общий вагон с пригородным тарифом в дальний грузо-пассажирский поезд, обеспечивая экономию на локомотиве.

5. На региональном уровне по-прежнему сохраняется проблема планирования маршрутов социально значимых перевозок, поскольку реформа не обеспечивает субъекты РФ реальными механизмами учета их позиций при планировании межрегиональных перевозок, ППК ниток в графике поездов, которые распределяются другими структура ОАО «РЖД», не участвующими в соглашении с регионом. На грузонапряженных линиях «нитки» предоставляются, прежде всего, дальним грузовым и контейнерным поездам, которые являются для ОАО «РЖД» прибылеобразующими.

Это исключает возможность оптимального планирования социально значимых пассажирских маршрутов, для которых любая разница во времени имеет значение и определяет привлекательность – востребованность маршрута со стороны населения, которое, например, каждый день ездит на работу.

То есть, в отсутствие межрегиональных соглашений планирование маршрутов пригородных поездов осуществляется по остаточному принципу, а по факту отменяется.

Таким образом, в силу доминирования грузовых перевозок социально приемлемая логистическая организация пригородного пассажирского сообщения становится не возможной.

Для выхода из ситуации необходимо детально проанализировать всю маршрутную пассажирскую сеть, определить на ней социально и экономически значимые маршруты с утверждением комплексного плана транспортного обслуживания населения. Все убытки от социально значимых маршрутов должны быть компенсированы из федерального и/или регионального бюджетов.

6. Социальные тарифы на все маршруты, которые субсидируются из федерального бюджета, необходимо утверждать в г. Москве. В части внутрирегиональных маршрутов должна быть сохранена возможность их снижения на местах за счет средств бюджета субъекта РФ.

При этом, все тарифы должны определяться исходя из действующих мер льготной адресной поддержки отдельных категорий населения в регионе.

Разработана и представлена схема, которая отражает основные направления институционально-рыночного преобразования социально-ориентированной логистической системы пригородных железнодорожных перевозок.

Наличие совокупности участников, задействованных в системе взаимодействия и общий ориентир на достижение некоторого социально-экономического эффекта, позволяют нам толковать и дефинировать такую систему как логистическую [3].

Основной ориентир в проработке вектор и механики такой трансформации состоит в том, чтобы гарантировать и снять неопределенность – стохастику в системе взаимодействия всех звеньев.

В данном случае мы ориентированы не столько на формирование определенной модели рынка пассажирских железнодорожных перевозок, сколько на обеспечение определенных рамочных условий, выполнение которых позволяет исключить разрывы в общей системе взаимодействия, которая должна опираться на необходимый законодательный базис, быть подкреплена долгосрочными условиями взаимодействия звеньев.

Базовые целевые ориентиры и положения реформы железнодорожной отрасли в России могут быть реализованы при условии, если будут сняты и устранены все ограничения, препятствующие реализации стабильного функционирования пригородного и дальнего пассажирского сообщения.

В современной фазе рыночного эволюционирования железнодорожного и например воздушного транспорта, реформирование пассажирского железнодорожного транспортного сообщения должно максимально опираться на накопленную разницу в потенциалах развития этих видов транспорта, что в целом соответствует изначальной логике реструктуризации железнодорожной отрасли, которая была призвана сформировать условия для развития конкуренции в тех сегментах рынка, где она максимально целесообразна и эффективна.

Снижение относительной стоимости воздушных перевозок требует более активного развития пассажирских железнодорожных перевозок в дальнем сообщении до 1000 км, что потребует форсированного развития и удлинения пригородного сообщения, различия между которым и дальним сообщением могут быть сняты соответствующими отраслевыми регламентами.

Введение долгосрочных обязательств регионов по формированию транспортных заказов, повышение прозрачности механизма формирования затрат перевозчиков на основе использования новых методик, разработанных Министерством транспорта РФ, позволят:

- повысить устойчивость взаимодействия всех звеньев логистической системы пассажирских перевозок;
- активно развивать конкуренцию ППК, активный выход которых в сферу межрегиональных перевозок приведет к существенному возрастанию их доли (до 15%).

Отбор наиболее эффективных перевозчиков на маршруты, субсидируемые государством, их дальнейшая конкуренция будут стимулировать повышение эффективности перевозочного процесса. Это обеспечит конкурентное развитие и умножение числа независимых перевозчиков на маршруте на наиболее пассажиро-напряженных направлениях [1, с.59-60].

Все это также будет способствовать формированию условий для последовательного завершения реформы пассажирского транспортного комплекса за счет повышения рентабельности и экономической устойчивости перевозчиков, которые смогут принять участие в приватизации подвижного состава ОАО «РЖД», и, далее поддерживать его в надлежащем состоянии.

Это расширит реальные возможности модернизации пассажирского комплекса, а также приведет к оптимизации маршрутов, что будет способствовать повышению пространственно-временных удобств транспортного обслуживания пассажиров в системе регионального сообщения, а также повышению уровня сервиса, который выступит важным фактором конкуренции между независимыми перевозчиками.

#### **Список литературы**

1. Волкова Е., Коровяковский Е., Панова Ю. Факторы роста конкурентоспособности железнодорожного транспорта на рынке пассажирских перевозок // Экономика железнодорожного транспорта. – 2016. – №11.
2. Ильин И. Необходимость системных государственных воздействий на транспортную отрасль // Экономика железных дорог. – 2016. – №11.

3. Кейванова, Е. Два эффекта социально ориентированной логистики / Е.В. Кейванова, Д.Т. Новиков // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2014. – №4 (48).

4. Чистяков, П. Мы предлагаем осуществить переход к помаршрутному субсидированию пассажирских перевозок // Gudok.ru/ [Электронный ресурс]: <http://www.gudok.ru/passengertrans/?ID=1341261> (дата обращения: 24.08.2016).

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ**

***Климина Н.А.***

старший преподаватель кафедры фундаментальной и прикладной математики,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье автор показывает, каким образом должны быть разграничены стратегии развития современного бизнеса теоретически зафиксированные в современном стратегическом (маркетинговом) анализе, используя например, теорию «создания голубого океана».

*Ключевые слова:* стратегический менеджмент, инновационные концепции конкуренции, теория подрывных инноваций.

Современная практика стратегического управления, возникновение его новых инструментов в значительной степени определяются спецификой современной эволюции рынка и его конкурентной среды, отображение которых в теории стратегического управления является далеко нетривиальным.

Новые практики современного управления, которое вне всяких сомнений должно быть рыночно-ориентированным, тесно коррелированы с изменениями в концептуальном маркетинговом понимании того, каким образом достигается такая ориентация на современном рынке, с помощью каких инструментов и как все это изменяет сам процесс управления.

Так, М. Портер, формулируя основные стратегии развития (лидерство по издержкам, дифференциация, сфокусированная дифференциация) доказал, «что в условиях глобальной конкуренции соперничают не национальные хозяйства, а фирмы, функционирующие в разных социально-экономических условиях, а также выделил основные стадии развития в соответствии со стадиями конкуренции: на основе факторов производства, инвестиций, инноваций и богатства» [6, с.26].

То есть, по мере исчерпания потенциала влияния факторов производства и инвестиционного насыщения бизнеса, фактором формирования конкурентных преимуществ выступают инновации, которые несут новый функционал или удобства для потребителя, имеющие более высокую значимость на рынке.

Как отмечают ученые Ваулина А. и Косинова Е., «в современном мире, для того, чтобы фирма была конкурентоспособной в борьбе с ведущими фирмами она должна использовать абсолютно новые подходы к организации бизнес-процессов. Прежде всего, новые подходы следует использовать в инвестиционной деятельности, во внедрении новой техники» [1, с. 1].

Иными словами, основные виды отраслевых рынков в современный период уже прошли длительный путь своей эволюции, на текущей стадии которого традиционные уже получившие распространение способы создания конкурентного преимущества продукта и/или бизнес – модели приводят лишь к росту насыщения рынка. В рамках последнего фирмы не могут эффективно отстроиться от конкурентов и сформировать принципиально новый вектор стратегического развития, который бы опирался на более сильный конкурентный ресурс их дифференциации.

Важно отметить, что в попытке синтеза и анализа такого ресурса и особенностей его практического применения произошло существенное расширение и качественное изменение (усложнение) инструментов стратегического менеджмента.

Помимо устоявшегося набора ключевых стратегических инструментов (SWOT-анализ, матрица «товар-рынок» Ансоффа, матрица роста/рыночной доли BCG, матрица привлекательности/преимуществ GE/Mc Kinsey, схема пяти сил Портера и др.) появились более сложные инструменты синтеза стратегических решений: «теория создания голубого океана» (В Чан Ким, Р. Моборн), теория прорывных инноваций (К. Кристенсен), теория «переломного момента» (М. Гладуэлла) и др.

Возникновение данных теорий, на наш взгляд, вызвано эволюционным развитием рынка и его переходом в стадию насыщения, где традиционные инструменты стратегического управления более не позволяют генерировать решения, способные в корне изменить конкурентное положение на рынке.

Именно с целью преодоления инерции шаблонных решений, которые возникают в рамках устоявшейся парадигмы рассуждений и стратегического анализа в рамках привычного общепринятого толкования оснований конкуренции и ее специфики, были сформулированы так называемые «ловушки красных океанов», анализ и принятие стратегических решений в рамках которых, сегодня не позволяет сделать прорывной стратегически ход.

Стратегическое развитие на перенасыщенных рынках в рамках традиционного подхода к выработке стратегических решений обусловлено шаблонизацией мышления, которое находится в границах ловушек «красных океанов». Преодоление этого ментального «балласта» позволяет сформировать принципиально новое видение того, разворот стратегического анализа в каком направлении может обеспечить возможность синтеза новых более сильных продуктов или бизнес-моделей, позволяющих не просто эффективно конкурировать, но и фактически выйти из конкуренции, покинуть ее границы и сформировать принципиально новый рынок и продукт.

Логике и аналитическую схему такого перехода более чем лаконично описывает теория «создания голубого океана», в которой построение новых стратегических решений базируется на формировании принципиально новой «стратегической канвы ценностей», которая представляет собой графическую интерпретацию сравнительной эффективности работы компаний в разрезе базовых факторов конкуренции (основания конкуренции) в данной отрасли.

Как показывают исследования В. Чан Кима и Р. Моборна, для того чтобы выйти из традиционной конкуренции, необходимо уйти от ортодоксального поиска компромисса «цена/ценность» и создать новую кривую ценности, основу которой формируют ответы на четыре вопроса.

Таким образом, мы изменяем оптику стратегического видения – характерного для данного рынка и пытаемся синтезировать новые решения в рамках модели четырех действий.

Возникновение теории «создания голубых океанов» сегодня принципиально трансформирует оптику стратегического видения того, каким образом необходимо строить продукт, сервис или любую бизнес-модель, чтобы предложить рынку решение, радикально отличающееся от уже существующего.

Сложность реализации данного методического приема – данной теории состоит в том, что она не содержит указания на необходимость применения каких-либо инноваций, новых технологических решений и т.п. Прежде всего, ключевой акцент делается на изменении подхода к синтезу стратегического решения.

Проекция данного вывода на рынок экспресс-доставки позволяет отметить, что его насыщение сегодня, а также набирающий скорость процесс консолидации создает новые условия конкуренции, при которых автоматически возрастает барьер входа на рынок, поскольку более крупные компании будут использовать эффект масштаба, что дает им возможность снижать цены -реализовывать стратегию «лидерства по издержкам».

В частности, как отмечает М. Капчиц, «московский рынок интернет-логистики на 99% укомплектован, выходит на него без инновационной идеи сложно» [2, с.66]. Основанный М. Капчицом сервис Top Delivery весной 2015 г. оказался на грани банкротства, теряя курьеров из-за недозагруженности. Решение было найдено в сотрудничестве с конкурентами (доставка на первой и последней милях).

Антикризисное стратегическое решение также является нетривиальным и не общепринятым, поскольку партнерство с конкурентами является девиантной практикой рыночной борьбы.

В условиях общей тенденции консолидации рынка, которая позволяет сервисам экспресс-доставки мобилизовывать необходимый ресурс (инвестиции, технологии), более мелкие и технологичные компании на этом рынке могут сделать ставку на гибкость, и, организовать доставку за 2-4 часа, что не под силу более крупным инертным компаниям. Так, «курьеры сервиса Bringo – партнера «Gett суши» привозят суши в течение 10 минут, забирая сет из ближайшего к заказчику кафе «Ваби-Саби» [3, с. 34-35].

Априори можно предположить, что доставка службой «Ваби Саби» или курьерской компаний, использующей для этого автомобильный транспорт, не в состоянии обеспечить такую скорость.

Данные примеры показывают, что применение новой бизнес-модели дает новые конкурентные преимущества, которые позволяют уйти от прямого противостояния с более сильными – крупными конкурентами, реализовать стратегию дифференциации, в которой достижение такого рода отстройки будет недостижимо для крупных операторов рынка.

Если магистральный тренд на отраслевом рынке экспресс-доставки – консолидация и укрупнение рыночных структур, то отдельные сервисы готовы изменить основание конкуренции и предложить более гибкую систему обслуживания, которая базируется на принципиально иной бизнес-модели.

Таким образом, теория создания голубого океана» показывает свою работоспособность – в том числе на рынке экспресс-доставки, позволяя его операторам сформировать внеконкурентное предложение, и, отстроиться – дифференцироваться от более крупных операторов рынка.



С точки зрения концептуализации данных выводов считаем необходимым акцентировать внимание на двух их важных следствиях, которые отражают содержательное углубление современной теории стратегического менеджмента, по определению – рыночно-ориентированного.

Во-первых, теория «создания голубого океана» радикально обновляет теоретически зафиксированное в современном стратегическом (маркетинговом) анализе понимание того, каким образом должны быть разграничены стратегии развития современного бизнеса. Именно это разграничение М. Портера на стратегии «дифференциации» и «лидерства по издержкам» фактически вводит, на наш и не только на наш взгляд – не обоснованно, жесткое условие компромиссного следования либо стратегическому стремлению к качественной отстройке через сильный дифференцированный продукт (бизнес-модель), либо через сокращение издержек. Последнее, предполагает максимальное сжатие расходов, что недопустимо сужает бюджет инновации, исключая ее возможность как таковую.

В этом смысле, теория «создания голубого океана» показывает, что правильное построение продукта или бизнес – модели (продуктово-сервисное предложение) позволяет одновременно совместить обе стратегии и получить некоторое большее синергетическое конкурентное преимущество. Как отмечают В. Чан Ким и Р. Моборн, «чтобы одновременно работать над ценностью и издержками, надо отказаться от устаревшей идеи ровняться на конкурентов в имеющемся поле и перестать делать выбор между дифференциацией и низкими издержками. Сместив стратегический фокус с имеющихся конкурентов на альтернативные варианты и не клиентов, можно понять, каким образом переформулировать основную проблему, на которой сконцентрировано внимание игроков этой отрасли, и таким образом реконструировать элементы ценности для покупателя, находящиеся за пределами отрасли» [3, с.49].

Во-вторых, теория создания «голубого океана» открывает путь к более эффективному стратегическому целеполаганию и управлению. Даже на уровне теории выход за пределы устоявшейся сетки стратегий М. Портера позволяет расширить эмпирически маркированные варианты построения других более комплексных стратегий роста. Опираясь на понятие «внеконкурентного предложения», компания может искать принципиально иной подход к построению стратегической канвы ценностей – именно в направлении такой рефлексии может быть синтезировано более эффективное стратегическое видение *внеконкурентной механики роста* бизнеса в рамках рассматриваемого отраслевого рынка.

В одном с теорией «создания голубого океана» методическом ракурсе развивается не менее радикальная теория «*подрывных инноваций*», разработанная ученым Клейтоном М. Кристенсенем. Данная теория также не имеет ничего общего с инновациями в буквальном понимании этого термина, но при этом разрушает все аксиоматические положения современного менеджмента, прокламирующего чувствительность к запросам рынка, общее качество управления, реинжиниринг бизнес-процессов, необходимость ориентации на потребителей на основных рынках и т.д.

При общей определенности теоретического базиса современного стратегического управления, развитие рынков формирует новые релевантные паттерны, которые не отвечают основным положениям стратегического маркетингового управления, но при этом образуют вполне успешные диванные практики достижения конкурентных преимуществ на рынке.

Формулируя дилемму инноватора, К. Кристенсен отмечает, многие представители крупного бизнеса уходили с рынка именно по причине того, что поступали

«правильно». То есть, придерживались мнения потребителей, ориентировались на структуру потребления и поведенческую модель спроса на основных рынках. Именно в этот период, в нижние сектора рынка входили компании с менее качественным продуктом, развитие которого в перспективе обеспечивало им экспансию в верхние сектора рынка.

К. Кристенсен объясняет этот факт эволюцией основного рынка, на котором менеджмент компаний, ограниченный общепромышленными представлениями об основаниях конкуренции, в стремлении усилить продукт, наращивал избыточное качество или избыточный функционал, который например, вполне покрыт спросом на растущем рынке.

«Чтобы удержать лидерство, многие компании разрабатывают все более совершенные конкурентоспособные продукты и при этом не осознают, что стремясь победить конкурентов качеством и прибыльностью своих продуктов, развивают слишком большую скорость и опережают требования потребителей. Из-за этого образуются бреши в нижних ценовых нишах, которые и занимают продукты «подрывных технологий». Только компании, тщательно отслеживающие, как именно основные потребители используют их продукты, могут уловить тот момент, когда изменяются основания конкуренции на обслуживаемых ими рынках» [5, с. 22].

Не столько развивая, сколько обобщая данные теории, можно резюмировать, что они формируют новую более полезную – эффективную оптику и методологию переосмысления современных проблем управления организационно-технологическими изменениями, которые носят подрывной характер по отношению к основным рынкам.

На наш взгляд, возникновение данных теорий является порождением именно современной фазы развития рынков, которые уже перешли достаточно высокий уровень насыщения, испытывают конкурентное сверхнапряжение со стороны предложения, которое с точки зрения способов ведения конкуренции является однотипным. Концентрация капитала на рынках и их соответствующая консолидация формируют относительно высокий барьер входа, также порождаемый однотипными ресурсными или технологическими возможностями, которым необходимо что-то противопоставить.

Теории современного стратегического менеджмента позволяют синтезировать такие инструменты, максимально при этом дистанцируясь от общепринятых на данных отраслевых рынках методов конкурентной борьбы.

Таким образом, квинтэссенция построения победоносной стратегии на современных рынках состоит, прежде всего, в проактивном видении механики и факторов их развития, результаты которого должны использоваться для принятия решения относительно спроса и конкурентного предложения.

#### **Список литературы**

1. Вайулина А., Косинова Е. Конкурентоспособность организации // NovaInfo.Ru. – 2016. – №48.
2. Карпова А., Кац С. Сложение сил // Forbes. – 2016. – №9 (150).
3. Ким В. Чан. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн ; пер. с англ. И. Ющенко. – 6-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фабер, 2016.
4. Краузова Е. Второе дыхание. Курьерский сервис Bringo сделал рывок, предложив свою помощь другим службам доставки // Forbes. – 2016. – №2 (143).

5. Кристенсен, Клейтон М. Дилемма инноватора: как из-за новых технологий погибают сильные компании / Клейтон М. Кристенсен ; Пер. с англ. – 6-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2017.

6. Рязанов А.А. Эволюция теории конкуренции // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1 : Экономика и управления. – 2017. – №2 (21).

## **ИНВЕСТИЦИИ В ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ГОСУДАРСТВА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

***Костыря Ю.С.***

доцент кафедры экономики и бухгалтерского учета, канд. экон. наук, доцент,  
Московский университет МВД России, Россия, г. Москва

В статье рассматривается значение инвестиций в человеческие ресурсы, а также вопрос об их целесообразности и об оценке отдачи от инвестиций. Кратко освещаются возможные социальные и экономические эффекты от инвестиций в людские ресурсы.

*Ключевые слова:* людские ресурсы, человеческие ресурсы, структура людских ресурсов, инвестиции в людские ресурсы, стадии инвестирования в людские ресурсы, классификация инвестиций в людские ресурсы, доходность, отдача от инвестирования в людские ресурсы.

Термин «людские ресурсы» («человеческие ресурсы», human resources) первоначально утвердился в американском управлении, в 60-70 гг. XX века, сменив использовавшиеся ранее термины «персонал» и «кадры». Эти изменения явились результатом переосмысления роли и места человека в экономике.

Людской ресурс – это не однородное, а собирательное понятие, в состав которого входят различные активы, характеризующие разные стороны индивида или группы людей. К основным активам людских ресурсов принято относить:

1) актив здоровья – то есть состояние здоровья конкретного человека, семьи, группы лиц, населения территории, нации или человечества в целом. Иными словами, это физические способности к выполнению трудовых операций;

2) образовательный актив – включает в себя те знания, умения и навыки, которые человек приобретает в процессе получения общего и специального образования и которые могут быть использованы им в процессе общественного производства;

3) интеллектуальный актив – проявляет себя не просто при получении образования, а в ходе развития навыков применения этих знаний, при более сложных интеллектуальных действиях в практической деятельности человека. Интеллектуальный актив обнаруживает себя при создании ноу-хау различного уровня, когда индивиду необходимо прибегать к методам анализа, синтеза, индукции, дедукции, абстракции, моделированию и др.;

4) трудовой актив – объединяет профессиональные знания, умения и навыки, которые определяют квалификацию индивида, его профессиональное мастерство, способность к эффективной производственной деятельности, его профессионализм. Формирование и развитие трудового актива возможно только в ходе профессиональной деятельности, при получении индивидом трудового опыта;

5) культурный актив – это актив человеческого ресурса, который включает мотивы поведения человека, степень принятия им социальных норм, ценностные

ориентиры, этические нормы, коммуникационные навыки и нормы общения, которые влияют на возможность и эффективность его социальной, трудовой активности и экономической деятельности человека.

Л.И. Абалкин по этому поводу утверждал: «Глобальные изменения, которые происходили и происходят в мире, состоят в том, что сейчас главным фактором общественного развития становится не НТП и многое другое, а качество человека. Все остальное, в частности культура производства, уровень производительности труда – вторичны по отношению к этому фактору. Тут предстоит большое переосмысление» [7, с. 16].

Именно люди, а не деньги, здания, техника, являются решающим отличительным признаком успешного мероприятия, выступая важнейшим источником экономического роста. В развивающейся экономике знаний невозможно переоценить их роль. Необходимым условием конкурентоспособности во многих отраслях, регионах, и даже между странами становится именно обеспеченность квалифицированной рабочей силой, с достаточным уровнем здоровья, мотивации и пр.

Достаточно высокий уровень подготовки людских ресурсов позволяет работникам успешнее адаптироваться к технологическим, институциональным, социальным сдвигам, активнее включаться в процесс освоения новых навыков, быстрее реагировать на достижения НТР.

Инвестиции в людские ресурсы представляют собой любые расходы на получение необходимых знаний, умений и навыков, на поддержание и укрепление здоровья носителя ресурса, поддержание и развитие его умственных и творческих способностей, формирование его ценностных ориентиров и моральных установок, на культурное развитие личности и т.д.

Рассматривая целесообразность инвестиций в человеческий ресурс, важно оценить текущую стоимость вложений и будущий доход от инвестиций. Наиболее наглядно это проявляется в отношении инвестиций в образовательный актив человеческого ресурса. Так, стимулом при принятии решения о получении высшего образования (второго высшего образования) для многих людей выступает возможность получения дополнительного заработка в дальнейшем. Однако, такие доходы, связанные с получением образования, должны многократно превышать инвестиции, поскольку дисконтирование будущих доходов уменьшает их величину при приведении к настоящему моменту времени [4, с. 17]. Иначе говоря, инвестиции в образования окажутся целесообразными, выгодными только в том случае, если приведенная стоимость будущих доходов окажется выше затрат на образование. Рассчитать это соотношение поможет следующая формула:

$$V_0 = \frac{B_1}{1+r} + \frac{B_2}{(1+r)^2} + \frac{B_3}{(1+r)^3} \dots + \frac{B_n}{(1+r)^n} \geq C, \quad (1)$$

где  $V_0$  – текущая стоимость потока будущих денежных доходов;

$B_n$  – ежегодная разница в заработках выпускников высших учебных заведений и общеобразовательных школ;

$r$  – процентная ставка (ставка дисконтирования);

$n$  – период;

$C$  – общие затраты на высшее образование.

Аналогично, представленную формулу можно применять и для оценки целесообразности инвестиций в другие активы человеческого ресурса.

Ю.Г. Быченко предлагает другую формулу для оценки инвестиций в образование, имеющую следующий вид [1, с. 178]:

$$D = \frac{(d_1 - d_2)}{1 + H} \quad (2)$$

$$U = \frac{P}{1 + H}, \quad (3)$$

где D – оценка суммарного дохода в результате того или иного уровня образования индивида;

U – оценка суммарных издержек в результате того или иного уровня образования индивида;

$d_1$  – доход до получения образования;

$d_2$  – доход после получения образования;

H – дисконта (ценность сегодняшних выгод по отношению к выгодам будущих периодов);

P – прямые расходы на образование.

Разница между (2) и (3) формулами показывает, насколько оценка индивидом дохода от образования больше, чем издержки на его получение. При этом важно отметить, что норма дисконтирования определяется каждым индивидом самостоятельно, так как каждый человек определяет разную ценность сегодняшних выгод по сравнению с будущим доходом.

Отметим, что отдача от инвестиций не всегда может быть оценена математически, но обязательно будет проявляться в экономических или социальных эффектах от инвестиций. На микроуровне это может выражаться в росте заработной платы индивида, удовлетворенностью жизнью; на макроуровне – повышение уровня ВВП, устойчивое развитие территории, повышение уровня экономической безопасности и т.д.

В заключение отметим, что существует потенциальная возможность отрицательных социальных и экономических эффектов, которые могут иметь место при недостаточном инвестировании в человеческие ресурсы, либо при нерациональном осуществлении таких инвестиций. К отрицательным эффектам следует отнести пассивность, безынициативность работников, высокий уровень заболеваний в обществе, опасная демографическая ситуация, стагнация экономики.

### Список литературы

1. Быченко Ю.Г. Формирование человеческого капитала: социально-экономический аспект. Монография. – Саратов, Издательство Саратовского университета, 1999. 236 с.
2. Добрынин А.И. Журавлева Г.П. Общая экономическая теория: Учеб. пособие / А.И. Добрынин, Г.П. Журавлева. М. и др.: Питер, 2004 – 282 с.
3. Кастельс Мануэль Информационная эпоха: экономика общество и культура/ Мануэль Кастельс: Пер. с англ. под ред. О.И. Шкаратана, М., ГУ ВШЭ, 2000. 606 с.
4. Кормишкина Л.А., Горин В.А. Формирование новой инвестиционной парадигмы: инвестиции в человека (региональный аспект) – Саранск: Издательство Мордовского университета, 2002. – 68 с.
5. Левин А.И. Институциональные и экономические основы формирования человеческих ресурсов – дисс. к.э.н., Саратов, 2005, 185 с.
6. Османова А.М. Человеческий и интеллектуальный капитал: сущность и измерение. URL: <http://www.rae.ru/forum2012/pdf/1984.pdf>
7. Россия XXI век. Материалы всероссийской научной конференции // Экономист. 1998. №1.

## МИГРАЦИЯ И МИГРАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РАЗВИТИИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА<sup>1</sup>

**Красинец Е.С.**

заведующий лабораторией, канд. экон. наук,  
Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН,  
Россия, г. Москва

**Шевцова Т.В.**

старший научный сотрудник, канд. экон. наук,  
Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН,  
Россия, г. Москва

В статье анализируются особенности миграционных процессов и их последствия для функционирования рынка труда на территории Дальнего Востока. Дается оценка социально-экономических проблем привлечения и использования иностранной рабочей силы. На данных социологических исследований рассматривается отношение на местах к политике регулирования трудовой иммиграции. Предлагаются рекомендации по решению миграционных проблем в регионе.

*Ключевые слова:* миграция, трудовая миграция, рынок труда, иностранная рабочая сила, миграционная политика, ТОРы, Дальний Восток.

Дальний Восток является стратегически важной территорией Российской Федерации с большим экономическим и социальным потенциалом. Для освоения региона, ведения бизнеса и реализации инвестиционных проектов на территориях опережающего социально-экономического развития Дальнего Востока важными становятся проблемы достижения сбалансированности спроса и предложения рабочей силы с учетом миграционных процессов, рационального привлечения иностранной рабочей силы и эффективного использования трудовых мигрантов в различных отраслях экономики.

Миграция в Дальневосточном регионе традиционно выполняет значительную роль в формировании населения, численность которого только в 2016 году уменьшилась на 17,4 тыс. человек [3]. Всего за период 1991-2017 гг. численность населения сократилась на 23,2% [2, с. 133]. В результате более низких параметров уровня и качества жизни наиболее активная часть населения покидает регион в поисках лучших условий для жизни и трудоустройства. В этом процессе участвуют и южные территории Дальнего Востока, граничащие с сопредельными странами дальнего зарубежья [1, с. 10]. Несмотря на реализацию масштабных инвестиционных проектов, разработанных программ повышения трудовой мобильности, добровольного переселения соотечественников, в регионе пока не удалось преодолеть миграционный отток населения и трудовых ресурсов.

Последствиями отрицательного миграционного сальдо является не только сокращение общей численности населения Дальнего Востока, но и ухудшение его структуры, снижение демографического, трудового и инновационного потенциала. Сложившаяся миграционная ситуация в условиях слабой заселенности региона не обеспечивает возрастающий спрос развития экономики на трудовые ресурсы. Ми-

---

<sup>1</sup> Подготовлено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-06-00565.

миграционные потоки в регионе оказывают прямое воздействие на развитие человеческого капитала, функционирование рынка труда и кадровое обеспечение приоритетных инвестиционных проектов. Устойчивое сокращение демографического и трудового потенциала Дальневосточного федерального округа выдвигает проблематику миграции в число приоритетных для обеспечения интенсивного развития стратегически важного региона страны.

С целью анализа проблем миграции на Дальнем Востоке, привлечения и использования в регионе иностранной рабочей силы, выяснения отношения на местах к политике в миграционной сфере, а также поиска эффективных механизмов регулирования миграционных процессов осенью 2017 года во Владивостоке нами был проведен социологический опрос экспертов (N=20), в число которых вошли руководители и специалисты Агентства по развитию человеческого капитала на Дальнем Востоке, Департамента труда и социального развития, миграционной службы, депутаты Законодательного Собрания, преподаватели и научные работники высших учебных заведений, руководители кадровых служб предприятий, использующих иностранную рабочую силу, а также члены общественных экспертных советов Приморского края.

Опросы показали, что миграционные потери населения Дальнего Востока заметно осложняют ситуацию с обеспечением региональной экономики трудовыми ресурсами. Поэтому для развития экономики в равной степени необходимо как остановить миграционный отток населения, так и привлекать внутрироссийских мигрантов в регион.

В то же время, по мнению экспертов, трудонедостаточная экономика Дальневосточного региона не может успешно развиваться и без притока трудовых мигрантов извне. Анализируя проблемы, связанные с функционированием рынка труда, респонденты отметили, что в настоящее время на территориях опережающего развития (ТОР) Дальнего Востока иностранные работники активно привлекаются в строительство, промышленность сельское хозяйство, торговлю, общественное питание, бытовое обслуживание, коммунальную инфраструктуру, туристско-рекреационный кластер, для оказания транспортно-логистических услуг и благоустройства городских территорий.

Отвечая на вопрос: «Как, по Вашему мнению, приведет ли масштабное создание новых рабочих мест на территориях опережающего развития к расширению использования иностранной рабочей силы?», преобладающее большинство экспертов (85%) отметили, что и в перспективе регион будет нуждаться в притоке трудовых мигрантов. При этом большая часть респондентов полагает, что для экономического освоения региона и развития его социальной сферы потребуются трудовые мигранты любой квалификации. Необходима одновременно как квалифицированная, так и неквалифицированная иностранная рабочая сила.

Проведенный опрос раскрыл противоречивый характер увеличения масштабов привлечения труда иностранных граждан. По мнению респондентов, использование труда мигрантов должно быть в разумных пределах, что позволит обеспечить, с одной стороны, удовлетворение имеющегося спроса на рынке труда, а с другой, – приоритет в трудоустройстве российских граждан. Не случайно наибольшая доля экспертов (две третьих) отметила, что в настоящее время на практике приоритет в трудоустройстве граждан РФ в сравнении с иностранными работниками не соблюдается. В связи с отсутствием необходимых каналов связи трудового мигранта с потенциальным работодателем принятая система регулирования

трудовой миграции не позволяет местным органам государственной власти гибко реагировать на потребности региональных рынков труда. Замещение вакансий на рабочих местах иностранными трудовыми мигрантами происходит при наличии спроса на эти рабочие места со стороны российских граждан. На вопрос, как иностранная рабочая сила влияет на занятость российских граждан, эксперты назвали следующие варианты (%): «негативно» – 45, «крайне негативно» – 30, «не оказывает влияния» – 20, «положительно» – 5.

Для выяснения мнения экспертов о принятых мерах в области регулирования трудовой миграции мы задали вопрос «Как Вы оцениваете новое законодательство в сфере привлечения и использования иностранной рабочей силы?». Более половины опрошенных отметили, что оно «нормальное» или «удовлетворительное», около трети – «плохое» или «очень плохое». В ответах на вопрос «В чем, на Ваш взгляд, несовершенство действующего порядка привлечения и использования иностранной рабочей силы?» были выделены проблемы функционирования рынка труда, связанные с трудовой иммиграцией. В их числе – несоблюдение на практике в полной мере приоритетного права трудоустройства и занятости российских граждан, усложнение процедур получения разрешения на работу, злоупотребления с патентами, рост масштабов незаконной трудовой деятельности мигрантов.

Введенная система патентов не решила проблему незаконной миграции и нелегального труда иностранцев. На вопрос, насколько, на Ваш взгляд, серьезна в регионе проблема незаконной миграции и занятости иностранных граждан, были даны следующие ответы: «это острая проблема, требующая принятия срочных мер по ее решению» – 55%, «проблема есть, но она не приоритетна в настоящее время (35%)», «данная проблема незначительна» – 10%.

Ответы респондентов свидетельствуют о том, что причины роста теневой занятости иностранных мигрантов тесно связаны с усложнением и удорожанием принятых процедур легального вхождения на рынок труда. На вопрос «Как Вы считаете, привело ли усложнение и удорожание получения мигрантами патента к возрастанию сегмента незаконного трудоустройства и росту теневой занятости мигрантов?» 30% ответили «да», 40% – «скорее да», 25% – «скорее нет», 5% затруднились ответить. Незаконное трудоустройство и рост теневой занятости трудовых мигрантов, связанные с усложнением и удорожанием получения патента, приводят к их правовой незащищенности и в ряде случаев к произволу работодателей. В значительной мере с переходом на новую систему в выигрыше оказались посредники и теневой бизнес.

Опрос экспертов позволил сформулировать предложения к основным направлениям государственной миграционной политики Российской Федерации в области трудовой иммиграции. В их числе – развитие правовой системы, регулирующей проблемы трудовой миграции (в рамках которой обеспечивается въезд в регионы нужных для развития экономики мигрантов и ограничивается доступ на рынки труда тех, в ком нет нужды), принятие дополнительных мер по обеспечению приоритетного права трудоустройства российских граждан, введение практики целевого организованного набора иностранной рабочей силы под конкретных работодателей, корректировка для временных трудовых мигрантов обязательности сдачи теста на знание русского языка, истории и законодательства России, а также развитие официальной (государственной и частной) инфраструктуры, состоящей из разнообразных сервисов (справочных, консультационных, правовых, посреднических и пр.), позволяющим мигрантам находиться в правовом поле российского законодательства и помогающим им в социальной адаптации и интеграции.



В области стабилизации населения на территории Дальнего Востока важнейшей задачей является решение амбициозных задач по созданию здесь более привлекательной среды обитания человека и высоких стандартов жизни. Для повышения миграционной привлекательности Дальнего Востока, миграционного притока молодых специалистов, переселения в регион для постоянного места жительства как российских граждан из других территорий страны, так и соотечественников, проживающих за рубежом, необходимо радикальное повышение оплаты труда и создание условий для комфортного проживания. Следует направить существенную часть средств и усилий, в том числе управленческих, административных, финансовых и человеческих ресурсов, на ускоренное социальное развитие восточных территорий. Государственная поддержка инвестиционных проектов в сфере жилищного строительства и развития социальной инфраструктуры, масштабное строительство жилья, детских садов, школ, медицинских учреждений, культурных центров должны создать стимулы и условия для расширенного воспроизводства населения, закрепления молодежи и сокращения миграционного оттока трудовых ресурсов.

#### **Список литературы**

1. Горбунов Н.М., Галичанин Е.Н. Барьеры в социально-экономическом развитии Дальнего Востока//Власть и управление на Востоке России. 2016. № 3 (76). С. 8-13.
2. Мотрич Е.Л. Дальневосточный регион в демографическом пространстве России: пореформенный тренд//Пространственная экономика. 2017. № 3 (51). С. 133-153.
3. Численность и миграция населения Российской Федерации в 2016 году. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 28.12.2017).

## **ETHEREUM И ВИКИПЕДИЯ: АНАЛИЗ РЕГРЕССИОННЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ФЕНОМЕНАМИ ИНТЕРНЕТ**

***Ксенофонтов С.А.***

старший преподаватель кафедры математики и информатики,  
Смоленский государственный университет, Россия, г. Смоленск

В работе рассматривается влияние интереса инвесторов к Ethereum на формирование курса криптовалюты. В качестве показателя величины интереса используется количество просмотров статьи об Ethereum в Википедии. Исследуется проблема коинтегрированности временных рядов. Устанавливается асимметрия причинности по Грейнджеру для наблюдаемых переменных.

*Ключевые слова:* Ethereum, криптовалюты, курс Ethereum, анализ курса Ethereum, коинтеграция, Википедия.

### **1. Введение**

Интернет технологии имеют устойчивую тенденцию проникать во все уровни организации общества и государства, преобразуют они и экономическую сферу общества [1]. Одним из феноменов Интернет эры являются криптовалюты. Наиболее известные и обладающие наибольшей рыночной капитализацией криптовалюты: Bitcoin, Ethereum, Ripple, Litecoin, Bitcoin Cash. Общая капитализация рынка криптовалют за 9 месяцев 2017 года увеличилась от 17,7 млрд. долл. США до 120 млрд. долл. США [2]. Для нового и бурно растущего рынка характерна высокая

нестабильность, поэтому особый интерес представляют факторы, влияющие на формирование цены валюты.

L. Kristoufek показал [5], что интерес инвесторов к биткойн можно рассматривать в качестве одного из факторов способного частично объяснить фазы роста и фазы спадов стоимости биткойн. В качестве меры интереса инвесторов к биткойн Kristoufek использует количество просмотров статьи о биткойн в Википедии и количество поисковых запросов в GoogleTrends.

Возникает естественный вопрос: Характерна ли для других криптовалют взаимосвязь между колебанием курса и историей количества просмотров статьи в Интернет В данной работе исследуется проблема наличия зависимости между количеством просмотров статьи об Ethereum в Википедии и его стоимостью.

## 2. Методология эмпирического анализа

### 2.1. Эконометрические модели

Для анализа стоимости Ethereum и интереса инвесторов рассмотрим три основные модели: векторную модель авторегрессии (VAR-модель), коинтеграционную модель без лаговых переменных и модель коррекции ошибок (ECM). Векторную модель авторегрессии будем представлять в форме

$$Y_t = \alpha + A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_p Y_{t-p} + B X_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

где  $Y_t$  – двумерный вектор эндогенных переменных  $x_t$  и  $y_t$ ,  $X_t$  – двумерный вектор экзогенных переменных,  $\alpha$  – вектор констант,  $A_i$  – матрицы коэффициентов,  $\varepsilon_t$  – ошибки, причем в дальнейшем будем полагать, что  $y_t$  – цена Ethereum,  $x_t$  – количество просмотров страницы в Википедии. Зависимость между переменными, в случае коинтеграционной модели, будем описывать уравнением

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 x_t + \varepsilon_t. \quad (2)$$

В случае коинтегрированности временных рядов  $x_t$  и  $y_t$  представим их форме модели коррекции ошибок вида

$$\Delta x_t = \mu_1 + \alpha_1 z_{t-1} + \sum_{j=1}^{p-1} (\gamma_{1j} \Delta x_{t-j} + \delta_{1j} \Delta y_{t-j}) + \varepsilon_{1,t}, \quad (3)$$

$$\Delta y_t = \mu_2 + \alpha_2 z_{t-1} + \sum_{j=1}^{p-1} (\gamma_{2j} \Delta x_{t-j} + \delta_{2j} \Delta y_{t-j}) + \varepsilon_{2,t}, \quad (4)$$

где  $z_t = y_t - \beta x_t - E(y_t - \beta x_t)$  стационарный ряд с нулевым математическим ожиданием,  $z_t \sim I(0)$ ,  $\alpha_1^2 + \alpha_2^2 > 0$ .

### 2.2. Оценка моделей

#### 2.2.1. Векторная модель авторегрессии

VAR-модель будем оценивать методом наименьших квадратов. Для определения максимального порядка лага будем использовать LR-тест и информационные критерии Акаике (AIC), Шварца (BIC), Хеннана-Куина (HQC).

#### 2.2.2. Коинтеграционная модель

Будем использовать CRDW тест и расширенный тест Дики-Фуллера (ADF-тест) для проверки коинтегрированности временных рядов  $y_t$  и  $x_t$ . Также будем использовать ADF-тест для оценки порядка интегрированности рядов.

#### 2.2.3. Модель коррекции ошибок

Будем оценивать ECM модель с помощью двухшаговой процедуры Энгла-Грейнджера.

## 3. Данные

Для анализа были использованы данные из Wikimedia Toolforge о количестве просмотров в день страницы об Ethereum в Википедии [6] и данные из Coin Metrics о дневных значениях цены Ethereum [7]. Исходные значения цены и количества просмотров заменены их натуральными логарифмами. Ежедневные значения по

обоим временным рядам охватывают период с 12.03.2016 по 07.12.2017 включительно.

#### 4. Результаты оценки

Временные ряды  $y_t$  и  $x_t$  согласно ADF-тесту имеют первый порядок интегрированности, т.е.  $y_t \sim I(1)$ ,  $x_t \sim I(1)$ .

Определим порядок VAR-модели. Критерии Шварца (BIC) и Хеннана-Куина (HQC) и LR-тест рекомендуют использовать только один лаг (см. табл. 1).

Таблица 1

**Результаты теста на максимальный порядок лага**

lags	p(LR)	AIC	BIC	HQC
1		-2,860668	-2,818379*	-2,844243*
2	0,16674	-2,858242	-2,787761	-2,830867
3	0,00418	-2,869755	-2,771082	-2,831431
4	0,04783	-2,872283	-2,745418	-2,823009
5	0,00013	-2,896022*	-2,740966	-2,835799

Таким образом, VAR-модель имеет простую структуру

$$x_t = \alpha_1 + \alpha_{11}x_{t-1} + \alpha_{12}y_{t-1} + \varepsilon_{1t},$$

$$y_t = \alpha_2 + \alpha_{21}x_{t-1} + \alpha_{22}y_{t-1} + \varepsilon_{2t},$$

Проверим наличие коинтеграции между  $y_t$  и  $x_t$ . Оценим для этого модель (2), получим табл. 2.

Таблица 2

**Результаты оценивания коэффициентов модели (2)**

Переменная	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение
<i>const</i>	-5,11138	0,151236	-33,80	$5,81 \cdot 10^{-144}$
$x_t$	1,33302	0,0228051	58,45	$1,63 \cdot 10^{-257}$

Значение статистики Дарбина-Уотсона для коинтеграционной модели вида (2) равно 0,31, что выше 5%-го критического уровня. Гипотеза некоинтегрированности рассматриваемых рядов отвергается. ADF-тест имеет тестовую статистику - 7,40, значение которой позволяет отвергнуть нулевую гипотезу единичного корня.

Применив двухшаговую процедуру Энгла-Грейнджера, чтобы построить ЕСМ для коинтегрированных рядов  $y_t$  и  $x_t$ , получим табл. 3 и табл. 4.

Таблица 3

**Результаты оценивания уравнения (3) ЕСМ**

Переменная	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение
$z_{t-1}$	0,151371	0,0155717	9,721	$6,49 \cdot 10^{-21}$

Таблица 4

**Результаты оценивания уравнения (4) ЕСМ**

Переменная	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение
$z_{t-1}$	0,000471581	0,00433722	0,1087	0,9135

Отметим, что из уравнений (3) и (4) были исключены статистически незначимые константы. Поскольку коэффициент при  $z_{t-1}$  в уравнении (4) также статистически незначим, в конечном счете, для этого уравнения получим модель

$$\Delta y_t = \varepsilon_{2,t}.$$

## 5. Заключение

В данной работе мы пытались установить наличие связи между количеством просмотров статьи об Ethereum в Википедии и его стоимостью.

Наблюдаемое высокое значение коэффициента детерминации в регрессионной модели цены Ethereum линейной относительно статистики просмотров является следствием не паразитной, а причинной связи между рассматриваемыми переменными. В тоже время построенная модель коррекции ошибок указывает на односторонний характер этой причинности. Количество просмотров не является причинной по Грейнджеру переменной для стоимости Ethereum и значит учет его прошлых значений не приводит к ухудшению качества прогноза курса валюты.

## Список литературы

1. Кондырев Д.О., Бобров В.С., Ефремов И.Е., Власов В.Н. Система проведения тендеров на основе платформы Ethereum // Вестн. НГУ. Серия: Информационные технологии. – 2017. Т. 15, № 3. – С. 31-39.
2. Корнилов Д.А., Зайцев Д.А., Корнилова Е.В. Аналитика рынка криптовалют. Динамика и прогнозы // ИТПОРТАЛ. – 2017. – № 3. URL: <http://itportal.ru/science/economy/analitika-rynka-kriptoalyut-dinami/> (дата обращения: 07.12.2017).
3. Фантаццини Д., Нигматуллин Э.М., Сухановская В.Н., Ивлиев С.В. Все, что вы хотели знать о моделировании биткойна, но боялись спросить. Часть II // Прикладная эконометрика. – 2017. – № 1. – С. 5-28.
4. Engle R.F., Granger C.W.J. Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing // *Econometrica*. – 1987. Vol. 55, № 2. – P. 251-276.
5. Kristoufek L. (2013). Bitcoin meets Google Trends and Wikipedia: Quantifying the relationship between phenomena of the Internet era. *Scientific reports*, 3, Article number: 3415. URL: <https://www.nature.com/articles/srep03415> (дата обращения: 01.12.2017)
6. URL: <https://tools.wmflabs.org/> (дата обращения: 07.12.2017).
7. URL: <https://coinmetrics.io/> (дата обращения: 07.12.2017).

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ В ОТНОШЕНИИ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ И ИХ ПРЕКУРСОРОВ

*Кулакова Е.С.*

Оренбургский государственный университет, Россия, г. Оренбург

В статье таможенный контроль в отношении наркотических и психотропных веществ и их прекурсоров рассматривается как средство обеспечения законности их перемещения через таможенную границу ЕАЭС, т.е. пресечение незаконного перемещения данных веществ. Полный запрет наркотических и психотропных веществ невозможен, так как они необходимы для медицинских целей. Поэтому таможенные органы непрерывно совершенствуют процесс таможенного контроля в целях обеспечения максимальной безопасности государства.

*Ключевые слова:* таможенные органы, таможенный контроль, технические средства таможенного контроля, контрабанда, наркотические средства.

Одной из серьезнейших проблем человечества в XXI века является проблема незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ. Существую-

щая ситуация с наркотиками как в Российской Федерации, так и в других государствах сохраняет тенденцию к обострению. К способам совершения контрабанды наркотических и психотропных веществ можно отнести способы незаконной перевозки или пересылки таких веществ с учётом пересечения таможенной границ, недостоверного декларирования либо недекларирования наркотических и психотропных веществ или предоставления недостоверных сведений о перевозимых товарах (с обманным использованием документов или средств таможенной идентификации).

Таможенные органы являются первым и главным элементом, который не должен допустить проникновение и распространение незаконным образом перемещаемых наркотических и психотропных веществ путем таможенного контроля. Таможенный контроль – совокупность мер, осуществляемых таможенными органами, в том числе с использованием системы управления рисками, в целях обеспечения соблюдения таможенного законодательства ЕАЭС и законодательства государств-членов ЕАЭС [1].

Рассмотрим количество уголовных дел, возбужденных по статье 229.1 УК РФ (контрабанда наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров или аналогов, растений, содержащих наркотические средства, психотропные вещества или их прекурсоры).

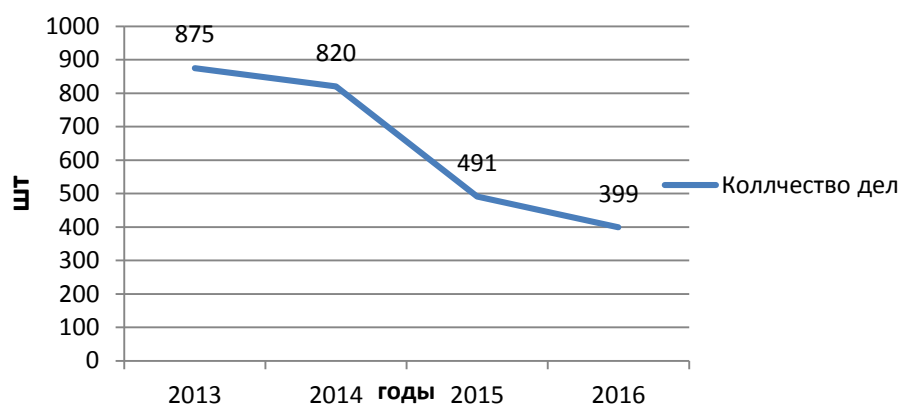


Рис. 1. Количество уголовных дел, возбужденных по статье 229.1 УК РФ в 2013-2016 гг. [2]

Из рисунка 1 видно, что количество возбуждаемых уголовных дел в рассматриваемый период уменьшается.

На рисунке 2 представлены данные об изъятии из незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ, их прекурсоров или аналогов.

Таким образом, несмотря на снижение количества случаев задержаний наркотических средств, психотропных веществ, их общая масса увеличилась в 4,4 раза.

Контроль над наркотическими средствами, психотропными веществами стал общемировой проблемой, уже начиная с первой международной конференции по данному вопросу, состоявшейся в 1909 г. в Шанхае.

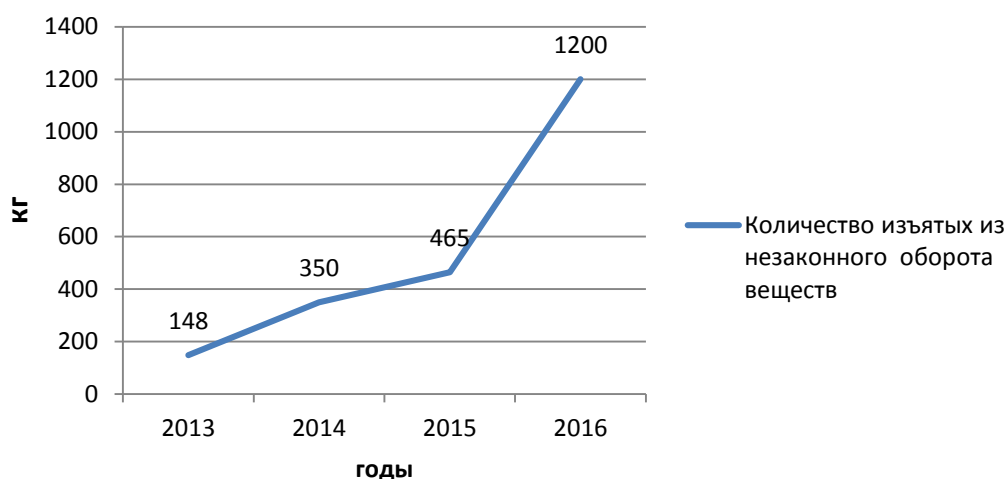


Рис. 2. Данные об изъятии из незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ, их прекурсоров или аналогов в 2013-2016 гг.

К проблемам в области осуществления таможенного контроля в отношении наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров относятся:

- несовершенная техническая и программная оснащённость таможенных пунктов пропуска при проверке перемещаемых товаров. Большинство из них не соответствуют требованиям к оборудованию и материально-техническому оснащению зданий, помещений и сооружений [3, с.7];

- проблема нормативно-правового обеспечения. Главным недостатком таможенного права в этой области является частое внесение изменений и дополнений в российское законодательство, недостаточная эффективность административных регламентов (процедуры принятия решений должностными лицами, наделёнными полномочиями в сфере таможенного регулирования);

- коррупция в таможенных органах не может не вызывать озабоченность при осуществлении таможенного контроля в отношении наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров. Такие сотрудники могут способствовать подделке таможенных документов, уничтожению вещественных доказательств, необоснованному прекращению административного или уголовного расследования;

- проблема плохо развитой системы электронного обмена информацией между таможенными и другими государственными органами;

- недостаточная штатная численность подразделений таможенных постов;

- проблема взаимодействия с другими контролирующими органами России и с таможенными органами других государств. Как правило, взаимодействие таких органов не носит систематического характера, несмотря на наличие достаточно развитой нормативно-правовой базы к такому сотрудничеству [6, с.124].

Рассмотрим первостепенные действия, которые необходимо реализовать, с целью совершенствования механизма осуществления таможенного контроля в отношении наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров.

Приоритетным направлением совершенствования организации такого таможенного контроля является дальнейшее совершенствование законодательной и правовой базы деятельности таможенных органов.

Необходима модернизация информационной системы таможенных органов и их техническое переоснащение, так как, таможенный контроль неэффективен без хорошей технической базы.

Выделим основные приоритетные задачи данного направления:

- внедрение в таможенное дело новых информационных технологий;
- совершенствование системы информационного взаимодействия таможенных органов с другими органами государственной власти России;
- совершенствование системы информационного взаимодействия таможенных органов с другими органами государственной власти иностранных государств;
- повышение уровня информационной безопасности таможенных органов [5, с. 223].

Повышение таможенного контроля в отношении наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров невозможно без высококвалифицированных сотрудников, а это означает подготовку специалистов в специализированных высших учебных заведениях. А также нельзя забывать об использовании возможностей служебных собак для обнаружения наркотических средств и психотропных веществ, поэтому необходимо тщательно обучать собак деятельности по выявлению таких веществ.

Конечно же необходимо совершенствование международного сотрудничества, проведение согласованных межгосударственных следственных, оперативно-розыскных мероприятий, направленных на перекрытие каналов незаконной поставки наркотиков и психотропных веществ. Кроме того необходимо совершенствование форм межведомственного взаимодействия с другими правоохранительными органами, задействованными в противодействии незаконного оборота наркотиков (МВД, ФСБ, СК, и др.).

В заключении стоит отметить, что борьба с незаконным оборотом наркотических и психотропных веществ и с контрабандой наркотиков в современных условиях является одним из приоритетных направлений государственной политики, главным инструментом которой по-прежнему остается система правоохранительных органов, включая таможенные органы. Поэтому совершенствование механизмов контроля за перемещением наркотических и психотропных веществ является первостепенным мероприятием.

#### **Список литературы**

1. Таможенный кодекс таможенного союза. – М. : Проспект, 2014. – 192 с. – ISBN 978-5-392-14322-1
2. Официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации. – Режим доступа: <http://customs.ru>.
3. Воронина, Л. И. Совершенствование таможенной системы Российской Федерации как фактор обеспечения национальных экономических интересов в условиях глобализации / Л. И. Воронина // Национальные интересы. Приоритеты и безопасность. – Москва, 2013. – № 3. – С. 7-17.
4. Голендеева, Т. И. Шаги навстречу: [о текущих проблемах в сфере таможенного дела: беседа с заместителем руководителя Федеральной таможенной службы Татьяной Голендеевой] // Таможенное регулирование. Таможенный контроль. – М., 2013. – № 4. – С. 3-9.
5. Козлов, В.И. Совершенствование организации взаимодействия оперативных подразделений и подразделений таможенных органов Российской Федерации в условиях функционирования Евразийского экономического союза: Дис... / В.И. Козлов – М., 2015. – 223 с.
6. Савчишкина, О.Г. Контрабанда наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров или аналогов, растений либо их частей, содержащих наркотические сред-

ства, психотропные вещества или их прекурсоры: уголовно-правовое и криминологическое исследование. – Уфа: УЮИ МВД России, 2013. – 124 с.

7. Попов В.В. Экономико-статистическое исследование отчетности по взиманию таможенных платежей / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Уральский государственный технический университет. Екатеринбург, 2009.

8. Панкова С.В. О формировании особых экономических зон на территориях муниципальных образований / Панкова С.В., Попов В.В.// Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 7 (292). С. 16-24.

9. Попов В.В. Анализ таможенных платежей региона в условиях создания и развития таможенного союза // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 44. С. 47-53.

10. Боброва В.В. Новый таможенный кодекс ЕАЭС как эффективный инструмент государственного регулирования внешней торговли // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2017. № 1-3 (49). С. 499-511.

## **УЧЕТ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ**

***Лебёдкин А.О.***

студент, Уральский государственный университет путей сообщения,  
Россия, г. Екатеринбург

***Ерёмина И.В.***

доцент, кандидат экономических наук,  
Уральский государственный университет путей сообщения, Россия, г. Екатеринбург

В статье рассматриваются два вида торговли: оптовая и розничная. Для выделения отличительных признаков, приводятся их характеристики. Также приведены основные нормативные документы, регламентирующие эти виды деятельности. Подробно описан порядок отражения операций в бухгалтерском учете.

*Ключевые слова:* торговля, оптовая торговля, розничная торговля, товар, покупатель, поставщик.

На сегодняшний день в нормативной документации по бухгалтерскому учету нет четкого разграничения понятий оптовой и розничной торговли. Поэтому воспользуемся положениями ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», где выделяется шесть видов торговли: оптовая, розничная, развозная, разносная, посылочная, комиссионная. Этот стандарт устанавливает термины и определения основных понятий в области торговли. Они обязательны для применения во всех видах документации и литературы. Бухгалтерский учет оперирует лишь понятиями оптовой и розничной торговли. Рассмотрим определения этих видов торговли на рис. 1 [1].



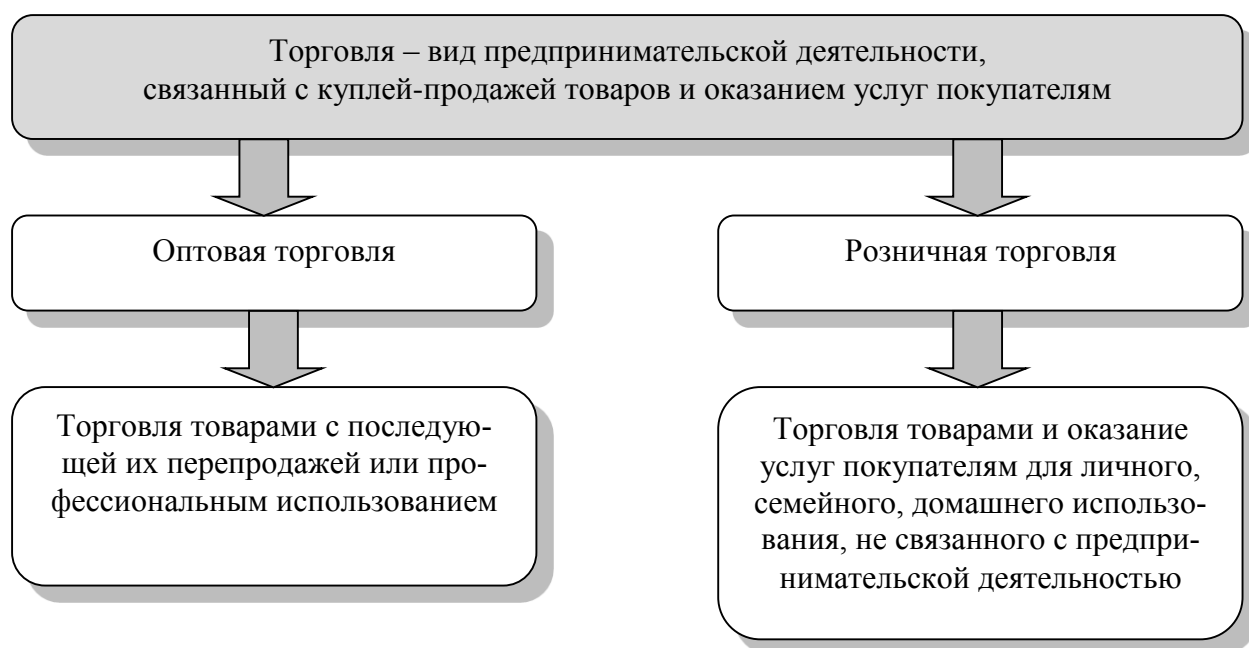


Рис. 1

Чаще всего оптовая торговля – это торговля партиями товара, а розничная – продажа товара поштучно. Таким образом, опт является посредником между производителем и розницей, а розница, в свою очередь, обслуживает спрос конечного потребителя.

В табл. 1 приведена характеристика оптовой и розничной торговли.

Таблица 1

**Параметры оптовой и розничной торговли**

Параметры	Оптовая торговля	Розничная торговля
1	2	3
Договор	Договор поставки или иные договоры гражданско-правового характера, содержащие признаки договора поставки	Договор розничной купли-продажи
Особенности договора	Обязанность продавца передать товар покупателю в обусловленные сроки (ст. 506 ГК РФ). В договоре обозначаются также стороны сделки, ассортимент товаров, порядок и форма расчетов, момент перехода права собственности на товар	Публичный, то есть устанавливающий обязанности по продаже товаров, которые необходимо выполнить в отношении всех заинтересованных лиц (ст. 426 и 492 ГК РФ)
Момент заключения договора	Дата и срок заключения указаны в договоре	С момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара (ст. 493 ГК РФ)
Документальное оформление	Оформляются договоры, накладные и счета-фактуры, а также ведутся журналы учета полученных и выставленных счетов-фактур, книги покупок и продаж	Товарные или кассовые чеки, иные документы, подтверждающие оплату (ст. 493 ГК РФ)

1	2	3
Предназначение товара	Для использования в предпринимательской деятельности (например, в целях перепродажи) или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием (ст. 506 ГК РФ)	Для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (п. 1 ст. 492 ГК РФ)
Форма оплаты	Наличная и безналичная	Наличная и безналичная
Покупатели	Физические и юридические лица	Физические и юридические лица

Итак, оптовая торговля – это торговля партиями товара, а розничная, – продажа товара поштучно. Таким образом, опт является посредником между производителем и розницей, а розница, в свою очередь, обслуживает спрос конечного потребителя. Порядок формирования розничной цены представлен на рис. 2 [2].

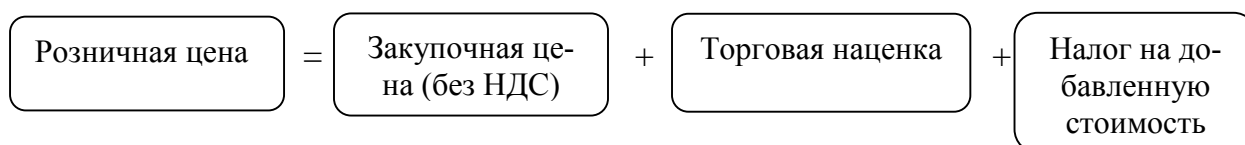


Рис. 2. Порядок формирования розничной цены

По рисунку видно, что розничные цены формируются из закупочных, назначенных производителем, увеличенных на торговую наценку и налог на добавленную стоимость. Такой порядок формирования розничной цены применяется в большинстве стран. В нашей стране в основе ценообразования в торговле лежит также этот подход, но с существенными законодательными особенностями.

От вида торговли, осуществляемой предприятием, зависит организация им бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет в организациях торговли ведется на основании Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденного приказом Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34н., а также Федерального закона «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996 г. № 129-ФЗ.

В табл. 2 приведен порядок отражения в бухгалтерском учете операций в торговле.

Таблица 2

**Порядок отражения в бухгалтерском учете операций в торговле**

Корреспонденция счетов		Содержание операции
Д	К	
1	2	3
<b>Бухгалтерский учет в оптовой торговле</b>		
Поступление товаров		
41	60	Приобретены товары у поставщика
19	60	Учен НДС по приобретенным товарам
41	60	Отражены прочие затраты, которые увеличивают себестоимость приобретенного товара
Продажа товаров		
62	90	Отражена выручка от реализации товаров покупателю

1	2	3
90	68	Начислен НДС с продажи
90	41	Списана покупная стоимость товаров
<b>Бухгалтерский учет в розничной торговле</b>		
Поступление товаров		
41	60	Приобретены товары у поставщика
19	60	Учен НДС по приобретенным товарам
41	60	Отражены прочие затраты, увеличивающие себестоимость приобретенного товара
41	42	Показана торговая наценка
Продажа товаров		
50(62)	90	Отражена выручка от реализации товаров покупателю
90	68	Начислен НДС с продажи
90	41	Списана учетная стоимость товара
90	42	Сторнирована торговая наценка
90	44	Учены расходы на продажу товаров
90	99	Выявлен финансовый результат от продажи товаров

Торговые предприятия, у которых основная цель является оптовая продажа, ведут учет товаров по покупным ценам. Они обеспечивают получение информации о товарных запасах не только в стоимостном выражении, но и в количественном.

В розничной торговле товары могут учитываться по покупным или по продажным ценам. Избранный предприятием вариант учетной цены товаров фиксируется в приказе об учетной политике. В любом случае в учетную цену не включается НДС, который уплачивается поставщикам при приобретении товаров [3].

Оформление таких продаж первичными документами также отличается. Для розничной продажи достаточно кассового или товарного чека. Для оптовой необходимы договоры поставки, накладные, приходные кассовые ордера и т.п. Учитывая, что выяснение цели приобретения товара в обязанности продавца не входит, получается, что в России все торговые сделки с частными лицами являются розничными, а с предпринимателями или юридическими лицами – оптовыми.

Поскольку четкого разграничения понятий розничной и оптовой торговли в бухгалтерском учете не существует, а порядок ведения такого учета регламентируется и отличается, то во избежание разногласий с контролирующими органами по вопросу квалификации сделки (розничная купля-продажа или оптовая поставка), возможно, необходимо размещать в местах, где ведется розничная торговля, условия публичного договора розничной купли-продажи в форме публичной оферты.

### Список литературы

1. <http://bigbird.ru/blog/2013/06/raznica-mezhdu-optom-i-roznicey>
2. <http://www.mosbuhuslugi.ru/material/otlichiya-optovoy-rozничnoy-torgovli>
3. <http://saldoconsult.ru/stati/osobennosti-buxgalterskogo-ucheta-v-optovoj-i-rozничnoy-torgovle/>

## КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК КОРПОРАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

**Люшина Э.Ю.**

доцент кафедры экономики и управления, канд. экон. наук, доцент,  
Арзамасский филиал ННГУ, Россия, г. Арзамас

**Борисова А.В.**

магистрант второго курса, Арзамасский филиал ННГУ, Россия, г. Арзамас

В статье рассматривается сущность клиентоориентированного подхода, обосновывается важность его внедрения в работу государственных и муниципальных служащих. Обобщаются используемые подходы в привлечении клиентов многофункциональных центров по оказанию государственных и муниципальных услуг. Дается оценка эффективности действия клиентоориентированного подхода в формировании корпоративной компетенции.

*Ключевые слова:* клиентоориентированный подход, государственные услуги, муниципальные услуги, государственная служба, корпоративная компетенция.

Человеческий капитал каждой организации – это бесценное сочетание личностных данных, навыков и умений работника, которые проявляются в выполнении вверенных ему должностных обязанностей. Сочетание таких данных является наимогущественным потенциалом современной организации. Эффективность использования данного потенциала напрямую зависит от действующей в компании кадровой политики. На сегодняшний день наиболее основополагающей и характерной чертой любой компании, нацеленной на укрепление своих позиций на рынке, является ориентированность на клиентов.

В настоящее время термин «клиентоориентированность» становится все более и более актуальным, и востребованным в различных сферах жизни. Это слово происходит от английского «*customer-oriented*»/«*with a customer focus*», что в переводе означает «*ориентированный на клиента*». Клиентоориентированный подход является одним из основных факторов конкурентоспособности в организациях. Для создания тех самых конкурентных преимуществ компании, недостаточно просто предоставлять продукцию и услуги требуемого качества, важно устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения с клиентами. Таким образом, особую роль в достижении данной цели играет персонал организации, так как именно он взаимодействует с клиентами [1].

За рубежом внимание к клиентоориентированному подходу начали уделять уже в 90х. Многие известные авторы подчеркивали, что понимание потребностей клиентов должно быть одной из приоритетных задач организации. В России же к изучению клиентоориентированной организации обратились позже. Авторы в своих работах утверждали, что в реализации клиентоориентированности важную роль играет персонал, который непосредственно влияет на развитие взаимоотношений с клиентами. Большинство ученых ключевыми в клиентоориентированности персонала считают его способности в удовлетворении потребностей клиентов [2].

Помимо этого, ориентация на клиента должна играть большую роль в определении реального уровня корпоративной компетенции персонала компании. Ком-

петенция – обязательный стандарт поведения и уровень знаний всех без исключения работников, необходимый им для достижения стратегических целей всей компании. Уровень компетенции каждого сотрудника определяется в его ежедневном поведении во время выполнения его должностных обязанностей. При текущей рыночной ситуации в стране, клиентоориентированность должна быть частью портфеля компетенций в каждой компании. Ориентироваться на индивидуальные потребности всех клиентов должны все сотрудники, независимо от особенностей выполняемой работы.

Вследствие особенностей природы услуг в целом, и в частности сфера государственных и муниципальных услуг, отличается высокой степенью взаимодействия с человеком. Следовательно, проблема клиентоориентированности персонала играет ключевую роль в вопросах роста организации, оказывающей государственные услуги. Персонал является основополагающим фактором, позволяющим обеспечивать высокое качество услуг.

В целях повышения конкурентоспособности Российской Федерации Президент Владимир Путин призвал мобилизовать клиентоориентированный подход, заявив: «Надо переходить к стандартам государственных услуг нового поколения – основанным не на позиции исполнителя, а на позиции потребителя этих услуг – фирмы, которая проводит груз через таможню, гражданина, который получает справку, автовладельца, оформляющего ДТП».

Применение клиентоориентированного подхода в муниципальном учреждении по оказанию государственных и муниципальных услуг имеет свою специфику, однако основное остается неизменным: удобство клиента, доступность услуги, индивидуальный подход к каждому клиенту, быстрое и качественное обслуживание заявителя [1].

Ориентация на клиента позволяет успешно использовать такую перспективную форму получения гражданами и юридическими лицами массовых государственных и муниципальных услуг режим «одного окна». Данная форма предполагает, что заявитель общается не с государственным служащим, а с сотрудником фронт-офиса, который принимает документы и при необходимости оказывает консультации по получению государственных услуг.

Для населения подобные центры – зримый результат реформирования системы государственного управления, социально-управленческая инновация, призванная облегчить жизнь гражданам и бизнесу. Развитие сети центров предоставления государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» способствует сокращению сроков предоставления услуг, снижению очередей и, в конечном итоге, повышению уровня удовлетворенности граждан работой органов государственной власти.

Внедрение и использование принципа «одного окна» может позволить не только решить многие из существующих ранее проблем в сфере предоставления государственных и муниципальных услуг заявителям, но и способствовать переходу на качественно новый уровень функционирования органов публичной власти. Это связано и с более высоким уровнем внедрения современных технологий работы с посетителями (оконная система обслуживания, инфоматы, электронная очередь с возможностью предварительной записи, наличие офисной техники в свободном доступе и мягких диванов для удобства ожидания своей очереди, возможность пользования Интернетом).

В рамках комплексной оптимизации наиболее востребованных государственных и муниципальных услуг в данных центрах обеспечено существенное снижение нагрузки на заявителя за счет увеличения количества мест получения государственных и муниципальных услуг, сокращения количества предоставляемых документов, сокращения сроков получения государственных и муниципальных услуг, возможности предоставления услуг в электронном виде, а также обеспечения оказания государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» в многофункциональных центрах.

Кроме того, для организации взаимодействия с заявителями помещение МФЦ разделено на следующие функциональные сектора (зоны): сектор информирования, сектор ожидания, сектор приема и выдачи документов.

В целях привлечения большего количества клиентов и с ориентацией на их потребности необходимо переходить на организацию предоставления государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» в рамках жизненных ситуаций».

Суть данного подхода заключается в формировании перечня государственных и муниципальных услуг в рамках каждой жизненной ситуации. Гражданин после определенной жизненной ситуации обращается в МФЦ, где ему предлагается комплекс услуг, необходимых на данном этапе. Предоставив специалисту перечень исходных документов, на выходе гражданин получает пакет услуг (документов). При одном обращении можно получить от двух и более документов, а также консультацию специалиста, о том, какие услуги ему необходимы в рамках сложившейся ситуации. Данный подход упрощает взаимодействие граждан с органами власти, а также упрощает работу специалистам и повышает показатели качества оказанных услуг населению за короткий период времени.

Для реализации государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» в рамках жизненных ситуаций», необходимо формирование перечня государственных и муниципальных услуг в рамках каждой жизненной ситуации, определение перечня необходимых документов, сроков предоставления услуг, разработка единой блок-схемы предоставления государственных и муниципальных услуг в рамках каждой жизненной ситуации (согласно действующему порядку предоставления услуг): выделение возможных траекторий оказания услуг, этапов оказания услуг.

Таким образом, клиентоориентированный подход определяет корпоративные компетенции, которые определяются, исходя из ценностей организации и показывают, воплощения этих ценностей в жизнь. Для потребителя услуги применение клиентоориентированного подхода позволяет проанализировать всю логически структурированную цепочку действий по принятию в отношении заявителя юридически значимых решений и осуществить действия в рамках развития той или иной «жизненной ситуации».

#### **Список литературы**

1. Гельманова З.С., Петровская А.С. Клиентоориентированный подход к развитию фирмы // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 10-2. URL: <https://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=10337> (дата обращения: 12.12.2017).
2. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер; пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

## НАПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ АПК ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

*Магомадов В.А.*

старший преподаватель кафедры «Финансы, кредит и страхование»,  
Грозненский государственный нефтяной технический университет имени  
академика М.Д. Миллионщикова, Россия, г. Грозный

В статье автор обосновывает направления рыночно-ориентированного развития АПК Чеченской Республики в условиях глубокой трансформации российского АПК, развития процессов импортозамещения и нарастающих бюджетных ограничений по поддержке роста отрасли на уровне регионов.

*Ключевые слова:* АПК, региональная экономическая политика, импортозамещение.

Новые конъюнктурные условия развития АПК республики требуют выработки новых стратегических императивов развития, которые можно синтезировать только на стыке сопоставления возможностей, открываемых в рамках импортозамещения и реального потенциала их реализации на основе перестройки институциональной структуры сельскохозяйственного производства Чеченской Республики, которая крайне дифференцирована в растениеводстве и животноводстве региона.

Это предопределяет необходимость проведения дифференцированной агроэкономической политики, которая предполагает реализацию различных подходов к развитию животноводства и растениеводства [1].

Превалирование сельскохозяйственных предприятий в растениеводстве республики в определенной степени облегчает задачу укрупнения этого сегмента за счет стимулирования инвестиционных процессов, модернизации и внедрения новых технологий на предприятиях.

Так, развитие овощеводства, может выступить одним из драйверов растениеводства республики в условиях активного развития импортозамещения. Рост объемов выпуска в этом сегменте должен сопровождаться активной перестройкой институциональной структуры рынка овощей региона, в которой сегодня превалируют мелкотоварные хозяйства населения.

Этот тренд прямо коррелирует с тенденциями текущего и перспективного преобразования институциональной структуры российского овощеводства, в котором сегодня 3/4 продукции производится в частных хозяйствах, и только четверть в промышленном секторе.

Оценка запланированного уровня финансирования овощеводства в АПК Чеченской Республики в рамках Программы развития отрасли до 2020 г., на наш взгляд, является заниженной: общий объем инвестиций должен составить 1501153 тыс. руб., что не соответствует реальному потенциалу роста данного сегмента на внутреннем рынке страны.

Увеличение инвестиций в овощеводство региона возможно только при условии разработки экономически выверенных маркетинговых стратегий развития в данном направлении, которое будут развиваться достаточно динамично: насыщение рынка и рост конкуренции.

Между тем, приоритетность развития этого направления для АПК республики, например по сравнению с производством сырого молока обусловлена более высоким уровнем рентабельности инвестиций, что позволит быстрее выйти на окупа-

емость, а также поддерживать достаточный уровень рыночной устойчивости реализации проектов в этой сфере. Учитывая возрастание конкуренции на внутреннем рынке, более высокая маржинальность сбыта позволит фиксировать положительный финансовый результат даже в случае обострения ценового противостояния на рынке.

Риск возрастания конкуренции на рынке является достаточно значимым.

Учитывая снижение государственного финансирования АПК на близлежащую перспективу и отсутствие отчетливых прогнозируемых предпосылок для роста этого показателя, можно предположить, что часть крупных агрохолдингов снизит уровень инвестиций и отложит их на перспективу, как ГК «Русагро». В инвестиционные планы агрохолдинга входило строительство теплиц на площади 100 га для выращивания помидоров, огурцов и салата с общим объемом инвестиций в 20 млрд. руб. [4].

Сокращение инвестиционной поддержки может резко ограничить возможности роста на этом рынке менее крупных сельскохозяйственных предприятий, которые могут воспользоваться ситуацией отсутствия конкуренции и форсировать развитие. Если этот сценарий реализуется, то промышленный сектор получит определенные преимущества за счет ускоренного вытеснения с рынка ЛПХ, которые обеспечивают основной объем производства овощей.

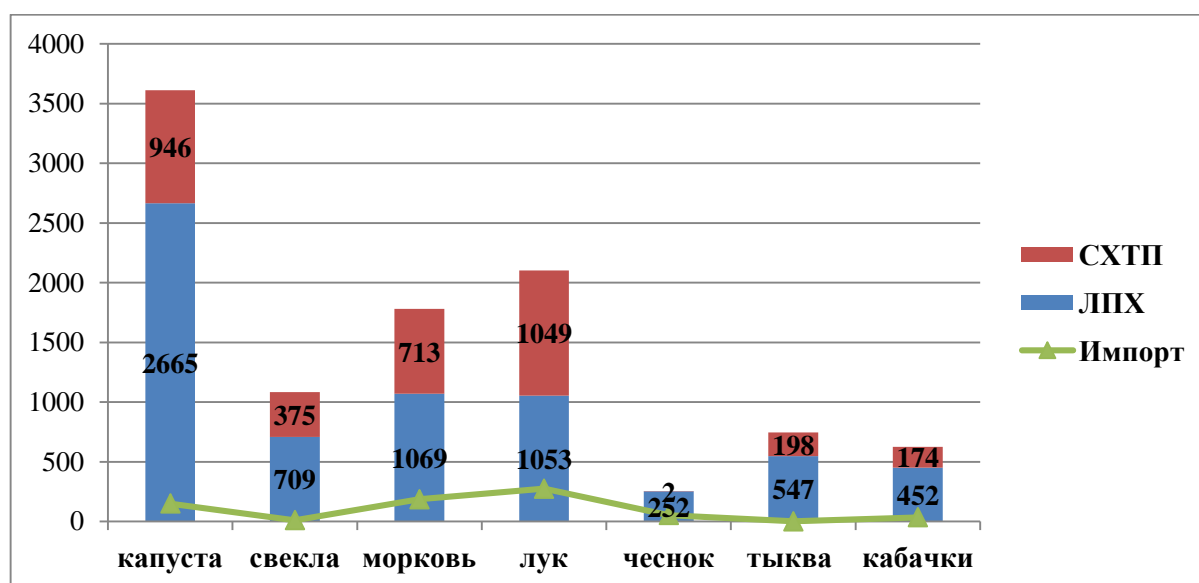


Рис. Структура производства и импорт овощей в Россию в 2015 г., тыс. т. [6]

Как видно из рисунка, основной объем внутреннего производства в овощеводстве страны формируют хозяйства населения, затем сельскохозяйственные товарные предприятия. Если рассматривать конкуренцию со стороны импорта, то уже сегодня она является незначительной: товарная импортозависимость резко колеблется по разным культурам и в среднем составляет 14-18%.

В последние годы произошло резкое изменение баланса внутреннего производства и импорта тепличных овощей, что указывает на высокие темпы роста отечественного овощеводства закрытого грунта, который был существенно поддержан антисанкционными ограничениями импорта в 2015-2016 гг.

Таким образом, динамика развития процесса импортозамещения в сегменте овощей защищенного грунта является достаточно существенной. Однако, высокая доля ЛПХ даже при сокращении товарной импортозависимости позволяет конста-



тировать наличие «свободной емкости» рынка, перераспределение которой будет происходить в условиях роста промышленного сектора тепличного овощеводства страны.

В условиях сокращения господдержки можно предположить, что выход в этот сегмент агрохолдингов, имеющих иную специализацию не будет активным, как это показывает пример ГК «Русагро» [4]. Реализация стратегии форсированного роста при сокращении субсидий приведет к повышению рисков отраслевых инвестиций для сельскохозяйственных организаций, удлинению сроков окупаемости проектов и т.д.

Тем не менее, развитие в условиях низкой конкуренции формирует реальную возможность для роста регионального агробизнеса в сфере тепличного овощеводства. Недостатком реализации данной стратегии является невозможность построения вертикально-интегрированных цепей закрытого типа и значительное увеличение масштаба производства, которые в перспективе позволили бы противостоять как импорту, так и крупным агрохолдингам, инвестиции в овощеводческий сектор для которых, станут более привлекательными. Тем не менее, развитие в этом направлении обеспечит формирование широкого слоя малых и средних предприятий в АПК Чеченской республики, занятость на которых позволит усилить социальную базу периферии региона, имеющей исторически традиционную аграрную специализацию.

С нашей точки зрения, развитие в товарно-рыночных нишах со значительным потенциалом роста является одним из немногих факторов, которые могут быть использованы региональным бизнесом в аграрном секторе экономики РФ. Потенциал замещения импорта постепенно исчерпывается. Сегодня ему на смену приходит возможность упрочения положения на рынке и расширения присутствия за счет вытеснения мелкотоварного производства. Завершение этой фазы будет характеризоваться возникновением более сбалансированной уже формационной структуры рынка при отсутствии условий и предпосылок для очередного прорывного роста.

В перспективе по мере восстановления господдержки и интереса к овощеводству в открытом грунте со стороны агрохолдингов, выход на рынок последних, вероятно, создаст риск очередного его перераспределения и вытеснения небольших предприятий промышленного сектора, которые могут не выдержать конкурентного давления.

Такие темпы роста стали возможны, не только благодаря сокращению импорта, но и введенная государством система двойного субсидирования проектов: возмещение 20% прямых капитальных затрат и субсидирование ставки по инвестиционным кредитам. За первые семь месяцев 2016 г. производство овощей выросла на 2/3 относительно аналогичного периода 2015 г. Все это позволяет заключить, что инвестиционная емкость этого сектора постепенно сжимается, а сам рынок овощей находится на пороге насыщения. Основой прирост производства тепличных овощей дает выращивание огурцов из-за высокой урожайности этой культуры и быстрой окупаемости проектов. Остальные культуры, включая томаты (мнее трети урожая тепличной продукции) в закрытом грунте возделываются в незначительных объемах. В силу этого, развитие в рамках данного сегмента может происходить именно по этим агрокультурам, которые занимают всего 35 тыс. га, формируя дефицит предложения.

Поэтому создание новых тепличных мощностей составляет одно из наиболее перспективных направлений развития растениеводства Чеченской Республики. На наш взгляд, сложившаяся конъюнктура рынка открывает принципиально новые возможности для развития агропроизводства республики, реализация которых может составить основу его последующей диверсификации, вектор которой будет заложен сегодня в рамках курса на замещение импорта.

Рассматривая возможности импортозамещения в АПК Чеченской Республики необходимо исходить из того, что в условиях возрастания конкуренции среди российских сельскохозяйственных товаропроизводителей, возникает две основные стратегии роста:

- развитие в экономически более рентабельных направлениях посредством создания вертикально-интегрированных холдинговых структур через реализацию крупных инвестиционных проектов;
- рост в менее конкурентных и менее насыщенных, но и недостаточно рентабельных направлениях, где рыночная активность крупных агрохолдингов незначительна.

Таким образом, развитие в менее насыщенных нишах тепличного овощеводства может обеспечить АПК Чеченской Республики возможности не только роста на внутреннем рынке, но и выход на рынки стран ближнего и дальнего зарубежья. Региональная проекция политики импортозамещения в АПК должна опираться не только на традиционную аграрную специализацию территорий, но и на особенности самого рыночного цикла развития различных сегментов растениеводства, уровень насыщения, концентрацию капитала, что позволит выстроить оптимальные стратегии дальнейшего роста. Одной из них является дифференцированное развитие производства несезонной овощной продукции, по которой на внутреннем рынке обозначился значительный дефицит по причине переключения агрохолдингов на инвестиции в более рентабельные проекты (производство огурцов и др.).

При этом, необходимо учитывать сложности вторичного импортозамещения со стороны дружественных стран, учет которых позволяет оценить возможности развития внутреннего производства. Например, в сегменте зелени (руккола, шпинат) закрытие Испании и Турции привело к быстрому исчерпанию замещающего их импорта из Египта, Ирана. Импорт из Китая и Африки является недостаточным по объемам и сопряжен с рядом трудностей по логистике.

На фоне локализации инвестиций в более рентабельные огуречные и салатные проекты, перспективы менее рентабельного, но устойчивого роста открываются в производстве томатов. Последнее, является более затратоемким, имеет длинный вегетативный цикл и традиционно высокую конкуренцию с импортом по причине лучшей транспортабельности томатов и высокого уровня развития этих рынков в основных странах – поставщиках (Южная Европа, Северная Африка).

Развитие АПК Чеченской Республики должно учитывать возможности стратегически гибкого вхождения в системные тренды импортозамещения и использовать возможности ускоренного развития в отдельных товарно-рыночных нишах, соответствующих аграрной специализации региона [3, с. 52]. При этом, важной является маркетинговая и финансовая проработка стратегия развития с учетом современной фазы рыночного цикла, конкуренции, динамики спроса и рисков, возникающих при дальнейшем изменении этих факторов, включая возможную отмену продовольственного эмбарго.

### **Список литературы**

1. Ахмедуев А. Проблемы и стратегические приоритеты социально-экономического развития субъектов Северо-Кавказского федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. – №34.
2. Гайрбекова Р., Назиров Д. Роль агропромышленного производства в социально-экономическом развитии Чеченской Республики // SCIENCE TIME. – 2016. – №5 (29).
3. Гасанов Н. АПК Чеченской Республики: проблемы и пути их решения // Экономика и эффективность организации производства- 2014. – №10.
4. Дятловская Е. «Русагро» отложила планы по выходу на рынок тепличного овощеводства // Агроинвестор. – 2016. – №11.
5. Малютин Л. Инвестиции в борщевой набор. Аграрии увеличивают производство овощей открытого грунта // Агроинвестор. – 2016. – №10.

### **ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФУЛФИЛМЕНТА КАК КОМПОНЕНТА ЦЕПИ ПОСТАВОК В СИСТЕМЕ МНОГОКАНАЛЬНОГО СБЫТА**

*Михайлюк М.В.*

доцент кафедры логистики и управления транспортными системами, к.э.н., доцент,  
Ростовский государственный университет путей сообщения,  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье автор раскрывает роль и значение фулфилмента в цепи поставок многоканального сбыта, подчеркивает возрастающую роль логистики в условиях развития и рыночного эволюционирования интернет-торговли.

*Ключевые слова:* фулфилмент, логистика онлайн-ритейла, интернет-торговля, интернет-магазин.

Фулфилмент представляет собой комплекс операций, выполняемых продавцом с момента оформления заказа до доставки купленного товара покупателю. В процессе эмпирически маркированного теоретического развития данного термина, более устоявшимся определением, как отмечает, в частности Д. Лобанов, является следующее: «фулфилмент – это комплекс процессов по обработке заказов для интернет-магазинов» [2, с. 46].

Эволюция рынка фулфилмента в России является достаточно стремительной. Его зарождение произошло в 2010 г., когда возникли первые операторы, открыто продекларировавшие готовность оказывать логистические услуги для интернет-магазинов. Их предшественниками являлись сервисы для дистанционной торговли, опыт которых формировался на работе с каталогами (одежда, книги) и далее был усилен крупными интернет-магазинами и курьерскими компаниями.

Ключевыми крупными операторами данного рынка являются Arvato, KupiVir, eTraction, «Бета продакшн», которые нарабатывали опыт в работе с каталогами, и транслировали его в работу с интернет – магазинами.

В настоящее время, значительную роль в развитии фулфилмент-сервиса играют международные 3PL-операторы, в частности компания Itella, которая в конце 2015 г. приобрела одного из лидеров российской курьерской доставки «Максипост».

Основным отличием фулфилмент-операторов является их подход к предоставлению сервисов, а также KPI, которые позволяют поддерживать качество услуг. Важное отличие составляет технология организации сервиса.

Развитие рынка фулфилмента играет важную роль в трансформации цепей поставок многоканальной торговли. Это требует практико-ориентированной переоценки текущих тенденций и направлений его дальнейшего развития в контексте особенностей трансформации самих цепей поставок.

Смещение исследовательского фокуса в эту плоскость обусловлено тем, что в отличие от моноканальных продаж, в многоканальных цепях поставок количество торговых звеньев меньше, а логистических больше. При этом, имеет место операционное усложнение логистики, сквозная интеграция магистральной логистики-фулфилмента – доставки на последней миле.

Именно развитие многоканальных продаж усиливает логистическую составляющую и ослабляет роль и значение «чистой» транспортировки, в рационализации которой более важной становится именно стыковка, синхронизация и управление всеми фазами товародвижения.

В современный период в значительной степени низкий уровень компетенций и неграмотность рыночного позиционирования выступают факторами игнорирования фулфилмент аутсорсинга. Между тем, рост онлайн-ритейла, ужесточение конкуренции и возрастание требований покупателей (быстрая, своевременная доставка) не позволяют рассматривать фулфилмент-провайдера как лишнее звено в многоканальной цепи поставок.

Отсюда, именно современный рыночный цикл развития онлайн-ритейла будет выступать катализатором расширения практики оказания профессиональных фулфилмент услуг, поскольку логистика становится фактором формирования конкурентного преимущества в онлайн-ритейле.

Слабость российских товаропроизводителей позволяет предположить, что в близлежащей перспективе на отечественном рынке не будут сформированы мощные конкурентоспособные цепочки поставок отечественной продукции, что предопределяет развитие кроссбордера, прежде всего, по каналам трансграничных маркетплейсов. В перспективе это может оказать воздействие на развитие отечественных онлайн-поставщиков, сокращение рыночного присутствия которых приведет к симметричному сжатию фулфилмент-услуг на российском рынке и их более узкому позиционированию.

Таким образом, современное развитие логистики интернет-торговли или многоканальной торговли находится под воздействием многих факторов. Онлайн-торговля стимулирует рост сервис-провайдеров, а ее институционально-рыночная коррекция соответственно изменяет предложение фулфилмента / логистики последней мили в зависимости от доминирующего на рынке B2B спроса и его структурного изменения.

То есть развитие в связке «многоканальная торговля – интернет-логистика» является высокорелативизированным и взаимообусловленным.

Особенностью современных многоканальных цепей поставок интеграция логистики, сквозное сопряжение которой имеет крайне важное значение. Как показывают результаты исследований Arvato Bertellsman, лишь пятая часть компаний электронной коммерции не требуют дополнительных услуг от своего фулфилмент-провайдера. Доминирующая часть бизнеса рассматривает фулфилмент как агрегатора последней мили, который предоставляет онлайн-поставщикам услуги достав-

ки до конечного потребителя, обработки платежей и контакт-центра. В большинстве случаев фулфилмент-операторы имеют партнерские отношения с операторами, предоставляющими услуги клиентского сервиса и курьерскими службами.

Таким образом, в системе многоканальной торговли развивается система интегрированной логистики. Ввиду ее операционной сложности и многоступенчатости (магистральная поставка – фулфилмент – доставка покупателю) происходит интеграция всех основных этапов логистического обслуживания на базе фулфилмент-провайдера.

Именно это позволяет рассматривать фулфилмент как базовое релевантное звено многоканальной цепи поставок, развитие которых сегодня продвигает потребность в оказании дополнительных сервисов, которые выходят за рамки функционала фулфилмент-провайдеров (клиентский сервис, поддержка сайта, онлайн-маркетинг).

В целом, в системе логистики многоканальной торговли можно выделить три базовых блока, посередине которых находится фулфилмент:

- управление цепями поставок: организация цепочки товародвижения, транспортный менеджмент, хранение и дистрибуция, ответственное хранение, послепродажное обслуживание, таможенное оформление;
- фулфилмент: приемка, хранение, обработка, комплектация и упаковка заказов, обработка возвратов;
- логистика последней мили: различные варианты доставки товара конечному потребителю.

Эффективность товароснабжения достигается при условии, если все три функционала будут интегрированы и органично взаимодействовать. Важно отметить, что в многоканальной торговле доставка точно в срок имеет значительно большее значение, чем в традиционных цепях поставок потребительского рынка.

Это обеспечивается не только за счет операционной эффективности логистики, но и за счет ее интеграции, то есть за счет правильной конфигурации логистики поставок. В настоящее время развитие интернет-магазинов идет в направлении консолидации всех второстепенных процессов, включая обработку и доставку заказов у одного надежного оператора.

В свою очередь, стратегии развития фулфилмент-операторов сильно дифференцированы. Одни компании ориентируются на сегментацию товарной категории, что позволяет выстроить однотипные процессы хранения, транспортировки, проверки товара на качество. Другие компании развивают сотрудничество с клиентами разных сегментов, что позволяет снизить риски сокращения оборотов (увеличение операционных издержек на единицу заказа) в периоды сокращения спроса, которое затрагивает лишь часть расширенной товарной линейки.

В системе многоканальной торговли логистика выступает сегодня фактором торможения ее роста. Мы наблюдаем ряд разнонаправленных трендов:

- рынок онлайн-ритейла стремительно развивается, а увеличение входящего товаропотока требует расширения логистической инфраструктуры и увеличение числа сервис-провайдеров;
- логистика выступает важным фактором развития онлайн-ритейла, поскольку рынок развивают не товары, а сервисы;
- в сфере онлайн-ритейла спрос значительно превышает предложение логистики, а само предложение является несистемным. При 40000 интернет-магазинах на рынке функционирует не более 40 сервис-провайдеров, среди которых основная часть не являются системными операторами, пришли на рынок из смежных ниш;

В силу имеющейся диспозиции несистемное предложение логистического сервиса в условиях слабой конкурентной среды рынка генерирует достаточно слабый стимул для улучшения качества логистического сервиса, в результате чего рынок фулфилмента развивается достаточно медленно.

Драйвером развития этого рынка может выступить появление новых проектов, конкурентоспособность которых будут стимулировать ускоренное «институциональное созревание» рынка, которое в близлежащей перспективе будет востребовано со стороны стремительно развивающегося онлайн-ритейла, роста оборотов трансбордера, выхода на рынок российских интернет-магазинов, частично развернутых в сторону экспорта.

Вместе с тем, существует ряд факторов, которые сдерживают развитие рынка.

Во-первых, интернет-магазины не располагают необходимым уровнем доверия к фулфилмент-операторов, рост которых напрямую связан с развитием онлайн-ритейла. Именно в силу такой эмпирически наличествующей связности отечественный рынок устойчиво развивается в сторону модели партнерских отношений, которая будет выступать основным драйвером развития e-commerce.

Во-вторых, развитие фулфилмента сопровождается повышением уровня информированности интернет-магазинов и перехода рынка в более цивилизованный формат. По мере роста конкуренции в интернет-логистике постепенное снижение цен сделает данные услуги более доступными для онлайн-поставщиков, что ускорит развитие логистического рынка и интернет-торговли в целом.

В-третьих, обработка заказов и подготовка к доставке со стороны фулфилмент-провайдеров составляет от 6 до 20% суммарных операционных затрат онлайн-поставщиков. При этом на рынке используются различные недостаточно прозрачные модели ценообразования с разным миксом вложенных условий, что дезориентирует компаний-продавцов.

В-четвертых, на рынке фулфилмента в силу его незрелости отсутствуют стандартизированные IT-решения. Основная часть операторов использует собственные наработки. При этом предложение стандартизированных пакетов решений несправедливо воспринимается как не кастомизированное предложение.

В-пятых, отдельные направления фулфилмента практически не развиты, в частности фулфилмент крупногабаритных грузов. Данная ниша практически не располагает технологиями и инфраструктурой для обслуживания крупногабаритных товаров, поскольку данный процесс является для фулфилмент-операторов и курьерских служб низкомаржинальным и технически сложным.

Сочетание данных факторов вызывает торможение в развитии рынка, что приводит к снижению эффективности и удорожанию стоимости логистического обслуживания онлайн-ритейлеров.

В отличие от традиционной системы товароснабжения, логистика вложена в бизнес-модель многоканальных продаж. В результате сокращения числа звеньев передаточным механизмом в обеспечении движения товаропотока является только логистика, которая имплементирована в самую бизнес-модель многоканальных продаж.

Таким образом, в рамках реконфигурации цепи поставок при переходе к модели многоканальных продаж логистика является стержневой основной последней по ряду причин:

– она обеспечивает сокращение издержек, более низкий уровень которых по отношению к офлайну, является условием существования самой модели;

– в рамках новой модели покупательского поведения в сети, логистика выполняет роль важного сервиса доставки и выступает как релевантная часть товарно-сервисного предложения на рынке;

– именно логистика обеспечивает поступательное развитие онлайн-рынка, поскольку маркетинговые задачи организации многоканального сбыта и повышения его результативности не аккумулируют критического объема сложностей, характерных для логистического обеспечения многоканальных продаж;

– и др.

#### **Список литературы**

1. Аутсорсинг услуг фулфилмента для электронной коммерции в России // По данным исследований Arvato Bertelsman. [Электронный ресурс]: [https://www.arvato.com/content/dam/arvato/documents/reports/russia-reports/arvato\\_fulfillment.pdf](https://www.arvato.com/content/dam/arvato/documents/reports/russia-reports/arvato_fulfillment.pdf) (дата обращения: 04.10.2016).

2. Лобанов Д. Фулфилмент в России: основные тренды и характеристики игроков // CRE Склады и логистика. – 2016. – №4.

3. Малюгин В. Pay Pal: онлайн-экспорт из России растет в два раза быстрее внутреннего e-commerce// Retail&Loyalty. – 2016. – №8 (62).

### **РИСКИ РЕСУРСНОГО ПОДХОДА ОСВОЕНИЯ АРКТИКИ<sup>1</sup>**

***Наумова Ю.В.***

ведущий научный сотрудник, канд. эконом. наук,  
ФИЦ «Информатика и управление» РАН, Россия, г. Москва

Исследуются проблемы, риски и обоснованность применения ресурсного подхода к освоению арктических территорий. Акцент делается на анализе рисков сырьевой зависимости национальной экономики, комплексного развития шельфовых месторождений нефти и газа, технологического отставания, экологических рисков, а также потенциальных рисков для арктической инфраструктуры.

*Ключевые слова:* Арктика, ресурсный подход, сырьевая зависимость, ресурсы региона, риски, арктическая инфраструктура.

В XXI в. российская Арктика становится наиболее приоритетным регионом нового освоения. По различным оценкам, в регионе сосредоточены значительные запасы полезных ископаемых – около 25 % мировых запасов нефти и газа, богатые запасы алмазов, золота, полиметаллических руд, платины, которые в перспективе могут стать ресурсной базой мировой экономики [1]. Кроме этого, высоко оцениваются транспортно-транзитный потенциал региона. Усиление международной конкуренции за права на освоение арктических ресурсов и судоходных маршрутов обуславливают необходимость опережающего развития Арктической зоны для обеспечения экономического и геополитического присутствия. Значение Арктики для России исключительно велико. Российская Арктика сегодня – это около 15% ВВП, а также 25% экспорта. В российской арктической зоне постоянно проживает около 2 млн. человек, существуют крупные населенные пункты – Норильск, Мурманск, Воркута.

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 15-29-06973).

Сложность дискуссий о стратегии дальнейшего развития Арктической зоны возникает из-за отсутствия четкого понимания образа будущего российской Арктике в долгосрочной перспективе. На современном этапе превалирует ресурсный подход к ее освоению. Предполагается, что арктические территории становятся главной ресурсной базой для добычи ценных полезных ископаемых, в первую очередь, нефти и газа, с последующей их транспортировкой, в том числе по эксплуатируемым и вновь построенным маршрутам потребителям в Европе и Азии. В контексте ресурсного подхода в настоящее время уже проводятся значительные работы по разведке месторождений, строительству арктической инфраструктуры, существуют пилотные проекты разработки полезных ископаемых (Приразломная, Ямал-СПГ).

Проблемы ресурсного подхода возникают из-за недостаточного понимания и, соответственно, оценки рисков такого освоения, причем не только на уровне практических расчетов, но и в концептуальном плане. Противоречия проявляются уже на стадии целеполагания в управлении развитием арктических территорий. Открыто, на самом высоком уровне заявляя о приоритетности задачи освоения минерально-сырьевой базы региона, руководство страны, тем самым, подтверждает свою приверженность сырьевой модели экономики.

Можно заключить, что во главу угла современной государственной политики в Арктике недальновидно ставится преимущественная эксплуатация ее сырьевой базы, а не задача комплексного развития региона, приоритетного заселения и закрепления населения арктических территорий с последующим восстановлением человеческого капитала. Тогда как залогом системного присутствия России на Севере и в Арктике является устойчивое территориальное развитие на основе постоянно живущего населения (идеально для жизни здесь приспособлены только коренные малочисленные народы Севера). В условиях, когда Россия испытывает вызовы, связанные с освоением арктических земель, пытается отстоять свой суверенитет над ними, она может чувствовать себя уверенно только в том случае, если на отдаленных территориях будут постоянно находиться ее граждане, преимущественно из числа постоянно живущего населения, адаптированного к местным климатическим условиям.

Есть и другая негативная сторона проявления риска сырьевой модели развития. По мнению экспертов Центра Сулакшина [2], сохранение сырьевой модели чревато не только слишком высокими рисками зависимости от конъюнктуры цен на нефть, исчерпанием традиционных месторождений, но и в первую очередь тем, что углеводороды в скором времени могут быть заменены альтернативными источниками энергии. По данным консалтинговой компании Wood Mackenzie спрос на бензин в США в ближайшие 20 лет снизится на 20% за счет ожидаемого перехода на электромобили, которые в свою очередь будут поставляться и по миру [3]. По самым мягким оценкам падение спроса может составить 5%, если доля электромобилей вырастет незначительно до 10%. Согласно совместному исследованию Имперского колледжа Лондона и организации Carbon Tracker Initiative в мировом масштабе рост спроса на нефть остановится уже через пять лет [4]. К 2040 г. солнечная энергия будет удовлетворять 23% мирового производства электроэнергии, а к 2050 г. – 29%. Именно это обстоятельство может привести к тому, что десятки открытых крупных и средних месторождений, в которые было вложено много средств, останутся невостребованными. Так, например, начало добычи на детально проработанном Штокмановском проекте отложено на весьма продолжительное



время – на 2025 г. и позднее. Начало добычи на Русановском и Ленинградском месторождениях в Карском море отнесено далеко за 2030 г. К тому времени ситуация с энергоресурсами на планете в целом может кардинально измениться [5].

Еще более сложным является вопрос комплексного развития шельфовых месторождений нефти и газа. В мировой практике практически отсутствуют примеры реализации проектов такого масштаба. Единственными в своем роде являются освоение нефтегазового месторождения Баккен на Аляске и платформа Приразломная в Баренцевом море, что конечно не может считаться надежной репрезентативной статистикой успеха. Существенные риски шельфовых нефтегазовых проектов вообще убедительно показала авария платформы Deepwater Horizon в мексиканском заливе, с достаточно гуманными климатическими условиями, сложившейся структурой нефтегазодобычи. По существу, на сегодняшний день нет эффективных методов борьбы с разливами нефти в суровых условиях Заполярья. В Арктике риски техногенных событий возрастают многократно из-за агрессивных природных условий, а их последствия могут оказаться катастрофическими для уязвимой арктической природы.

Реализация проектов по освоению арктического шельфа требует огромных инвестиций, современного оборудования и создания необходимой для освоения месторождений инфраструктуры, а также транспортно-логистических систем. По последним имеющимся данным, для освоения арктического шельфа понадобится не менее 500 млрд долл. Даже при цене нефти более чем в 100 долл [6]. США за баррель разведка на арктическом шельфе была не слишком активной. По оценке министра энергетики А. Новака [7], рентабельной добыча на российском арктическом шельфе будет при цене на нефть не ниже 70 долл. за баррель. Таким образом, освоение Арктики при текущих ценах на нефть представляется нецелесообразной. Именно ситуация на рынке энергоресурсов способствовала «заморозке» ряда проектов по освоению новых месторождений на шельфе.

К этому следует добавить, что в России нет собственных технологий для масштабной добычи ресурсов в Арктике. Для эксплуатации открытых еще в советское время гигантских месторождений (таких как Русановская и Ленинградская в Карском море) нет апробированных технологий добычи не только в России, но и в мире [5]. Изучение российского шельфа практически полностью зависит от иностранных технологий.

Освоение новых месторождений на арктическом шельфе – это всегда нахождение баланса интересов между государством и недропользователем. Государство выдает лицензии с целью разработки и вовлечения в хозяйственный оборот ресурсов и последующего сбора налогов, в свою очередь недропользователь стремится обеспечить себе приемлемую рентабельность проектов. Основная проблема арктических месторождений – это высокая капиталоемкость проектов, что существенным образом влияет на их инвестиционную привлекательность. В этой связи, государству необходимо формировать такие условия хозяйственной деятельности, которые обеспечат стабильность разведки и эксплуатации месторождений.

Основой этого могло бы стать развитие специфической институциональной среды для северных месторождений, по налогообложению, режиму эксплуатации, государственно-частному партнерству. В части совершенствования налоговых режимов по экспертным оценкам привлекательным представляется использование норвежского опыта, где для шельфовых проектов применяются персонализированные экономико-технологические модели учета доходов [8]. Такой способ выгодно

отличается от российского НДПИ, даже с учетом льгот по нему, поскольку с одной стороны дает шанс нефтегазовым компаниям окупить проекты, с другой – соблюдает государственные интересы.

Таким образом, ресурсное освоение российской Арктики – это, по сути, нахождение сложного баланса между рисками и получением доходов от точечного развития. В принципе такой взгляд на проблемы освоения и развития Арктики имеет право на существование, однако здесь следует вспомнить слова Е.М. Примакова: «...На большинстве месторождений приемлемую доходность уже обеспечивает цена 60 долларов за баррель, ЛУКОЙЛ заявил, что на месторождениях Западной Сибири добыча рентабельна даже при 25 долларах. Однако для трудноизвлекаемой нефти ситуация сложнее. На арктическом шельфе рентабельность добычи обеспечивается только при цене 100-120 долларов за баррель. Стоит ли нам в таких условиях форсировать добычу нефти на шельфе Ледового океана? Почему, при всей важности этого региона для России, не сделать паузу в освоении арктических нефтегазовых месторождений? Такую паузу уже сделали некоторые наши конкуренты: США пробурили последнюю скважину на арктическом шельфе в 2003 году, Канада – в 2005 году» [9].

Прибыльность освоения арктических месторождений может быть достигнута только в условиях комплексного освоения Арктики, при котором добыча полезных ископаемых несет мультипликативный эффект для многочисленных отраслей народного хозяйства, в первую очередь, машиностроения, судостроения, металлургии, авиационной промышленности, стройиндустрии, а также научной, технологической и инновационной сфер. В этом случае возможные убытки будут компенсированы экономическим развитием народного хозяйства. Приоритетом устойчивого развития Арктики должно стать обеспечение баланса между хозяйственной деятельностью, постоянным проживанием человека и сохранением уникальной окружающей среды региона.

### Список литературы

1. Российская Арктика: современная парадигма развития / под ред. акад. А.И. Татаркина. – СПб.: Нестор-История, 2014. – 844 с.
2. Сулакшин С.С., Кравченко Л.И. За бортом энергетики будущего// Россия Навсегда (rossiyanavsegda.ru). 20.06.2017.
3. Кузнецов А. Потребление бензина в США упадет на 20% из-за электромобилей // <http://www.rbc.ru/economics/20/06/2016/5767beea9a79477cf8fe3caf>
4. Expect the Unexpected: The Disruptive Power of Low-carbon Technology // [http://www.carbontracker.org/wp-content/uploads/2017/02/Expect-the-Unexpected\\_CTI\\_Imperial.pdf](http://www.carbontracker.org/wp-content/uploads/2017/02/Expect-the-Unexpected_CTI_Imperial.pdf)
5. Ампилов Ю. Перспективы нефтегазовой отрасли России // Промышленные ведомости. 2017. № 2 (апрель-май)/ <http://www.promved.ru/articles/?nomer=102>.
6. Закладка нового ледокола и закрытие аэродрома в Тикси // <http://www.arctic-info.ru/FederalMonitoringMedia/15-10-2012/the-keel-laying-for-a-new-icebreaker-and-closure-of-the-airport-in-tiksi/>
7. Фадеева А. «Роснефть» продвигается на Север// Ежедневная деловая газета РБК. 2017. № 58.
8. Шафраник Ю., Крюков В. Ресурсный джокер// Эксперт. 2017. № 5 (1015).
9. Примаков предлагает РФ сделать паузу в освоении арктического шельфа// <https://ria.ru/economy/20150113/1042426281.html>

## ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО ВЕКТОРА ТРАНСФОРМАЦИИ TENANT MIX В УСЛОВИЯХ РЕКОНЦЕПЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

*Нестеренко О.А.*

аспирант кафедры маркетинга и рекламы,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье представлено эмпирическое обобщение и анализ особенностей трансформации пула арендаторов торговых центров в условиях их активной реконцепции и отличительных особенностей развития региональных моллов и торговых центров городов-миллионников.

*Ключевые слова:* торговый центр, маркетинг, пул арендаторов, развлечения.

Современный этап развития торговых центров (ТЦ) в России характеризуется рядом тенденций, которые отражают особенности эволюции рынка торговой недвижимости в текущей уже более зрелой фазе его развития.

Реконцепция современных ТЦ формирует более сложные практики и схемы формирования и размещения арендаторов, сопряжение которого с досуговой составляющей торгового объекта обеспечивало бы его новое уникальное позиционирование на стремительно изменяющемся рынке.

«При составлении tenant-mix должны учитываться не только «драйвер» торговой группы (например, предусмотреть McDonald's для фуд-корта или Inditex для fashion-галереи), но и разнообразие брендов в группе и широту их ценового позиционирования. А это довольно сложная задача, особенно для региональных ТЦ, когда на всю Россию приходится, например, 17 брендов в сегменте «спорт» и 14 магазинов в сегменте детских товаров» [4, с.61].

Все это приводит к открытию ТЦ с идентичной структурой tenant mix, которые пространственно расширяются по стране по мере экспансии самих торговых сетей.

Другим диаметрально противоположным трендом становится развитие на периферии региональных торговых сетей, которые фактически замещают «якоря» по причине объективно отсутствующего разнообразия брендов.

Точное, но фрагментарно представленное в современном профессиональном менеджменте маркетинговое знание пересекающихся между собой товарных групп сегодня ограничено объективно малым числом брендов, комплиментарность которых имела бы какую-то адекватную маркетинговую синергию.

Таким образом, в региональном ритейле возникают новые торговые сети, география развития которых выходит за пределы шире региона их появления. Так, «в сегменте продуктов это Prisma (Санкт-Петербург), «Холидей Классик» (Сибирский федеральный округ), «МегаМаркт» (Уральский и Сибирский округа), «Самбери» (Дальний Восток), парфюмерный супермаркет «Золотое Яблоко» и т. д. В сегменте детских товаров – «Бубль Гум», дальневосточный оператор, который развивается также на территории Урала и Сибири. Крупнейшие региональные операторы бытовой техники и электроники – «Корпорация Центр» (Поволжье, Урал и Сибирь) и DNS (Дальний Восток).

Касательно торговой галереи, из федеральных игроков сегодня в регионах представлены такие сети, как Forward, Wrangler, Ralf Ringer, Finn Flare, Tom Taylor, зоомагазин «Ле'муррр» [3, с.61].

Вместе с тем, интеграция таких ритейлеров в ТЦ может характеризоваться рядом рисков:

- возможная несбалансированность товарного ассортимента сети может негативно влиять на уровень продаж в примыкающих к ней магазинах. То есть, результирующая конвергенция таких ритейлеров с другими арендаторами является крайне сложной;

- данные сети не точно идентифицируют своего потребителя, что осложняет подборку прилегающей к ним галереи, сокращая общий уровень конверсии в ТЦ.

В целом соотношение федеральных и региональных брендов в ТЦ зависит от региона – в среднем оно составляет 70:30. В условиях кризиса федеральные бренды рассматривают регионы как перспективное поле для дальнейшего развития, особенно в условиях перенасыщения рынка недвижимости, что предопределяет возможность открытия новых торговых точек на периферии.

При этом, маркетинговая стратегия пространственной диверсификации таких сетей строится на строгом численном экономическом обосновании, которое включает учет экономических показателей территории, численность населения, понимание экономики затрат каждой торговой точки и т.д.

На современном этапе развития ТЦ, несмотря на определенную девальвацию их трафикогенерирующей функции по сравнению с развлекательными форматами, формирование оптимального tenant mix определяется множеством факторов:

- формат «драйвера», который создает основной трафик в ТЦ. Например, уровень конверсии от размещения в ТЦ супермаркета будет выше, чем гипермаркета, особенно в районных ТЦ, которые имеют более высокий уровень чувствительности к формированию структуры пула арендаторов;

- разнообразие и уровень взаимодополнения товарных категорий, представленных в ТЦ;

- локация магазинов.

Например, можно оценить «пожелания потребителей и сформировали концепцию, которая удовлетворяет постоянные потребности как людей, живущих рядом (продукты питания, товары для дома и товары для детей), так и потребности постоянных транзитных посетителей» [4, с.62].

В городском пространстве имеют место иные императивы формирования tenant-mix, структура которого в целом является достаточно определенной, развитой, а выправление ее баланса происходит обычно естественным путем в процессе работы ТЦ без особых издержек. Здесь на первый план выходит пространственное размещение арендаторов в ТЦ, взаимодополняемые товарные группы которых должны иметь смежную локацию, что исключает возможность их диффузии по всему ТЦ.

При этом, более дорогие магазины Henderson или Pandora должны быть размещены на наиболее интенсивных потоках трафика, что обеспечит им достаточный объем продаж или их критическое сокращение при удалении от этой максимальной точки.

Важное значение также имеет разброс цен и глубина представленного ассортимента в разрезе отдельных товарных групп, которые могут быть значительно увеличены на большой площади ТЦ, которая допускает увеличение вариативности

магазинов. Более эффективным маркетинговым решением в более крупных ТРЦ сегодня выступают тематические зоны, примерами которых являются ТРЦ «Вегас», в котором одновременно концентрируются «золотая улица» с luxury-брендами, «восточный базар» и «сити» [4, с. 63].

Перемещение в эту зону позволяет автоматически переключить фокус внимания покупателя на принципиально новое и отличное товарное предложение, что стимулирует совершение новых покупок и дополнительное повышение конверсии ТЦ.

Заметим, что подборка пула арендаторов в районных ТЦ должна обеспечивать не только выполнение функции привлечения трафика в узкой зоне локации, но и перераспределение его из соседних зон за счет создания более сильных «драйверов», ради которых посетитель готов приехать в ТЦ из соседнего района.

Все это позволяет констатировать, что несмотря на возрастание значимости процесса реконцепции ТЦ и расширение в них неторговой составляющей, увеличение маркетинговой синергии tenant-mix является крайне важным, особенно по мере дальнейшей эволюции и репозиционирования ТЦ.

Выход новых брендов и ритейлеров в регионы сопровождается предельно точной оценкой экономической результативности такой экспансии, особенно в условиях кризиса, сжатия покупательского спроса и его миграции в нижние ценовые сегменты. В таких условиях наиболее активно в регионы продвигаются продуктовые ритейлеры, дисконт – концепции («Дикси», «Магнит» и др.), которые ориентированы на покрытие спроса в продуктах питания, который имеет более низкий показатель сжатия по сравнению с более дорогими тратами на товары не первой необходимости.

Априори можно предположить, что в перспективе по мере восстановления экономики и уровня потребительского бюджета домохозяйств, формируемая в кризис в региональных ТЦ структура tenant mix из продуктовых якорей окажется менее привлекательной, что вызовет очередную волну ротации их состава. Все это указывает на то, что происходящие в период кризиса подвижки в перспективе не обеспечат статического закрепления пула арендаторов, который также будет изменяться.

Одновременно с продуктовым ритейлом в регионы продвигаются более дорогие, например одежные бренды, потенциал развития которых даже в период кризиса, определяется узнаваемостью торговой марки, лояльностью потребителей, маркетинговой и рекламной политики бренда. Например, на днях в ТРЦ «Тюмень Сити Молл» открылось сразу семь флагманских магазинов крупнейших международных fashion-брендов: H&M, Reserved, Reserved Kids, Mohito, CroppTown, House, Sinsay» [4, с. 63].

Данный пример является маргинальным и в целом, прецедентным – не отражает общей логики трансформации маркетинговых стратегий развития основной части ритейлеров, которые проредили свой ассортимент и увеличили в нем долю менее дорогих товарных позиций, активизировали сбыт отечественной продукции и товаров под собственной торговой маркой.

Оценивая особенности современной трансформации пула арендаторов в ТЦ, важно выделить также тенденцию обновления самих торговых форматов, которая характеризуется появлением преимущественно гибридных ТЦ: региональный ТЦ замещается суперрегиональным, а районный – окружным. Этот процесс принципиально отличается от европейской практики, где суперрегиональный ТЦ может воз-

никнуть на большом удалении от города – в России такой ТЦ окажется не рентабельным из-за низкой плотности населения.

Текущее обновление формата ТЦ не является радикальным, сопровождается увеличением доли HoReCa, новыми форматами развлечений, связка которых не образует концептуально новый ТЦ, поскольку такая новация может быть не принята потребителем, и, в этом смысле является рискованной. Процесс обновления не является быстрым, он весьма консервативен, особенно на фоне вызванной кризисом стагнации продаж классических непродовольственных товаров. В условиях фиксированной кризисом емкости рынка ввод нового ТЦ вызывает перераспределение покупательского трафика и снижение результативности работы действующих классических ТЦ.

Все это указывает на наличие жесткого конкурентного напряжения, в условиях которого эмпирически отлаженные и некогда проверенные временем коммерческие концепции классических ТЦ сохраняют свою эффективность и работоспособность только на отдельных локальных рынках, где низкий уровень конкуренции сосуществует с дефицитом качественных торговых площадей.

#### **Список литературы**

1. Бодрова И., Майоров И. Покупатель получает все. // CRE Retail 2017. № 50. Октябрь.
2. Евплова Д.А. Новый формат фуд-корта как ключевое конкурентное преимущество современного торгового центра // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам Сборник научных статей. Институт управления, экономики и финансов КФУ. 2016.
3. Камазинская Е. TENANT-MIX в регионах: эффективно и грамотно // CRE Retail 2017. № 46. Май.
4. Львова В. Синергия операторов – основа высоких продаж в ТЦ // CRE Retail 2017. № 4. Июнь.

### **К ВОПРОСУ ОБ АГЕНТАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ<sup>1</sup>**

**Оборина Е.Д.**

доцент кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории, к.э.н.,  
Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Пермь

В статье рассматриваются агенты региональной кластерной политики. Особое внимание уделено выделению агентов на различных уровнях управления кластерным развитием территорий.

*Ключевые слова:* кластерная политика, агенты кластерной политики, органы государственной власти, компании, университеты.

Кластерная политика является эффективным инструментом регионального развития. Важную роль в процессе разработки и реализации кластерных программ играют агенты, активные участники и лица, заинтересованные в результативности

---

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Эффективность кластерного пространственного развития региона в условиях перехода к инновационной экономике» №16-12-59011

развития кластерных структур.

Анализ зарубежной литературы свидетельствует о том, что понятие «агентов кластерной политики» не достаточно изучено. Говоря об агентах, зарубежные специалисты лишь выделяют сферы, в которых они должны быть представлены, а именно, государственный сектор и бизнес-среда. Ряд ученых обращает внимание на отнесение к агентам региональной кластерной политики помимо органов государственной власти и частных структур, представителей образовательного сектора.

В работе «Cluster Policy: Ways to Link Theory and Political Implementation: Model Annex A: Comment of the Model for Cluster Policy for the Regional and Local Level» Беннер М. выделил агентов региональных кластерных программ на различных уровнях управления, международном, национальном, региональном и локальном (таблица) [1].

Таблица

**Агенты кластерной политики на различных уровнях управления**

<b>Уровень Агенты</b>	<b>Международный</b>	<b>Национальный</b>	<b>Региональный</b>	<b>Локальный</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Компании	Ведущие международные компании Другие международные компании	Национальные ведущие компании Другие национальные компании	Ведущие региональные компании Другие региональные компаний (в том числе малые и средние предприятия) Региональные филиалы компаний	Местные ведущие компании Другие местные компании (в том числе малые и средние предприятия) Местные филиалы компаний
Ассоциации	Международные ассоциации	Национальные ассоциации Национальные торгово-промышленные палаты	Региональные торговые ассоциации Региональные бизнес-ассоциации Региональные отделения национальных ассоциаций Региональные отделения торгово-промышленных палат	Местные торговые ассоциации Местные бизнес-ассоциации Местные отделения национальных или региональных ассоциаций Местные отделения торгово-промышленных палат
Гос. агенты	Межгосударственные органы (например, комиссии ЕС) и партнерские агентства и учреждения Государственные банки различных стран (в том числе государственные венчурные компании)	Министерство науки Министерство национальной промышленности Министерство национальных технологий Национальное инвестиционное агентство	Администрация главы регионального правительства Департамент по развитию науки Департамент по развитию промышленности	Муниципальные департаменты по развитию бизнеса в городах и селах Муниципальные департаменты по развитию бизнеса в округах и районах

1	2	3	4	5
		Национальное агентство поддержки экспорта Национальные государственные банки (в том числе национальных государственных венчурных компаний)	Региональное агентство передачи технологии Региональное инвестиционное агентство Региональное агентство по развитию экспорта Региональный научный фонд или фонд экономического развития	Муниципальные департаменты по развитию бизнеса в округах и районах Местные агентства по передаче технологии Местные научные фонды или фонды экономического развития Местные банки, включая венчурные компании Местные отделения торгово-промышленных палат Местные отделения центра занятости
Университеты, образовательные и учебные заведения, научно-исследовательские институты	Международные научно-исследовательские институты в области кластерной политики Международные научно-исследовательские институты со знаниями, актуальными для кластера Международные университеты, включая их школы, институты и кафедры Другие международные образовательные и учебные заведения	Национальные научно-исследовательские институты в области кластерной политики Национальные научно-исследовательские институты со знаниями, актуальными для кластера Национальные университеты, включая их школы, институты и кафедры Другие национальные образовательные и учебные заведения	Региональные научно-исследовательские институты в области кластерной политики Региональные научно-исследовательские институты со знаниями, актуальными для кластера Региональные университеты, включая их школы, институты и кафедры Другие региональные образовательные и учебные учреждения	Местные научно-исследовательские институты в области кластерной политики Местные научно-исследовательские институты со знаниями, актуальными для кластера Местные университеты, включая их школы, институты и кафедры Другие местные образовательные и учебные заведения
Кластерные инициативы	Не выделено в международной практике	Не выделено в международной практике	Региональные структуры управления кластером	Местные структуры управления кластером
Другие агенты	Международные консалтинговые агентства Международные частные банки	Национальные консалтинговые агентства Национальные частные банки	Региональные консалтинговые агентства	Местные консалтинговые агентства



1	2	3	4	5
	Специализированные международные венчурные компании	Специализированные национальные венчурные компании	Региональные частные банки, включая региональные венчурные компании. Специализированные региональные венчурные компании, включая «бизнес-ангелов» Региональные отделения профсоюзов	Местные частные банки, включая местные венчурные компании. Специализированные региональные венчурные компании, включая «бизнес-ангелов» Местные отделения профсоюзов

**1. Органы государственной власти.** Эта группа включает в себя правительственные структуры на всех уровнях государственного управления, в том числе муниципальном. Энрайт М. считает, что именно агенты муниципального уровня могут стать инициаторами развития региональных кластерных структур [2].

**2. Компании.** Данная группа включает организации, являющиеся участниками кластерной структуры.

**3. Ассоциации.** Агентами кластерной политики могут быть торговые, образовательные и бизнес-ассоциации.

**4. Образовательные структуры.** К данной группе относят университеты, исследовательские институты, научно-технические центры, которые отвечают за генерирование знаний и оказывают помощь компаниям в создании инноваций.

**5. Кластерные инициативы.** Кластерные инициативы – это формализованные сети или «институты для сотрудничества». Если эти институты формально закреплены в регионе, то они будут и в будущем инициаторами развития и продвижения новых кластеров. Кластерные инициативы могут финансироваться государством, частными компаниями (т.е. учредительными компаниями и другими негосударственными агентами) по отдельности или совместно [3].

**6. Другие агенты.** К данной группе относят страховые фонды, профсоюзы, банки, венчурные компании, консалтинговые организации, аудиторские агентства, которые могут содействовать развитию кластерных структур.

В целях повышения эффективности разработки и реализации кластерной политики на международном, национальном, региональном и локальном уровнях, на наш взгляд, необходимо активное участие всех представленных агентов. Должна быть сформирована система участников с четким закреплением за каждым целей и задач, принципов взаимодействия, а также реализуемых инструментов воздействия на развитие кластерных структур.

### Список литературы

1. Benner M. Clusterpolitik: Wege zur Verknüpfung von Theorie und politischer Umsetzung: Modellanhang A: Tabellen zum Modell der Clusterpolitik für die regionale und lokale Ebene. (Cluster Policy: Ways to Link Theory and Political Implementation: Model Annex A: Comment of the Model for Cluster Policy for the Regional and Local Level), 2012 URL: [http://www.geog.uni-heidelberg.de/md/chemgeo/geog/forschung/wiso\\_clusterpolitik\\_modellanhang\\_a.pdf](http://www.geog.uni-heidelberg.de/md/chemgeo/geog/forschung/wiso_clusterpolitik_modellanhang_a.pdf) (дата обращения: 15.08.2017).

2. Enright M. J. The globalization of competition and the localization of competitive advantage: policies toward regional clustering. In: Hood, N., Young, S. (eds): The Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development. London: Macmillan, 2000, pp. 303-331. URL: [http://link.springer.com/chapter/10.1057%2F9780230599161\\_13#page-1](http://link.springer.com/chapter/10.1057%2F9780230599161_13#page-1) (дата обращения 01.08.2017).

3. Solvell Ö., Lindquist G., Ketels C. The Cluster Initiative Greenbook. Bromma tryck AB, Stockholm, 2003 URL: <http://cluster.hse.ru/doc/getpdf.pdf> (дата обращения 24.09.2017).

## **ОСОБЕННОСТЬ РАЗРАБОТКИ ТОВАРА КАК ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА**

*Плохов С.А.*

студент третьего курса экономического факультета,  
Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, г. Санкт-Петербург

В статье раскрывается теоретический аспект процесса разработки товара; дается качественная оценка каждой его стадии, сопровождающаяся аргументами, подчеркивающими актуальность составления грамотной политики разработки продуктов; составлена таблица, в которой отражена зависимость ключевых показателей фирмы и товара на разных уровнях его жизненного цикла.

*Ключевые слова:* разработка товар, инновационный товар, жизненный цикл товара, управление маркетингом, ценность потребителя.

Под товаром мы подразумеваем все то, что способно удовлетворить человеческую потребность. Это могут быть физические объекты, услуги, лица, места, организации и идеи. Товарная единица – обособленная целостность, характеризующаяся показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами [1].

Разрабатывая товар, фирма должна воспринимать его идею на трех уровнях. Первый из них – товар по замыслу. На этом уровне фирма должна задаться вопросом: какую именно потребность необходимо удовлетворить. При этом нужно продавать не свойства этого товара, а выгоды, которые потребитель получит от его покупки.

Далее разработчик представляет товар в реальном исполнении, который обладает пятью характеристиками: уровнем качества, набором свойств, специфическим оформлением, марочным названием и специфической упаковкой.

Затем фирма может «украсить» товар в реальном исполнении дополнительными выгодами и услугами, например, доставку на дом, гарантию возврата денег и другие. Вкупе это называют товаром с подкреплением. Для того чтобы быть более успешной, фирме необходимо постоянно работать над предложением различных подкреплений к своему товару.

При выводе товара на рынок перед фирмой также стоит вопрос о присвоении продукту коммерческого символа и индивидуальной упаковки. Если товар позиционируется как марочный, то он связывает новый продукт с ассортиментом фирмы, прикидывает качество, знает, можно доверять ему или нет.

По нашему мнению, такой вариант подходит для фирмы с хорошим имиджем и «чистой историей». Однако одновременно возникают и риски: если продукт не понравится потребителям, то эта негативная оценка подсознательно будет перехо-

доть и на другие марочные товары фирмы. В этом случае можно поразмышлять о продаже товара через марку посредника (частную марку). Товары без марок привлекают меньше всего внимания, однако могут подойти для потребителей с низким уровнем дохода: такая продукция имеет более низкую цену за счет сокращения издержек на рекламу и упаковку.

Однако обычного производства недостаточно, чтобы обеспечить себе устойчивый фундамент потребителей: фирма должна уметь создавать новые товары. Любой товар проходит через четыре стадии: этап выведения на рынок, этап роста, этап зрелости и этап упадка. Наличие такого жизненного цикла показывает, что перед фирмой оказывается две проблемы: фирма должна разрабатывать новые товары, которые заменят на рынке находящиеся в упадке, и фирме необходимо эффективно работать с существующими товарами. Для успешного функционирования на рынке компания должна найти баланс между двумя этими крайностями.

Процесс разработки новых товаров тоже содержит в себе некое противоречие: изобретать новшество необходимо, однако шансы на успех минимальны, вследствие его возникают неоплачиваемые издержки и отставание от конкурентов.

В основе разработки нового товара лежит идея, поиск которой необходимо осуществлять систематически. Самым логичным выглядит вариант поиска новых идей, который основывается на потребителях: изменение потребностей можно отслеживать, например, помощью маркетинговых исследований. За помощью можно также обратиться и к представителям науки: ученым, изобретателям, лаборантам.

На следующем этапе все неудачные идеи должны быть отсеяны. Такой отбор должен происходить в соответствии со стратегическими целями и задачи фирмы.

Затем идеи переформируются в замыслы товаров. Разграничивают идею товара, его замысел и образ. Идея товара – это общее представление о возможном товаре, который фирма могла бы, по ее мнению, предложить рынку. Замысел товара – проработанный вариант идеи, выраженный значимыми для потребителя понятиями. Образ товара – конкретное представление, сложившееся у потребителей о реально существующем или потенциальном товаре [1, с. 204]. Проверка замысла товара проводится с помощью целевой аудитории, которой демонстрируют замысел продукта (макет, чертеж и т.п.). С помощью специальных вопросов фирма получает информацию, обработав которую уже может принять решение относительно будущего данной продукции.

Отметив замысел товара, который добился лучшего результата в результате взаимодействия с целевой аудиторией, фирме необходимо разработать маркетинговую стратегию по выходу на рынок.

Следующий шаг подразумевает оценку привлекательности делового предложения: расчеты рентабельности, анализ объема продаж, чтобы сделать вывод о том, насколько выпуск нового товара соответствует целям и возможностям фирмы. В случае, когда полученные результаты удовлетворяют фирму, осуществляет переход к разработке товара.

Замысел товара трансформируется в реальный товар в ходе НИОКР. Сначала разрабатываются прототипы, которые дают ответ на вопрос о реальной возможной рентабельности товара как с технической точки зрения, так и с коммерческой. Затем запускается процесс испытания прототипа в лабораторных условиях или же с привлечением людей.

Этап пробного маркетинга подразумевает отбор некоторой малой части рынков, на которые помещается продукция с целью получения информации о ней в реальных рыночных условиях, фирма вносит корректировки в соответствии с отзывами клиентов.

Получив необходимый объем информации, фирма принимает решение о развертывании коммерческого производства. Если фирма решила это делать, ей необходимо ответить на вопросы: когда, где, кому и как предлагать товар.

При производстве новой продукции фирме необходимо оценить конкурентоспособность выводимого на рынок товара. Под конкурентоспособностью товара мы будем понимать способность товара к реализации, определяемую потребителями на основе характеристик товара.

Одним из факторов, определяющих конкурентоспособность товара, является показатель степени удовлетворения потребности покупателя (CSI). Также на конкурентоспособность влияют и маркетинговые возможности фирмы: возможность поставить цену, которая будет привлекать потребителя целевой аудитории, удобство покупки, сервис.

Финансовые показатели фирмы, расходы на маркетинг и его задачи на различных этапах жизненного цикла товаров имеют свои отличия.

Таблица

**Стадии ЖЦТ и основные параметры фирмы**

Стадии ЖЦТ Параметр	Выведение товара на рынок	Рост	Зрелость	Упадок
Продажи	небольшой объем	быстрый рост объем	стабильный объем	снижение объем
Прибыль	отсутствует	резкий рост	стабильна/снижается	снижается/ отсутствует
Потребители	новаторы	ранее большинство	позднее большинство	аутсайдеры
Конкуренция	низкая	усиливается	стабильно снижается	снижается/конкуренты уходят с рынка
Расходы на маркетинг	очень высокие	высокие	снижение затрат	низкие, но не нулевые
Задачи маркетинга	сократить время	максимизация прибыли	защита доли рынка	поддержание имиджа, связи с потребителями

#### Список литературы

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. : Пер. с англ. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2011. 175 с.

## ОСНОВОПОЛОЖНИКИ РУССКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

**Пузанов Ю.Ю.**

студент, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

**Шевцов В.В.**

профессор кафедры институциональной  
экономики и инвестиционного менеджмента, д-р экон. наук,  
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

В статье исследуется глобальная проблема о сущности, методических особенностях и значении русской экономической школы. Выявлена специфика российской экономической науки и ее вклад во всемирную историю. Названы имена наиболее ярких ее представителей.

*Ключевые слова:* экономическая теория, экономическая мысль, Россия, экономическая школа.

Процесс становления и развития отечественной экономической школы связан со спецификой социально-экономического развития, экономического и географического положения России. В Древней Руси экономическая мысль формировалась одновременно с развитием экономических отношений. При этом долгое время она существовала в неразрывной связи с морально-этическими, религиозными, правовыми представлениями, вследствие чего русское экономическое наследие периода X-XV веков представлено в основном общеисторическими памятниками. Выдающимся источником знаний об общественной мысли данного периода является «Русская Правда», представляющая собой сводный гражданский закон и официальный акт, отражающий быт, сложившийся в русских торговых городах в IX – XII веках.

Проблемы экономического развития России XVI века наиболее заметно проявлялись в идеях И. Пересветова, Ермолая-Еразма. Во второй половине XVI века на Руси возникли и получили последующее развитие ереси, что было обусловлено углублением социального неравенства, усилением феодальной эксплуатации и гнета церкви [1, с. 370].

Конец XVII – начало XVIII века характеризуются как эпоха первоначального накопления капитала. В результате усиления специализации сельскохозяйственного и ремесленного производства развиваются и товарно-денежные отношения, формируется всероссийский рынок и единое экономическое пространство. В этот период представители российской экономической мысли (А.Л. Ордин-Нащокин, В.Н. Татищев, И.Т. Посошков и др.) отходят от односторонней позиции западных меркантилистов, которые отстаивали в развитии своих стран преимущество активного торгового баланса.

Русская экономическая мысль выступает с более широких позиций в экономическом развитии страны периода XVII – XVIII веков. И.Т. Посошков считал, что источником богатства являются торговля, ремесло, производство [2, с. 98-102].

Конец XVII – начало XVIII века характеризуются как эпоха первоначального накопления капитала. В этот период представители российской экономической

мысли (А.Л. Ордин-Нащокин, В.Н. Татищев, И.Т. Посошков и др.) отходят от односторонней позиции западных меркантилистов. Представителям отечественной экономической мысли было не свойственно отождествление богатства с деньгами. В этом проявляется особенность экономических взглядов русских мыслителей того времени.

Вопрос о вмешательстве государства в народнохозяйственную жизнь получил в России довольно значительную проработку. На первом месте мы должны указать в этом отношении на сочинение профессора Иванюкова: «Основные положения теории экономической политики». Сочинение это появилось первоначально в «Русской мысли», а потом вышло отдельной книгой, в двух изданиях. Книга не свободна от некоторых недостатков; в ней встречаются и довольно важные противоречия; но она написана живо, талантливо. Эта школа «признает необходимость компромиссов между принципом справедливого распределения и требованием возможно большего производства.

Не менее важны труды русских экономистов и в области железнодорожного хозяйства. Говоря это, мы имеем в виду исследования г. Головачева и профессора Чупрова. История железнодорожного дела в России, появлявшаяся первоначально в «Сборнике государственных знаний» и вышедшая потом отдельной книгой, является незаменимым пособием для каждого, интересующегося историей сооружения российских рельсовых путей. Уважаемый автор этого превосходного исследования приходит к следующим заключениям (заметим, что хронологический предел Истории железнодорожного дела в России составляет 1873 год). К 1879 году сумма акционерного капитала железнодорожных компаний, принадлежащего частным лицам, исчислялась 482 493 428 руб., долги же государству составляли 525 193 321 руб., т.е. превышали совокупность акционерных капиталов на 42 789 894 р. «Но так как реализация акций производилась далеко не по номинальной их стоимости, а лишь за 70-80%, то из акционерного капитала придется скинуть еще добрые 100 миллионов рублей, и тогда окажется, что у акционеров не имеется обеспечения и на 2/3 рубля правительственного долга, не говоря уже о сумме облигационного капитала». С 1879 года долги железнодорожных обществ быстро возрастали и г. Головачев имел все основания подвергнуть решительному осуждению существующую систему железнодорожного хозяйства. «Сооружение рельсовых путей», – говорит он, – и их эксплуатация «суть удовлетворение одной из самых насущных потребностей государственной жизни и по количеству необходимых затрат должны сохранить за собою монопольный характер. Если же для удовлетворения какой-либо общественной потребности нельзя вызвать свободного соперничества, которое бы могло гарантировать интересы частных лиц и правительства, то ясно, что удовлетворение потребности не может быть предоставлено частной предприимчивостью, а, напротив, должно составлять необходимую функцию правительства». Г. Головачев ясно видит недостатки российской администрации вообще и не скрывает того, что они могут развернуться с большою силой при казенном заведывании рельсовыми путями. Строгий выбор образованных людей во главе управления железнодорожным хозяйством и гласный, не административный только, но и общественный контроль за их деятельностью предохранят, однако, от административных злоупотреблений. Подтверждением взгляда г. Головачева может служить Пруссия: в этом государстве, как известно, много железнодорожных линий пере-

шло в руки казны, и управляются эти дороги превосходно, принося правительству значительный доход.

Сопоставляя приведенные выше данные и заключения, которые находятся в исследованиях русских экономистов, невольно приходишь к печальным выводам относительно положения российского народного хозяйства в те времена. Один общий упрек можно, по нашему мнению, сделать русским экономистам: они мало популяризируют научные истины. Такие мысли имели место в то время. Углубляясь в трудный частный вопрос, отдаваясь исследованию какого-либо мирового явления, русский ученый забывает нередко, в какой среде, при каких условиях приходится ему действовать. Масса общества отстает от движения научной мысли, так как между этой мыслью и средним русским человеком часто не бывает посредника. Авангард ушел далеко вперед, но главная армия движется медленно, и вот в тылу авангарда начинаются на эту армию назойливые партизанские наезды. Богатство народное умножается от бумажных денег, – настойчиво и не без успеха твердят в одной стороне, – так поставьте паровую машину для создания этого национального богатства в экспедицию заготовления государственных бумаг. Запретите привоз иностранных товаров, – слышатся другие голоса, – и наша фабричная промышленность пышно расцветет. «В русском обществе мало политико-экономических знаний, и поэтому всякая вздорная, но с апломбом ведущаяся пропаганда вносит в умы путаницу понятий. Мы не хотим, конечно, сказать этим, что все ученые специалисты должны сами популяризировать результаты собственных и чужих исследований: на это требуется особое расположение и талант» [2, с. 98-102].

Закончить наше исследование о наиболее ярких представителях российской экономической мысли, о сути оценок ее развития хочется словами С. Булгакова о необходимости собственного преобразования, т.е. использования каждым из нас божественного дара – способности к Творчеству и гордости за свою страну.

#### **Список литературы**

1. Боровикова Т.В., Филинов В.А. История экономической мысли России: учебник и практикум для бакалавров и магистров. Смоленск: Универсум, 2014. 370 с.
2. Боровикова Т.В. Вклад А.С. Посникова в развитие отечественной экономической мысли // Региональные исследования. 2010. № 4. С. 98–102.
3. Булгаков С. Н. История экономических и социальных учений. – М.: Астрель, 2006. – 988 с.
4. Лакатос И. История науки и её рациональные реконструкции // Структура и развитие науки. – М.: Прогресс, 1978. – С. 203.
5. Ломоносов М.В. Полн. Собр. Соч. М.; Л., 1959. Т.6. С. 478.
6. Посошков И. Т. Книга о скудости и богатстве. Изд-во: Наука ISBN: 2004. С. 407.
7. Шумпетер Й.А. История экономического анализа: СПб.: Экономическая школа, 2004. Т.3. 624 с.
8. Ярошевский М. Г., Юревич А. В., Аллахвердян А. Г. Программно-ролевой подход и современная наука // Вопросы психологии. – 2000. – № 6. – С. 40.
9. Цвайнерт Й. История экономической мысли в России 1805-1905. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 410 с.

# МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ МЯСА И МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Ремета А.А.**

соискатель кафедры коммерции и логистики,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье автор проводит маркетинговый анализ рынка мяса и мясной продукции в условиях не только кризисной более длительной по времени деформации рынка, но и изменения структуры потребления мясной продукции, формирования новых вкусовых предпочтений.

*Ключевые слова:* рынок мяса и мясной продукции, спрос, структура потребления, колбасная продукция, бренды.

Современная трансформация маркетинговых стратегий развития на рынке мяса и мясопродуктов происходит под давлением снижения покупательной способности населения и изменения структуры потребления, которая теперь определяется новыми вкусовыми предпочтениями потребителей, в приоритете которых лежит стремление к здоровому питанию и мясные продукты (охлажденные полуфабрикаты), которые отличаются высокой степенью готовности к кулинарной обработке.

Важно отметить тот факт, что не конкуренция, а именно подвижность спроса и модели покупательского поведения, изменение структуры потребления вызывает наиболее существенные изменения со стороны предложения мяскоколбасной продукции.

Оценивая особенности развития конкуренции на рынке мяса и мясной продукции, Корнеев К. отмечает, что «накал страстей» здесь «определяется не столько активностью производителей (рекламные кампании, вывод новых продуктов и т. д.), сколько изменением потребления со стороны населения. Например, снижение спроса на колбасные изделия автоматически приводит к росту предложения свинины в другие каналы продаж, а значит обострению ценовой конкуренции» [3, с. 17].

«На фоне снижения реально располагаемых денежных доходов населения в 2015–2016 гг. спрос на мясо сократился. Важной тенденцией стало перераспределение потребительских предпочтений в сторону более дешевого куриного мяса. Потеря прежних рыночных позиций побудила ведущих производителей свинины к ценовому демпингу» [3, с. 17].

На этом фоне, в 2012-2016 гг. на рынке сформировалась устойчивая тенденция сокращения объема продаж колбасных изделий с 2,52 млн. т в 2012 г. до 2,41 млн. т в 2016 г., то есть на 4,4% (рис. 1).

Структура рынка колбасных изделий также сформировалась под воздействием фактора доступности продукции населению, на что указывает высокая доля более дешевых вареных колбас при сокращении спроса на дорогие копченые колбасы (рис. 2).



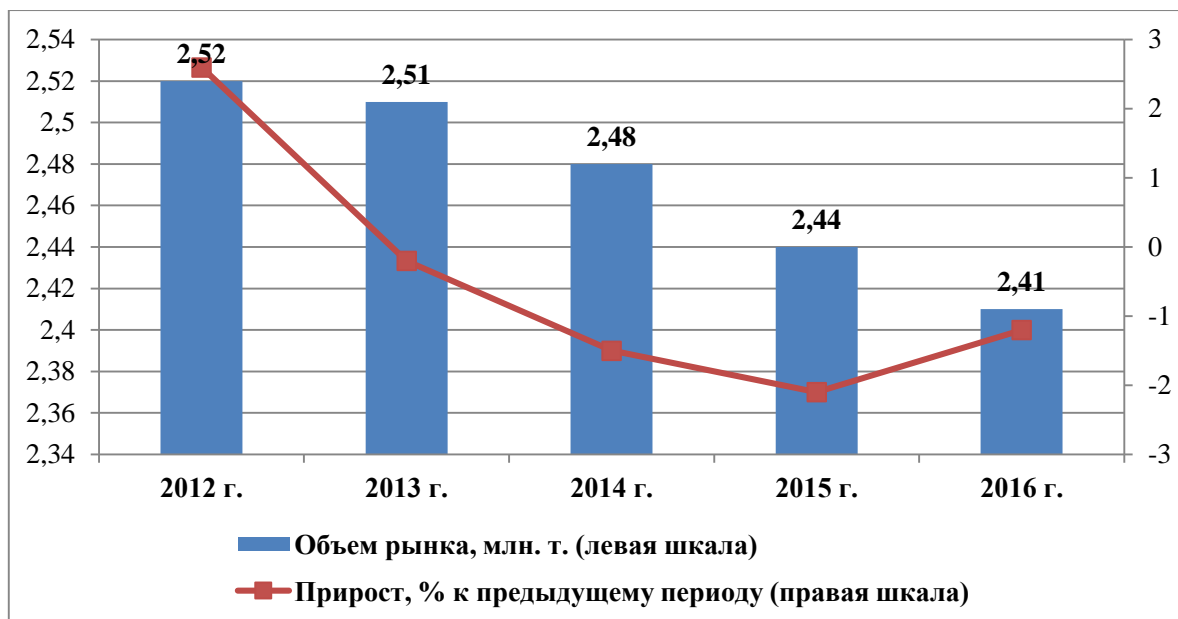


Рис. 1. Динамика рынка колбасных изделий в 2012-2016 гг.  
(на основании данных Росстата, ФТС России) [5, с. 17]



Рис. 2. Структура рынка колбасных изделий в 2016 г.  
(на основании данных Росстата, ФТС России) [5, с. 17]

Помимо обеспечиваемых охлажденными полуфабрикатами удобств в их приготовлении, а также приемлемого более низкого уровня цен по сравнению с колбасными изделиями, «в стране прослеживается также иная тенденция – увлечение здоровым образом жизни, что на продуктовом рынке выражается изменением потребительской корзины отдельных групп населения (5-10% домохозяйств) в сторону увеличения доли продуктов, считающихся диетическими и/или максимально полезными для здоровья: молочной (и в особенности кисломолочной) продукции, фруктов, овощей, рыбы, мяса птицы, нежирных сортов мяса» [5, с. 18].

Таким образом, можно констатировать, что наложение всех этих факторов формирует инерцию сдвига спроса в сторону более дешевых, удобных в приготовлении и полезных в употреблении мясопродуктов, в частности охлажденных мясных полуфабрикатов на фоне устойчивой стагнации спроса на колбасные изделия, которые просто выходят из моды.

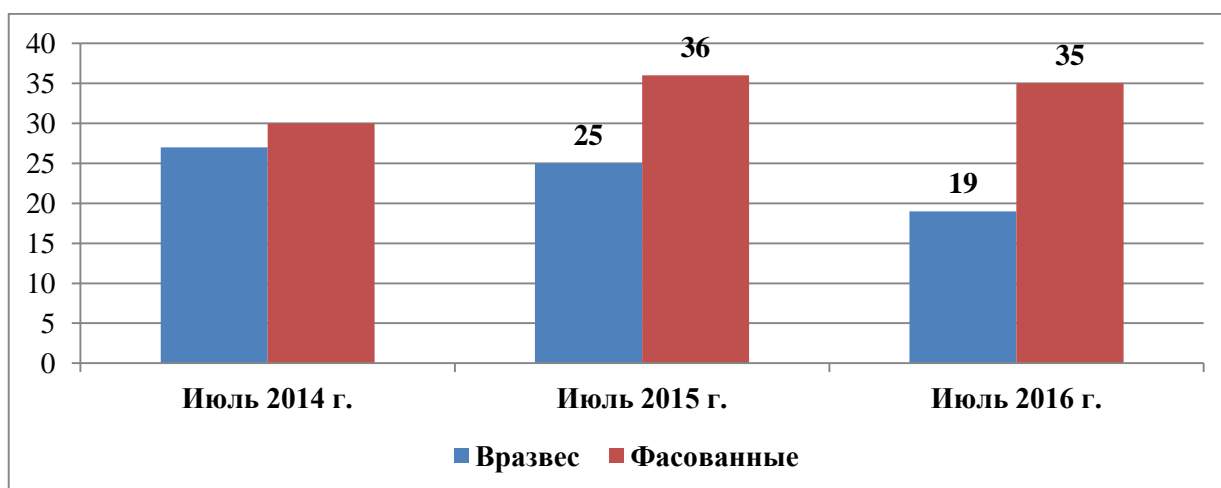


Рис. 3. Распределение продаж в категории сосисок [6, с.31]

Как показывают результаты исследований компании Nielson, «в июне 2016 года по сравнению с июнем 2015-го мясо и продукты мясопереработки (колбасы, сосиски) пользуются меньшим спросом, россияне снижают объемы потребления или переходят на более дешевые бренды, в том числе частные марки эконом-класса.

В мясных категориях 29% потребителей покупают более дешевые бренды, чем три месяца назад» [6, с. 31].

Как показывают результаты исследований компании Nielson, «в июне 2016 года по сравнению с июнем 2015-го мясо и продукты мясопереработки (колбасы, сосиски) пользуются меньшим спросом, россияне снижают объемы потребления или переходят на более дешевые бренды, в том числе частные марки эконом-класса.

В мясных категориях 29% потребителей покупают более дешевые бренды, чем три месяца назад» [6, с. 31].

Как видно из рисунка 3, «категория сосисок на развес падает, а упакованных – растет, демонстрируя хорошую динамику, что подкрепляет тренд в пользу продуктов, которые можно легко и быстро приготовить дома. Темпы роста сосисок под частными торговыми марками также очень высоки: если два года назад их доля составляла 3,7%, в 2015-м – 4,78%, то сейчас она достигла 6,73% (в натуральном выражении)» [6, с. 31].

Все это указывает на то, что на фоне смещения спроса к мясным продуктам быстрого приготовления насыщение рынка требует усиления дифференциации, например через брендирование продукта.

По данным исследований компании Nielson, «в первую очередь люди пытаются экономить путем поиска магазинов с низкими ценами. Логично идти туда, где дешевле. Еще одна стратегия – поиск промопредложений и скидок. Так, согласно опросам, 62% покупателей обращают внимание на промо, 45% чаще покупают товары по промо, 38% меняют магазин из-за промо, даже если он находится дальше. Еще 33% ищут промо, целенаправленно посещая магазин, где есть возможность купить по акции нужный товар (рис. 4)» [6, с. 30].

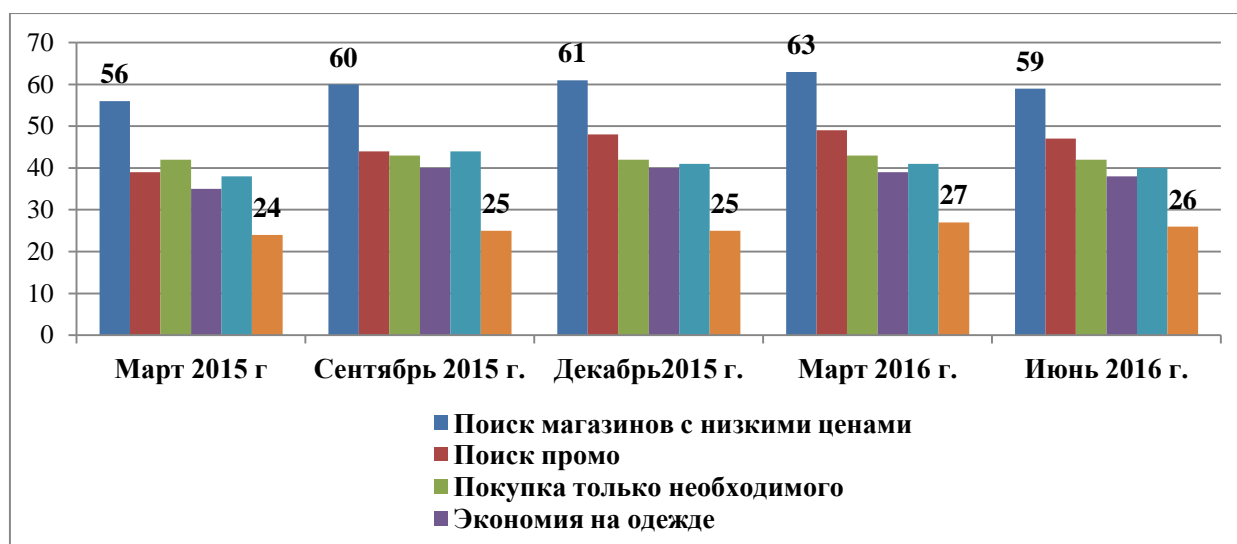


Рис. 4. Стратегии экономии потребителей в России [6, с. 30]

Как показывают результаты исследования компании Mix Research, «одной из самых распространенных практик поведения, направленных на сокращение расходов, является покупка товаров по акции, ее начали придерживаться 35% россиян. Так, каждый третий россиянин ищет товары по акциям, каждый пятый пойдет специально в магазин, если знает, что там проходит в данный момент акция.

В качестве причины выбора магазина для приобретения основных продуктов питания для всей семьи наличие акций и распродаж называет 11% россиян» [4, с. 251].

Одна из причин сокращения рынка колбасных изделий – это тенденция к переходу потребителей с колбасных изделий в пользу свежего мяса – охлажденных полуфабрикатов, которые дешевле или равны стоимости колбасных изделий.

Таблица

**Средние потребительские цены в сентябре 2016 г. – 2017 г. в ЮФО, руб./кг**

Наименование	ЮФО			РФ		
	сентябрь 2016 г.	сентябрь 2017 г.	Прирост, %	сентябрь 2016 г.	сентябрь 2017 г.	Прирост, %
Колбаса вареная	297,8	311,2	4,5	346,7	358,2	3,3
Колбасные изделия п/к, в/к	400,5	406,8	1,6	422,3	435,9	3,2
Колбасные изделия с/к	828,3	838,7	1,3	902,3	924,4	2,4
Сосиски, сардельки	298,7	309,8	3,7	328,2	336,6	2,6

Как видно из таблицы, наибольший рост цен в ЮФО наблюдается по вареным колбасам (4,5%) и по сосискам, сарделькам (3,7%). По РФ прирост цен в целом по всем позициям составил до 3,3%.

Сохраняется значительная разница в цене наиболее востребованных товарных групп колбасных изделий (вареные колбасы, сосиски, сардельки). Средняя цена на вареные колбасы и сосиски выше средней цены на свинину по РФ на 14% и больше средней цены на мясо птицы в 2,6 раза: значительная разница в ценах ведет к отказу населения от покупки более дорогих колбасных изделий.

Как отмечает О. Вялова, «строгая экономия на продуктах – закрепившийся тренд в потребительском поведении. Сберегательная стратегия поведения сменила

потребительскую. Процесс адаптации населения к новой экономической ситуации способствовал повышению спроса потребителей в эконом-сегменте, соответственно возрос и интерес к промоакциям» [3, с. 18].

Смещение спроса в эконом сегмент не является конъюнктурным и де факто эмпирически закрепляет новую модель поведения потребителя, который более не будет прежним, поскольку выработал привычку к поиску лучшего соотношения «цена-качество», ориентации на свежесть и натуральность продукта, изучение сроков годности и т.д. Все эти изменения должны найти отражение в стратегиях позиционирования и роста в рамках сегментов, стратегиях брендинга, которые должны быть ориентированы на более четкую дифференциацию предложения, особенно в условиях смещения спроса в сторону охлажденных полуфабрикатов.

Изменением ассортиментной матрицы колбасных изделий крайне сложно преодолеть этот тренд через предложение покупателю некоторой ценности, которая развернет смещающийся спрос вспять. Предприятия колбасной отрасли на уровне маркетинга могут оптимизировать ассортиментную линейку только за счет вывода на рынок принципиально новых позиций, которые будут отражать радикальное изменение спроса со стороны молодежного сегмента целевой аудитории и его несомненное предпочтение продуктов, отвечающих условиям здорового питания.

Устойчивость этих изменений как их по факту прямоточная результирующая отражает рост объема внутреннего предложения в России охлажденных мясных полуфабрикатов, объем продаж которых в 2012-2016 гг. увеличился на 63% (рис. 5).



Рис. 5. Предложение охлажденных мясных полуфабрикатов в РФ [1, с. 55]

При этом, в рассматриваемый период основным каналом продаж являлся сектор розничной торговли, на долю которого пришлось 86,9% товарооборота.

Согласно прогнозным расчетам аналитической компании BusinesStat, в 2017-2021 гг. розничные продажи охлажденных полуфабрикатов будут расти на 9-17,8% ежегодно (рис. 6).

В современный период на рынке спрос на мясо и мясoproductы падал значительно медленнее, чем в предыдущие кризисы. «При этом сокращается потребе-

ние красного мяса (свинина, говядина) как в абсолютных цифрах (тоннаж), так и в общем объеме потреблении мяса, уступая долю птице.



Рис. 6. Экспорт охлажденных мясных полуфабрикатов в РФ [1, с. 56]

Разница в цене продуктов мясопереработки (колбасные изделия и др.) и цен на крупно- и мелкокусковые мясные полуфабрикаты привела рынок к перераспределению объемов потребления» [3, с. 18].

Объем экспортных поставок за рассматриваемый прогнозный период времени может иметь ежегодный прирост на 8,1-41,9%. К 2012 г. стоимостной объем экспорта охлажденных полуфабрикатов предположительно вырастет на 103,3% относительно уровня 2016 г. Заметим, что в 2012-2016 гг. прирост экспорта охлажденных полуфабрикатов составил 3,4 раза.

Совершенствование маркетинговых стратегий развития мясоперерабатывающих предприятий колбасной промышленности сегодня требует радикального пересмотра ассортиментной линейки продукции, смещения спроса и естественного изменения целевой аудитории, вкусовые предпочтения которой разительно отличаются от прежних – толерантного восприятия ассортимента, сформированного еще во времена СССР.

При этом, важно учитывать тот факт, что снижение покупательской способности населения требует смещения ассортиментной линейки в менее дорогие сегменты рынка мяса и мясной продукции, что означает перестройку стратегии брендинга и вывода новых продуктов на рынок в среднем и эконом-сегментах рынка.

Как показывают результаты исследования компании «Ромир», проведенного в июне 2016 г., по отношению к концу 2015 г. заметно сократилось число россиян, недовольных качеством мяса и мясных изделий. «Улучшение качества мяса в июне 2016 г. отмечали лишь 14% против 20% полтора года назад, а 65% полагают, что оно за последний год не изменилось (в 2015 г. – 60%). При оценке качества колбасных изделий число недовольных увеличилось с 12% до 18%, при этом доля тех, кто заметил улучшение, снизилась с 18% до 12%» [2].

В определенной степени это может быть связано со смещением линейки мясной продукции в эконом-сегмент, которое сопровождается фиксируемым покупателями снижением качества таких изделий.

По мере восстановления роста доходов населения в 2017-2018 гг. потребления мяса начнет увеличиваться, но вероятно не превысит пикового значения

75 кг./чел., зафиксированного в 2013 г. На фоне сокращения предложения говядины, на будет терять свои позиции, постепенно превращаясь в премиумный сегмент рынка, каковым она является в большинстве стран мира. В силу незначительной динамики органического роста, а также незначительных поставок мяса птицы и свинины за рубеж, на внутреннем рынке будет происходить ужесточение конкуренции и перераспределение его емкости, предположительно незначительное.

В этих условиях нарождающейся фазы рыночного цикла, задачей современных предприятий мясо-сырьевой и мясоперерабатывающей промышленности является обновление ассортимента в рамках устойчивого изменения вкусовых предпочтений целевой аудитории, дифференциация за счет развития потребительских брендов и формирование собственных каналов продаж за счет самостоятельного выхода в розничную торговлю.

Важно учитывать тот факт, что маркетинговая трансформация ассортимента региональных производителей мясной продукции в значительной степени определяется ресурсными возможностями реализации новых маркетинговых стратегий развития, которые являются далеко не одинаковыми для крупных национальных агрохолдингов и менее крупных региональных операторов рынка мясной продукции.

С точки зрения научно-практического синтеза таких стратегий необходимо более детально обозначить логику и механику их построения именно в контексте обновления фазы рыночного цикла развития, насыщения рынка и усиления предпосылок для корректировки ассортимента, повышения контроля сбыта и брендинга продукции.

#### **Список литературы**

1. Анализ рынка охлажденных мясных полуфабрикатов // Мясная промышленность. – 2017. – №4 (119).
2. Дятловская Е. Удвоилось число россиян, недовольных качеством молока и мяса // Агроинвестор. – 2017. – №8.
3. Заговорская А. 2016 год глазами бизнеса и аналитиков // Мясная сфера. – 2016. – №6 (115).
4. Куртушина О. Акционная активность россиян: случайность, образ жизни или вынужденность? / Мясная сфера. – 2016. – №2 (111).
5. Пармухина Е. Кризис колбасной отрасли // Мясная промышленность. – 2017. – №2 (117).
6. Потребитель в новой экономической реальности / Мясная сфера. – 2016. – №6 (115).

### **ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ЭКОНОМИКЕ, ОСНОВАННОЙ НА ЗНАНИЯХ**

***Рудович А.А.***

аспирант, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Россия, г. Санкт-Петербург

Настоящая статья посвящена исследованию понятия человеческого капитала, начиная от первого его исторического упоминания и заканчивая современными зарубежными и российскими исследователями теории человеческого капитала. Кроме того, рассматривается роль человеческого капитала в экономике знаний. Становление экономики

знаний приводит к трансформации функции человеческих ресурсов, предъявляет качественно новые требования к человеческому капиталу.

*Ключевые слова:* человеческий капитал, интеллектуальный капитал, экономика знаний.

В настоящее время мы движемся к экономике знаний, где инвестиции в нематериальные активы рассматриваются как важные элементы создания стоимости в организациях. Становление экономики знаний приводит к трансформации функции человеческих ресурсов. Растет убежденность, что интеллектуальный капитал, особенно человеческий капитал, имеет решающее значение для успеха организации и что фокус в области управления персоналом должен быть более стратегическим в эпоху новой экономики, основанной на знаниях.

Концепция интеллектуального капитала не нова. Фактически экономист Нассау упоминает «интеллектуальный капитал» как важный фактор производства в своих трудах, опубликованных в 1836 году. В настоящее время интеллектуальный капитал – это нематериальный актив, который «потеснил» промышленную технику и природные ресурсы и считается одним из наиболее ценных факторов повышения благосостояния, являясь одновременно ресурсом и конечным продуктом. Таким образом, управление интеллектуальными ресурсами стало важнейшей задачей бизнеса, органов власти и общества в целом [10, с. 4]. Существуют различные описания интеллектуального капитала, предложенные теоретиками. В исследовании К. Свейби утверждается, что активы, основанные на знаниях, находятся в трех плоскостях: это непосредственно компетенции членов организации; ее внутренняя структура, включающая патенты, модели, технологии и административные активы, а также внешняя структура организации: бренд, репутация и отношения с клиентами [13, с. 73]. В общем смысле интеллектуальный капитал состоит из трех компонентов: человеческого капитала, структурного капитала и реляционного капитала:

- человеческий капитал включает компетенции, навыки и интеллектуальные способности отдельных сотрудников организации;
- структурный капитал (организационный капитал) включает в себя процессы, системы, структуры, бренд, интеллектуальную собственность и другие нематериальные активы организации;
- реляционный капитал (капитал клиента) представляет собой все ценные отношения с клиентами, поставщиками и другими заинтересованными сторонами.

Термин «человеческий капитал» впервые был представлен Т. Шульцем. В 1963 году Шульц написал о необходимости инвестиций в образование в целях повышения производительности сельского хозяйства в США. Позднее Г. Беккер разработал теорию человеческого капитала, в которой говорилось, что уровень образования и опыт человека складываются в определяющие факторы дохода [5, с. 103]. Человеческий капитал воплощает знания, талант, суждения и опыт сотрудников. Н. Бонтис утверждал, что человеческий капитал важен, так как является источником инноваций и стратегического обновления. Кроме того, он рассматривал человеческий капитал как инструмент получения прибыли в экономике, основанной на знаниях. В свою очередь, экономика знаний – это «экономика, в которой генерация и эксплуатация знаний играют решающую роль в процессе создания богатства» [6, с. 43]. В экономике знаний люди считаются скорее создателями доходов, чем статьями затрат, а управление компетенциями людей является непосредственно источником создания дохода. Человеческий капитал ценен в той мере, в

какой он способствует поддержанию конкурентного преимущества организации, повышая эффективность ее работы, успешно используя возможности или нейтрализуя угрозы внешней среды. То есть человеческий капитал – это способность сотрудников делать то, что, в конечном итоге, влияет на успех работы организации [7, с. 181]. Для Н. Медарда «человеческий капитал – это совокупность компетенций, знаний и личностных качеств, воплощенных в способности выполнять труд в целях получения экономической выгоды». Человеческий капитал увеличивается за счет образования и опыта [8, с. 149]. Многие ранние экономические теории относились к нему как к «рабочей силе» и легко заменяемому ресурсу, распространение термин «человеческий капитал» получил лишь в современной неоклассической экономической литературе в трудах Дж. Минсера и Г. Беккера (Чикагская школа экономики). С их точки зрения человеческий капитал приравнивался к «средствам производства», например, фабрикам и машинам, что создавало возможности инвестиций в человеческий капитал через образование, обучение. В рамках данной теории человеческий капитал является средством производства, дополнительные инвестиции в которое дают дополнительную производительность. Человеческий капитал заменяем, но не может быть передан как земля, труд или основной капитал [5, с. 103]. Современная теория роста рассматривает человеческий капитал как важный фактор экономического роста. Более трех веков экономисты были заинтересованы в оценке производственного потенциала работников в экономике.

Человеческий капитал может быть определен как «совокупность знаний, навыков, компетенций и способностей, воплощенных в индивидах, которые определяют их уровень производительности. Он включает в себя как врожденные способности, так и навыки, полученные посредством образования, обучения и практического опыта» [8, с. 149-159]. На макроуровне общепринято также оценивать человеческий капитал экономики таким показателем, как доля обучающихся в образовательных учреждениях начального, среднего и высшего образования. Предполагается, что высокий уровень данного показателя указывает на то, что все большее количество людей накапливает человеческий капитал, тем самым рабочая сила в целом становится более производительной. Действительно, страны с высоким уровнем образованности населения показывают более высокий уровень жизни и более быстрый темп экономического роста. Поэтому большинство авторов [6, 7, 9, 10] согласились, что человеческий капитал можно рассматривать как «величину знаний и талантов, которые воплощены в людях, работающих в организации, представленную в виде ноу-хау, способностей, знаний, талантов, компетенций, отношений, интеллектуальной способности, творчества и прочих нематериальных активов».

Дают определение человеческому капиталу и современные российские экономисты, занимающиеся вопросами стратегического развития России. По мнению группы ученых под руководством Л.И. Абалкина человеческий капитал – это сумма компонентов, включающих врожденные способности, образование, приобретенный профессиональный опыт, творческий потенциал, морально-психологическое и физическое здоровье, мотивация для деятельности, обеспечивающих возможность приносить доход [1, с. 26]. Ученые А.Н. Добрынин, С.А. Дятлов и Е.Д. Цыренова, занимающиеся проблематикой человеческого капитала, характеризуют человеческий капитал как запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, накопленный человеком и сформированный в результате



инвестиций, который необходимо эффективно использовать в процессе труда для повышения его производительности и увеличения доходов [2, с. 76-80].

По определению О.Н. Мельникова человеческий капитал представляет собой совокупность неотчуждаемой собственности в виде его физических и интеллектуальных ресурсов, принадлежащие человеку на правах личной собственности как его «основной капитал», и отчуждаемой собственности в виде затрат физической и творческой энергии человека [4, с. 11].

Климов С.М., анализируя интеллектуальные ресурсы, дает следующее определение человеческому капиталу – это «совокупность интеллектуальных и творческих способностей, знаний, умений и практических навыков, полученных в процессе образования и практической деятельности человека». Исследователь отмечает, что человеческий капитал в современной, экономике, нацеленной на знания, неоднороден.

Ю.А. Корчагин видит человеческий капитал как интенсивный социально-экономический фактор, формирование которого происходит за счет инвестиций в науку, образование, культуру, искусство, интеллектуальную деятельность, воспитание, обучение, знание, информационную оснащенность, экономическую свободу, предпринимательскую способность, а также безопасность и здоровье населения [3, с. 83-90]. К этому определению стоит добавить факторы, связанные с развитием и применением знаний человека в разрезе его интеллектуальной деятельности и интеллектуальной собственности, так как экономика знаний, основанная на трансфере знаний и внедрении технологических новшеств, предъявляет качественно новые требования к человеческому капиталу.

Инновационная экономика требует профессионалов с высокой способностью к обучению и восприимчивостью к новым знаниям в междисциплинарных сферах. Особенно востребованными становятся творческие личности, умеющие видеть, ставить и свободно решать возникающие перед обществом задачи. Максимально эффективное развитие и использование интеллектуально-творческих способностей человека как ключевых факторов формирования человеческого капитала становится важнейшим элементом государственной инновационной политики. В стратегии развития экономики Российской Федерации на ближайший период отмечается необходимость перехода к формированию инновационного общества – построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний.

В связи с усиливающейся конкуренцией в мире в сфере развития науки, новейших технологий, меры, направленные на развитие человеческого капитала, как никогда актуальны, обществу необходимы сотрудники, способные делать открытия, разрабатывать новые технологии, обеспечивать технический прорыв. Для привлечения таких ученых и специалистов в странах с экономикой, основанной на знаниях, создаются самые лучшие условия как для перспективных студентов, молодых специалистов, так и для известных ученых: достойные стипендии, оплата труда, условия проживания, лучшие лаборатории для научных исследований, а самое главное – возможности дальнейшего использования сделанных открытий и разработок. В сфере науки и высоких технологий в развитых странах заняты уже более 25% рабочей силы. Тем острее стоит проблема создания условий для развития и реализации человеческого капитала в России: создания условий для жизни, обучения, проведения научных исследований, возможность довести свое открытие до использования в науке, производстве, экономике. Для повышения активности

работников, производительности труда и технического прогресса важны определенные меры со стороны как государства, так и работодателей. Это, прежде всего, поддержка государственными институтами возможностей развития рабочей силы, выявление талантов, формирование условий для их удержания в России. И хотя нельзя сказать, что в России не предпринимаются никакие меры: существуют гранты для молодых ученых, конкурсы для выявления талантов в различных сферах человеческой деятельности, в том числе особо инновационных, в последние годы была принята Концепция общенациональной системы выявления и развития молодых талантов – однако отток умов из России сохраняется. Тенденции глобализации мировой экономики показывают наличие проблем в качестве трудовой жизни в нашей стране. Россия, как и любое государство, переходящее к экономике инновационного типа, основанной на знаниях, заинтересовано в высоком уровне развития рабочей силы, способной обеспечить развитие научно-технического прогресса и экономики в целом. Это дает возможности для дальнейшего изучения вопроса управления человеческим капиталом в экономике, ориентированной на знания.

### Список литературы

1. Абалкин Л.И. Стратегический ответ России на вызовы нового века / под ред. Л.И. Абалкина. М.: Издв-во «Экзамен», 2004. 605 с.
2. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. – СПб.: Наука, 1999. – 309 с.
3. Корчагин Ю.А. Человеческий капитал и процессы развития на макро и микро-уровнях. – Воронеж: ЦИРЭ. 2004. – 140 с.
4. Мельников О.Н. Творческая (созидательная) энергия человека как основной источник формирования экономических и социальных отношений в обществе // Креативная экономика. – 2007. – № 1. – С. 11-18.
5. Becker G. S. Human Capital. Columbia University Press, 1964.
6. Bontis N., (1999). «Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field», International Journal of Technology Management, Vol. 18, No. 5–8, pp.43-62.
7. Choudhury J., Mishra B.B, (2010). «Theoretical and Empirical Investigation of Impact of Developmental HR Configuration on Human Capital Management». International Business Research, Vol. 3, No. 4. October, pp.181-186.
8. Medard N.Dj.J, Sikod F, (2012). «The Effects of Human Capital on Agricultural Productivity and Farmer's Income in Cameroon». International Business Research, Vol. 5, No.4. April, pp 149-159.
9. Roos, R & Roos J, (1997). «Measuring your company's intellectual capital performance», Long Range Planning Vol. 30, No. 30, pp. 413-426.
10. Sarrocco C, (2012). «Intellectual capital in the information society», pp 01-43, available at: <http://www.itu.int/visions>. [Accessed 24th December 2017]
11. Shultz T. Investment in Human Capital/T.Schultz//The American Economic Review 1961, Vol. 51, pp. 1-17.
12. Sucio M.C, (2000). «Intangible assets and intellectual capital as key factors of romania's convergence», pp 01-43, Available at [www.moyak.com/.../knowledge-based-economy](http://www.moyak.com/.../knowledge-based-economy) April 2012. [Accessed 24th December 2017].
13. Sveiby K.E, (1997), «The intangible asset monitor». Journal of Human resource Costing and Accounting, Vol. 2, No. 1, pp. 73-97.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА НА ТЕРРИТОРИИ г. ВОЛОГДЫ

*Садовая А.М.*

студентка второго курса кафедры экономической теории, учета и анализа,  
Вологодский государственный университет, Россия, г. Вологда

*Научный руководитель – доцент кафедры экономической теории, учета и анализа  
Вологодского государственного университета, канд. экон. наук, доцент Метляхин А.И.*

В данной статье рассматривается проблема необходимости создания в Вологодской области нового логистического центра, а также выбора его предполагаемого месторасположения. В работе были выделены критерии, которым должно располагать искомое место, и на основе их предложено оптимальное возможное месторасположение потенциального логистического центра.

*Ключевые слова:* логистика, логистический центр, месторасположение, дороги, склад.

В настоящее время одной из важных и актуальных проблем развития транспортной системы Вологодской области является дефицит современной терминально-логистической инфраструктуры и возможности предоставления комплексных логистических услуг [1, с. 73].

Актуальность данной проблемы продиктована тем, что Вологодская область и, в частности, город Вологда является важным транспортно-транзитным узлом Северо-Запада России, ежегодно в область ввозятся и вывозятся миллионы тонн грузов, которые, в свою очередь, нуждаются в соответствующем сопровождении и обслуживании.

Целью выполнения настоящей работы являются оценка необходимости создания нового логистического центра в Вологодской области, а также нахождение наиболее оптимального варианта его возможного месторасположения.

Территориальное положение Вологодской области обладает весьма выгодным и привлекательными условиями с логистической точки зрения, поскольку данный регион обладает удобными выходами к основным российским рынкам и соответствующим большим пассажиро- и товаропотокам.

Через Вологодскую область проходят одни из важнейших транспортных – автомобильных, железнодорожных и речных транспортных потоков в Северо-Западном регионе. Вологодская область имеет прочные и обширные торговые отношения с Ленинградской, Архангельской, Ярославкой, Костромской областями, и другими субъектами РФ.

Транспортная инфраструктура области включает железнодорожные пути общего пользования протяженностью 769 км, автомобильные дороги – порядка 19 тыс.км, в том числе с твердым покрытием – 13,4 тыс.км, внутренние водные судоходные пути – 2,1 тыс.км, действующие авиалинии гражданской авиации – более 2 тыс.км [2, с. 23].

Приведенные данные свидетельствуют о значительном масштабе грузоперевозок в Вологодской области, эффективность которых напрямую зависит от соответствующего логистического сопровождения.

Однако в области еще не завершено формирование комплексности управления развитием и функционированием транспортной системы. Таким образом, вышеперечисленные условия диктуют потребность в создании нового логистического центра в Вологодской области.

Реализация данного проекта и координация его с другими логистическими центрами на территории области и соседних регионов позволит сократить цепи поставок, оптимизировать товарные потоки, повышать маневренность поставок.

Планируемый логистический центр будет представлять собой специализированное предприятие, основными функциями которого являются оптимизация товарных потоков, обработка и хранение грузов, таможенное оформление и другие услуги.

Его местоположение должно соответствовать ряду требований, характерных для специфики подобных организаций. К ним относятся наличие необходимого количества свободной площади для строительства центра, близость к крупным транспортным (автомобильным, железнодорожным, водным и авиационным) узлам, оптимальное качество обслуживания дорог и путей, примыкающих к центру, отсутствие пробок на транспортных узлах рядом с ним.

В качестве места строительства логистического центра был выбран город Вологда, поскольку он является не только областным центром, но и крупным сосредоточением железнодорожных и автомобильных магистралей, а также водных путей.

Местоположение логистического центра предполагается на территории Старого Аэропорта, располагающегося в пригороде Вологды, рядом с железнодорожной станцией Рыбкино. Расположение логистического центра может быть рассмотрено на карте на рисунках 1-2.

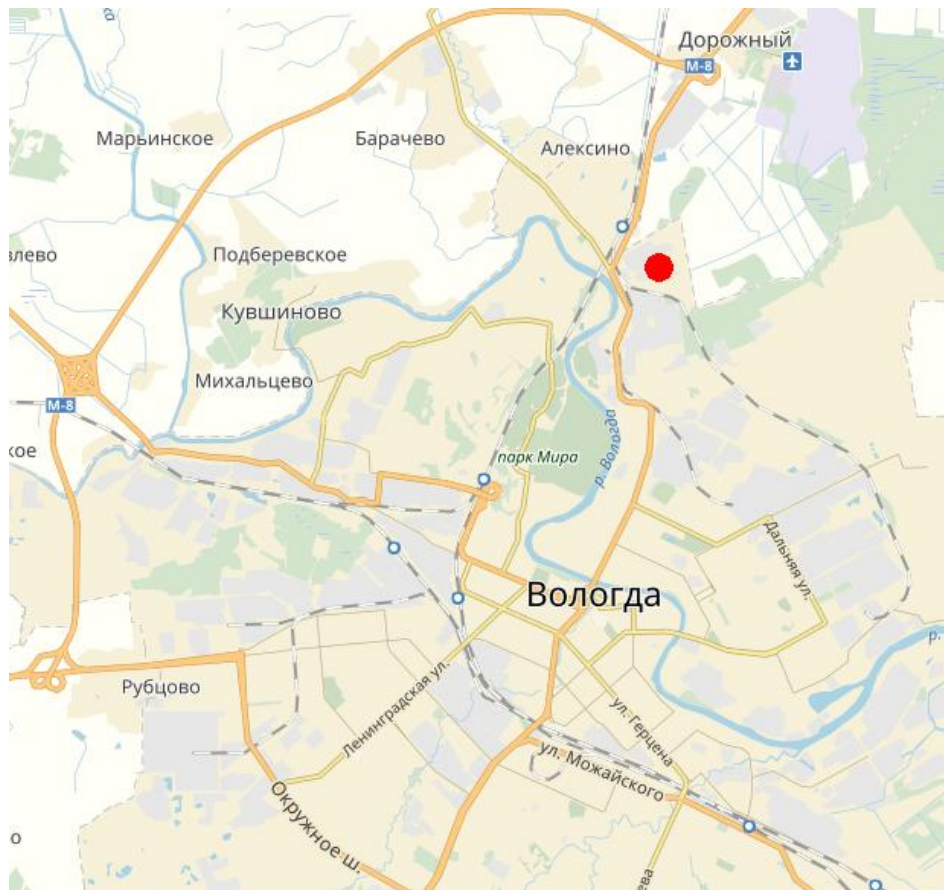


Рис. 1. Предполагаемое расположение логистического центра на карте Вологды (крупный план)



Рис. 2. Предполагаемое расположение логистического центра на карте Вологды (подробный план)

Ранее на этой территории располагался действующий аэропорт, прекративший свою деятельность 21 июля 1978 года. В настоящее время на территории Старого Аэропорта находятся административное здание, гаражные боксы, ангары, хозяйственные корпуса, одноэтажные сооружения, несколько небольших складов различных организаций. На бывшей взлетно-посадочной полосе аэропорта проводятся спортивные соревнования и катания автошкол.

Между существующими постройками имеются большие незаполненные участки, где (возможно, вместе с реорганизацией имеющихся строений) имеется возможность разместить столь большой по площади логистический центр.

Выбор этого места был сделан не случайно – именно рядом с этой территорией проходит федеральная автомобильная трасса М-8 и железная дорога со станцией Рыбкино. Данная трасса и железная дорога находятся в оптимальном состоянии для возможности обслуживания потенциальных клиентов центра. Рядом с территорией Старого Аэропорта находится действующий аэропорт Вологды. Также имеется техническая возможность переправки на территорию Старого Аэропорта товаров, прибывающих в Вологду речным транспортом, через грузовой порт в восточной части Вологды и железнодорожную ветку от поселка Тепенькино до станции Рыбкино. Кроме того, положение за городской чертой позволит минимизировать потенциальные пробки на подходах к логистическому центру.

Таким образом, благодаря этому географическому положению в логистическом центре будет возможно обслуживать грузы, поступающие и отправляемые железнодорожным и автотранспортом, с перспективой обслуживания товаров, поступающих в Вологду также водным и воздушным путями.

Помимо этого, среди иных преимуществ такого положения логистического центра можно подчеркнуть наличие большой незастроенной территории, возможность дальнейшего расширения ее за счет реорганизации уже имеющихся строений, наличие водопровода, электрификация и обслуживание интернет-провайдером.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что данное месторасположение может быть оптимальным для строительства логистического центра, поскольку соответствует заявленным требованиям, необходимым для эффективного функционирования данной организации.

#### **Список литературы**

1. Постановление Правительства Вологодской области «О стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года [Текст]: [Постановление принято 17 нояб. 2016г.: по состоянию на 31 нояб. 2017 г.]. – Вологда, 2016. – 95 с.

2. Маргупова, З.М. Проблемы развития дорожной инфраструктуры региона [Текст] /З.М. Маргупова, А.С. Еремеева // Проблемы развития территории. – 2014. – №3 (71). – С. 19-33.

### **АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТОВ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА КОМПАНИЙ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ**

***Сучкина Н.А.***

студентка магистерской программы «Государственные и муниципальные финансы»,  
Юго-Западный государственный университет, Россия, г. Курск

В данной статье рассмотрен анализ ключевых факторов фирмы, риски и нагрузка денежных рычагов. Также рассмотрены результаты тестирования детерминант структуры капитала.

*Ключевые слова:* детерминанты, денежные рычаги, долговая нагрузка, коэффициенты переменных, доктрина.

Классические детерминанты, как и материальность и доходность активов, оказывают важное воздействие на составление структуры денежных средств на 1% уровне. Отечественные фирмы идут по стопам финансирования, например как символы коэффициентов перед переменными совпадают с аргументами доктрины, в соответствии с этим, подтвердились догадки об отрицательной зависимости классических переменных и денежного рычага. Классические моменты оказывают буквально однообразное влияние на экономический рычаг. При повышении доходности активов на 1%, фирма понижает на 0,183% значение заемных средств. Подъем материальности активов на 1% приводит к сокращению денежного рычага фирмы на 0,167%. Не считая этого, подтвердились все догадки о прямой зависимости денежного рычага и переменных, отображающих уверенность и оптимистичность глав. Переменные, отражающие долю промоакций, являющихся собственностью менеджеру, индекс денежного риска и риск, который воспринимает на себя начальник, оказались еще значимы на 1% уровне. Уверенно в будущем настроенные менеджеры фирмы наращивают долговую нагрузку собственной фирмы. Но уровень воздействия всякой из избранных переменных оказывает неодинаковое

воздействие на значение денежного рычага. Толика промоакций в руках руководителя собственной организации оказывает самое мощное позитивное воздействие на долговую нагрузку фирмы. При повышении толики промоакций на 1%, экономический рычаг возрастает на 0,375%. При увеличении риска, который воспринимает на себя начальник, на 1% он дополнительно привлекает 0,191% заемных средств. Индекс денежного риска не слишком заметно изменяет зависимую переменную. Нарастание индекса на 1 содействует вербованию заемных средств на 0,004% [1].

В работе также были построены регрессии для каждого года.

Полученные результаты представлены в таблице.

Таблица

**Результаты тестирования детерминант структуры капитала**

Переменные	2012	2013	2014	2015
Profitability	-0.505***(0,130)	-0.566***(0,159)	-0.495***(0,129)	-0.421***(0,105)
Tangibility	-0.204***(0,078)	-0.312***(0,077)	-0.309***(0,071)	-0.316***(0,072)
Share	0.332***(0,119)	0.379***(0,118)	0.377***(0,110)	0.413***(0,111)
R	0.153***(0,072)	0.174***(0,070)	0.195***(0,066)	0.174***(0,067)
Risk	0.003***(0,001)	0.003***(0,001)	0.003***(0,001)	0.004***(0,001)
Age	-0.005***(0,002)	-0.005***(0,002)	-0.006***(0,02)	-0.006***(0,002)
Cons	0.757***(0,098)	0.769***(0,098)	0.818***(0,094)	0.849***(0,095)
Количество наблюдений	170	170	170	170

Примечание. В скобках указаны стандартные ошибки, звездочками обозначены уровни значимости: \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ .

Анализ cross section оценок позволяет сделать вывод о том, что все выбранные регрессоры значимы на 1% кроме индекса финансового риска и риска, который принимает на себя руководитель, им соответствует 5% уровень значимости. В модели с панельными данными значимость регрессоров на уровне 1% кроме переменной возраста, для которой уровень значимости составляет 10%. В модели во времени значимость фактора возраста уменьшается.

Результаты моделей по годам и во времени не имеют сильных противоречий. Знаки всех коэффициентов одинаковые, предельные эффекты сильно не отличаются за исключением традиционных факторов. В модели во времени предельный эффект доходности активов составляет 0,183%, а для четырех моделей по годам он принимает значения от 0,42% до 0,57%. Предельный эффект материальности активов в регрессиях для каждого года изменяется от 0,2% до 0,32%, а в модели со случайными эффектами он составляет 0,167% [2].

Таким образом, полученные результаты исследования подтверждают выдвинутые гипотезы, поэтому структура капитала компании может быть объяснена выбранными детерминантами, как традиционными, так и поведенческими. При этом важно отметить, что личные качества менеджеров оказывают сильное влияние на величину финансового рычага.

Данные формирования структуры денежных средств фирм надеются, собственно что все члены денежного рынка считаются здоровыми, но руководителям фирм характерны отличия в поведении, которые значимо воздействуют на принимаемые ими денежные заключения. В предоставленной работе с поддержкой всевозможных переменных был проведен тест значительности поведенческих доктрин для комментария выбора политических деятелей финансирования отечественными компаниями. В работе использовалось несколько способов для выявления степени

воздействия поведенческих индивидуальностей менеджеров на составление структуры денежных средств. Кроме поведенческих моментов еще в модель были интегрированы и классические традиционные детерминанты. Между классических доктрин однозначное свидетельство на данных исследованной подборки содержит доктрина финансирования.

Итоги проделанного изучения по РФ согласуются с итогами по развитым государствам сравнительно воздействия значения убежденности и оптимизма руководителя на значение денежного рычага. Собственно что касается воздействия базовых характеристик, то почти все ученые пришли к выводу, что фирмы развивающихся государств идут по стопам доктрина около финансирования. Впрочем не было установлено, какая из классических доктрин применима для фирм развитых государств [3].

Таким образом, предоставленная работа содержит практическую значимость, потому что обнаруженные поведенческие детерминанты возможно применить для комментария отличия фактического смысла денежного рычага от рационального смысла.

#### **Список литературы**

1. Кудина О.В. Объективные предпосылки и условия формирования инновационного потенциала предприятий в регионе / О.В. Кудина // Б изнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 4 (21). С. 127-132.
2. Николенко А.А., Беляева Е.С., Емельянова О.В. Особенности рынка инновационных технологий и его роль в региональной экономике // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 7 (17). С. 238-242.
3. Ивашковская И., Янгель Д. Жизненный цикл организации и агрегированный показатель роста, Корпоративные финансы, №4, С. 97-110.

## **МАРКСИСТСКОЕ УЧЕНИЕ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ**

***Тыртычный Б.А.***

студент, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

***Шевцов В.В.***

профессор кафедры институциональной  
экономики и инвестиционного менеджмента, д-р экон. наук,  
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
Россия, г. Краснодар

В статье описывается влияние марксизма на становление и развитие экономической мысли и современной экономики. Раскрываются основные идеи классического марксизма. Характеризуется воздействие основных марксистских идей на современную экономику. Анализируются наиболее широко известные направления марксизма.

*Ключевые слова:* марксизм, капитал, социализм, коммунизм, К. Маркс, экономика.

Марксизм – философское, экономическое и политическое учение, основанное Карлом Марксом и Фридрихом Энгельсом в XIX веке. Существуют различные интерпретации учения Маркса, связанные с различными политическими партиями и движениями в общественной мысли и политической практике. Политический



марксизм является одним из вариантов социализма. Основополагающими в марксистской теории являются три положения:

- 1) учение о прибавочной стоимости (политическая экономия капитализма);
- 2) материалистическое понимание истории (исторический материализм);
- 3) учение о диктатуре пролетариата [2].

Важным пунктом теории Маркса является концепция развития отчуждения человека от продуктов его труда, собственной сущности и превращения в капиталистическом обществе человека в элемент производственного процесса. Отчуждение выступает как форма социальных связей, лишаящая человека возможности творческого саморазвития и разрушающая его сущность. Эта проблема ставится Марксом в центр всего анализа капиталистического общества. Маркс выстроил последовательность процесса преодоления отчуждения – классовая борьба, диктатура пролетариата, отмирание классов и государства, построение коммунистического общества [2]. Также Маркс раскрыл секрет обогащения капиталистов, который и изложил в своём известном всему миру творении «Капитал» [5].

Марксизм оказал огромное влияние на ход истории XX века, хоть и подвергался критике со стороны всех капиталистических стран того времени. Учения Маркса актуальны и в наши дни, так как они раскрывают всю суть капитализма, а многие экономисты до сих пор отталкиваются от них в своих исследованиях.

В 40-х годах XIX века борьба между буржуазией и пролетариатом выступила на первый план в наиболее развитых странах Европы. Весной 1847 года К. Маркс и Ф. Энгельс вступили в тайное пропагандистское общество «Союз коммунистов». В феврале 1848 года был опубликован «Манифест коммунистической партии». В нём была провозглашена неотвратимость гибели капитализма и приведена краткая программа перехода от капиталистической общественной формации к коммунистической. Она содержала всего 10 основных пунктов [8].

«Манифест коммунистической партии» послужил стартом для революционных движений 1848-1849 годов. Изначально рассматривался насильственный подход к осуществлению революции, однако позже оговаривались возможности мирных социальных преобразований, что находит подтверждение в работе К. Маркса «Классовая борьба во Франции с 1848 по 1850 гг.» [3].

В 1864 году был создан марксистский Первый интернационал, основывались социал-демократические партии, с различными подходами к достижению цели. Второй интернационал был создан в 1889 г. и в нём преобладали революционные взгляды. Оговаривалась невозможность союза с буржуазией, однако в начале XX века в Интернационале стали преобладать реформистские взгляды [1].

Опубликованный в 1867 году «Капитал» стал важнейшим произведением К. Маркса. В произведение давалось решение ряда экономических проблем. Маркс раскрыл суть «прибавочной стоимости», показал, что обмана в присвоение продуктов труда нет, что в данной системе по-другому распределять результат труда не позволяет принцип частной собственности. Он предъявил и доказал теорию цикличности, показывающую непостоянство рынка, причины роста и спада в рыночных отношениях. Также были им подтверждены выводы, сделанные в «Манифесте коммунистической партии» о необходимости и неизбежности слома капиталистических отношений [7].

В 1890-е годы в Российской империи легально пропагандировались взгляды марксистов. Представители марксизма того времени: Пётр Струве, Михаил Туган-Барановский, Николай Бердяев, выступали за постепенное, реформационное пре-

образование общества. Вскоре они перешли от марксизма к либерализму став ядром партии кадетов [3].

В начале XX века из радикального крыла социал-демократов выделилась Российская социал-демократическая рабочая партия во главе с В.И. Лениным, которая пришла к власти в 1917 году революционным путём (большевистское движение). Идеология партии (марксизм-ленинизм) являлась ответвлением марксизма. Большевики были противниками демократии и свобод в буржуазной трактовке. 4 марта 1919 года Ленин для распространения идей революционного социализма, в противовес реформистскому, создал Коммунистический интернационал. Затем, при создании НЭП'а в СССР появилось новое ответвление марксизма – троцкизм, который приобрел значительную популярность за границей. После смерти В.И. Ленина к власти пришёл И.В. Сталин, полностью изменивший политическое направление, усиливший власть государства над всеми сферами жизни общества и обеспечивший правящее положение коммунистической партии и государственных органов.

СССР практически полностью прервало свои отношения с буржуазными странами Запада. Произошло деление мира на два лагеря: социалистический и капиталистический. После смерти И.В. Сталина и разоблачения Н.С. Хрущёвым его культа личности, произошёл раскол в отношениях коммунистических партий по всему миру. Они поделились на два направления: на сторонников СССР и сторонников Китая и Албании.

Во второй половине XX века большинство социал-демократических партий стран Европы отказались от марксистского курса и отрицательно высказывались о коммунизме. Они перешли к так называемому «западному марксизму» который до сих пор популярен среди западных экономистов. Марксизм поделился на две ветви:

- 1) Марксистско-ленинская философия в СССР.
- 2) Западный марксизм.

Одни придерживались основных идей Маркса, а главное идей социализма, другие же критиковали как капитализм, так и практику реального социализма.

После Второй мировой войны мир поделился на два военных блока, находящихся в состоянии военного, экономического и идеологического противостояния, получившего название – Холодная война. Во второй половине XX века марксизм был почти забыт. Причиной этому послужил распад СССР, одной из ведущих социалистических стран.

В наше время идеи Маркса вновь возрождаются, хоть и не в такой форме, как в конце XIX – начале XX века. Всё больше современных экономистов и предпринимателей обращаются к трудам Маркса, особенно во времена кризисов, ведь именно Маркс смог разобраться в природе капитализма, выявить его положительные и отрицательные черты [6].

Основываясь на идеях марксизма было создано новое течение – неомарксизм. Автором новой концепции стал Фредрик Джеймисон, который заявляет, что постановка вопроса о «смерти марксизма» является абсурдной, а рассмотрение «отжившего и до сих пор актуального» в данном способе философского мышления – не совсем корректным [4]. Он приспособил марксистскую теорию к реалиям современной экономики и заявляет об актуальности и сегодня взглядов К. Маркса.

Итак, почему же взгляды К. Маркса действительно актуальны и в реалиях современной экономики? К. Маркс ещё в XIX веке отмечал, что капитализм по своей природе противоречив и «выживает» лишь благодаря введению технологи-

ческих новшеств. Возможно он был прав насчёт того, что капитализм скоро исчерпает себя и будет сменён другой формой общественных отношений, с другой расстановкой социальных приоритетов, однако альтернативных вариантов, на данный момент, пока не существует, а предсказания о победе социализма не подтвердились. И это дает основание утверждать, что, исследования К. Маркса заслуживают и сегодня большого внимания со стороны общества, политиков, ученых и простых граждан всего мира.

### Список литературы

1. Алесинская Т. В. Менеджмент организации: основы менеджмента, история менеджмента, стратегический и инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Т. В. Алесинская, Д. В. Арутюнова, Л. Н. Дейнека, А. В. Катаев. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m98/1\\_42.htm](http://www.aup.ru/books/m98/1_42.htm)
2. Базилевич В. Д. История экономических учений [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В. Д. Базилевич, Н. И. Грачевська, Т. В. Гайдай, П. М. Леоненко. – К.: Знание, 2004. – Режим доступа: <http://banauka.ru/5036.html>
3. Богданов Б. В. Марксистская философия в XIX веке [Электронный ресурс] / Б. В. Богданов, И. С. Нарский. – М.: Наука, 1979. – Режим доступа: [http://platona.net/load/knigi\\_po\\_filosofii/frankfurtskaja\\_shkola/marksistskaja\\_filosofija\\_xix\\_vek\\_vozniknovenija\\_marksistskoj\\_filosofii/57-1-0-3967](http://platona.net/load/knigi_po_filosofii/frankfurtskaja_shkola/marksistskaja_filosofija_xix_vek_vozniknovenija_marksistskoj_filosofii/57-1-0-3967)
4. Джеймисон Ф. Реально существующий марксизм [Текст] / пер. с англ. А. Смирнов // Логос. – М. – 2005. – № 3(48).
5. Маркс К. Капитал [Электронный ресурс] : книга / К. Маркс. – С. 198 – 209. – Режим доступа: <https://www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Kapital1>
6. Назарова О. Ю. Актуальность марксизма в современном мире: неомарксизм Ф. Джеймисона [Электронный ресурс] / О. Ю. Назарова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – С-П. – 2009. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnost-marksizma-v-sovremennom-mire-neomarksizm-f-dzheymisona>
7. Официальный сайт: Академик. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/8608>

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОГО ДЕВЕЛОПМЕНТА В РОССИИ

**Фильцев С.А.**

соискатель кафедры коммерции и логистики,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье предложено более радикальное толкование эволюционно-рыночных особенностей вырождения спекулятивной модели складского девелопмента, когда текущие жесткие экономические условия запускают новый рыночный цикл трансформации складского девелопмента в России, подчеркнуто ориентированный на повышение его эффективности.

*Ключевые слова:* складской девелопмент, рынок складов, ритейл, сетевая розничная торговля.

Проблематика современного развития логистической инфраструктуры потребительского рынка в России оказалась в фокусе современных исследований в

силу бурного роста самой сферы товарного обращения, рост которой был обусловлен ростом конечного потребления, высоким уровнем доходности инвестиций на рынке торговой и, далее складской недвижимости, выходом на рынок высокотехнологического ритейла и его пространственным расширением.

Однако, предметное поле проблем складской логистики оказалось сильно усеченным. Сегодня ученые обращаются к анализу либо вопросов операционного совершенствования складской логистики, либо вопросам развития рынка складов.

Вместе с тем, устоявшиеся в современной логистике понятия «логистическая инфраструктура» как фактор гармонизации товарного обращения на поверку оказалась объектом спекулятивного интереса и инвестиций на рынке товарных активов. Анализ модели складского девелопмента показал, структуры спроса на рынке складов показал, что их создание и продажа ориентированы на извлечение прибыли, а строительство лишь в малой степени было адаптировано под нужды end users – конечных пользователей. Именно финансовые компании и инвестиционные фонды обеспечивают выход девелоперов из проекта и далее сдают склады в аренду производственно-торговым компаниям.

Строительство и покупка складов с целью их включения в цепь поставок представляет собой край не эпизодическую практику в условиях ресурсных ограничений для бизнеса. Критический характер сложившегося положения обусловлен нестабильностью макроэкономических условий функционирования складского девелопмента, эластичностью спроса на склады со стороны инвесторов, высокой стоимостью длинного долгового финансирования и его дефицитом на рынке. Все это трансформируется в неоправданный и необоснованный рост добавленной стоимости, что ведет к увеличению стоимости аренды и завышению стоимости конечной продукции.

Развитие рынка складов преимущественно за счет спроса на качественные логические комплексы под ритейл, дистрибуцию и сегодня уже мультимедийный многоканальный сбыт не позволяло сформировать часть предложения за счет реконструкции мощностей, доставшихся от Советского Союза. Строительство новых высокотехнологичных складов обусловило консолидацию рынка, укрупнение девелоперских структур, привело к их активному взаимодействию с банками и инвестиционными фондами.

Рынок складов оказался в глубокой зависимости от развития сферы обращения, ее качественного и взрывного роста: увеличение объемов и технологический уровень торговли обеспечили рост масштабов рынка, стимулируя развития работающих на внутренний рынок промышленных предприятий. Их развитие вместе с импортом позволило диверсифицировать источники товароснабжения внутреннего рынка, повышая спрос на качественное складское обеспечение самого товародвижения [1].

При этом, рыночная механика спекулятивного строительства складов не позволяет нам рассматривать девелопмент как деятельность, связанную с формированием складской инфраструктуры, которая нормализует развитие товарного рынка. Такая цель не преследуется девелоперами, инвесторами или банками. Все стороны имеют исключительно коммерческий спекулятивный интерес.

В настоящее время развитие торгово-логистической инфраструктуры происходит в рамках отдельно взятого бизнеса, а задачи ее развития в редких случаях сопряжены с необходимостью построить складской объект для того, чтобы включить его в собственную цепь поставок. Это происходит и на потребительском рын-

ке и на рынке сельскохозяйственном, например зерна. Высокая стоимость фондирования и ограниченный доступ к ней, растущие рыночные риски, недостаток собственного капитала – все это ограничивает возможности самостоятельного строительства складов субъектами рынка.

Понятие «складская инфраструктура» в современных исследованиях должно быть максимально концептуально приближено к реалиям рынка. Фактографическая привязка этого термина должна быть построена на двух посылах: в рамках своей функциональной и содержательной ниши, склады выполняют роль инфраструктуры, обслуживают товарный сектор экономики; с позиции рыночной механики формирования складов и их развития они не являются инфраструктурным компонентом в «чистом виде»: оно определяется спекулятивным интересом со стороны инвесторов и девелоперов, основная часть которых не относится к конечным пользователям складов (end users) и не ориентирована на их включение в свои цепи поставок.

Данный вывод имеет принципиальное значение и должен получить отражение в современных логистических исследованиях.

Все это позволяет актуализировать вопрос о том, существуют ли сегодня предпосылки и условия для трансформации спекулятивного девелопмента и перехода к модели, которая позволит создавать именно складскую инфраструктуру. При этом звенья модели будут максимально ориентированы на решение именно этой стратегической задачи, а не извлечение прибыли за счет повышения ставок капитализации.

С нашей точки зрения такие условия де факто отсутствуют. Любого рода теоретические построения мы должны формулировать их тех наличных условий, которые сегодня имеются, отталкиваясь от них.

Во-первых, в реальном секторе экономики бизнес имеет крайне слабые ресурсные возможности для формирования автономной логистики, и, тем более ее инфраструктуры. Рост торговли, требований к уровню ее товароснабжения усиливают риски вытеснения с рынка старой индустрии, которая не сможет технологически синхронизировать себя с новым масштабным и высокопроизводительным рынком. Производственные компании не пытаются создавать свои склады, но пытаются им соответствовать.

Во-вторых, логистический бизнес сегодня не выступает в качестве субъекта формирования логистической инфраструктуры, так как это не особо экономически целесообразно и дорого. Более того, доля логистических операторов в структуре арендаторов складов класса «А» снизилась с 53% в 2008 г. до 17% в 2014 г. основной акцент смещается на логистическое обслуживание клиентов.

В-третьих, усложнение складских объектов, их выход на новый технологический уровень автоматически усложняет их строительство, в котором должны быть выдержаны все основные параметры логистического функционала. По этой причине, решением данной задачи занимаются специализированные компании – складские девелоперы.

В-четвертых, в России уже сложилась модель складского девелопмента, которая имеет некоторые недостатки, не является устойчивой, крайне эластична к различным макроэкономическим шокам (кризис 2014-2015 гг. это четко показал), звенья которой разобщены. Их сопряжение имеет только экономическую основу, которая была прочной, пока спрос на рынке со стороны end users был стабилен и даже постоянно возрастал.

При этом, переход к другой – выстраивание иной модели, в ближайшие годы маловероятно, тем более сегодня, когда экономика проходит полосу кризиса, усугубленного ее структурными проблемами и санкциями со стороны Запада [4].

В-пятых, текущие жесткие экономические условия запускают новый рыночный цикл трансформации складского девелопмента в России, подчеркнуто ориентированный на повышение его эффективности. В определенной степени, можно предположить, что смена вектора формата складского девелопмента и переход к адресному строительству (built-to-suit (BTS)) это не просто рыночная стратегия дифференциации предложения на фоне жесткой ценовой конкуренции в сегменте стандартных (спекулятивных) складов. Это шаг к качественному обновлению структуры предложения, максимальной адаптации складских объектов под требования производственно-торговых компаний. Данные предположения не должны иметь форму нарратива, поскольку очевидно, что рост рынка и восстановление спроса, рано или поздно вернут в структуру предложения спекулятивные склады. Однако, увеличение доли формата BTS, на взгляд автора, должно рассматриваться в качестве актуальной, важной и вполне возможно – инвариантной на сегодняшний день – формы перехода от спекулятивного строительства к адресному созданию складских объектов.

При этом интерес всех звеньев этой модели останется прежним, но характер предложения на рынке изменится.

Кроме того, анализ складов представляется более релевантным в более широком контексте их оценки как элемента системы товародвижения, не только обеспечивающей поставки, но и формирующей накопление некоторого объема валовой добавленной стоимости.

Именно с этих позиций, научно-практический анализ складского девелопмента позволяет определить, насколько эффективна его нынешняя модель, насколько она устойчива и какую роль – какую макрозадачу должна выполнять в рамках более общих стратегических резонансов развития экономики.

На сегодняшний день, сложности финансирования складского девелопмента, отсутствие устойчивого спроса на склады со стороны инвесторов, для которых не просто подобрать арендаторов на длительные сроки аренды вызывает торможение развития складского сегмента. Формируется избыточный уровень добавленной стоимости из-за дороговизны фондирования и строительства складов.

Таким образом, оценивая с научной точки зрения предметное поле современных исследований рынка складов, автор приходит к выводу, что его релевантным компонентом, все еще не получившим серьезного развития, является анализ их функционирования с двух позиций: уровня генерируемой в складском сегменте добавленной стоимости, конкурентоспособности и справедливости цен на складское обслуживание на выходе; макроэкономического регулирования параметров функционирования складского девелопмента [2].

Обе эти позиции – ракурсы научно-практического анализа будут иметь еще большее значение в перспективе, поскольку конкуренция на мировых рынках капитала возрастает, а развитие складской инфраструктуры требует значительных инвестиций.

#### **Список литературы**

1. Городская логистика – вызов для складской недвижимости // CRE: склады и логистика. – 2017. – №10. – С.28.
2. Фильцев, С.А. Рынок складской недвижимости: эмпирическая оценка условий трансформации модели спекулятивного девелопмента / С. А. Фильцев // Успехи современной науки. – 2016. – № 2. Т. 2.

3. Фильцев, С.А. Рыночная эволюция стратегий развития девелоперов в сегменте индустриальной складской недвижимости / С.А. Фильцев // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – Ростов н/Д, 2016. – № 2.

4. Фильцев, С.А. Кризис и макроэкономические ограничения 2015-2016 гг. как фактор современной трансформации стратегий развития складского девелопмента / С.А. Фильцев // Финансовые исследования. – Ростов н/Д, 2016. – № 3.

## **ТИФЛОТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА КАК НЕОБХОДИМЫЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА ТРУДА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ПО ЗРЕНИЮ**

*Чардымская М.С.*

преподаватель, Колледж современного управления, Россия, г. Москва

Данная публикация посвящена применению тифлотехнических средств – специализированных средств труда, предназначенных для инвалидов по зрению. В ней раскрывается понятие тифлотехнических средств, рассматриваются роль и возможности тифлотехнических средств в трудовой деятельности лиц с глубоким нарушением зрения. Основное внимание в работе уделяется классификации тифлотехнических средств труда.

*Ключевые слова:* тифлотехнические средства, инвалиды по зрению, слепые, слабовидящие, трудовая деятельность.

При изготовлении продукции или оказании услуг применяются очень разнообразные средства труда. Обычно предполагается, что средствами труда может пользоваться любой работник, обладающий соответствующей профессиональной квалификацией. Однако, в отдельных случаях стандартных средств труда для осуществления производственного процесса бывает недостаточно. Одним из таких случаев является организация труда инвалидов I и II групп по зрению, к которым относятся слепые и слабовидящие. Работникам данной категории в силу глубоких нарушений зрительной функции необходимы специализированные средства труда, обеспечивающие не только возможность производства товаров и услуг, но и безопасные условия труда. Для выполнения некоторых видов работ инвалиды по зрению все же могут использовать стандартные средства труда, но чаще они применяют тифлотехнические средства.

**Тифлотехническими средствами** называются технические средства реабилитации для слепых (от греч. «тифлос» – слепой), а в широком смысле – для всех лиц, имеющих нарушение зрения [2, с. 207].

*Тифлотехнические средства реабилитации для слепых и слабовидящих представляют собой совокупность специальных средств и приспособлений, позволяющих осуществлять компенсацию выраженных нарушений функций органа зрения и способствующих активному приспособлению человека к окружающей среде [1].*

Тифлотехника предназначена для замены визуального контроля другими видами чувств, такими как слух и осязание. Тифлотехнические средства способствуют совершенствованию технологии производства, облегчают труд инвалидов и повышают его производительность.

Средства тифлотехники, применяемые инвалидами по зрению в трудовой деятельности, можно разделить по нескольким признакам. Автором данной публикации разработана **классификация тифлотехнических средств труда**, которая в обобщенной форме представлена на рис. 1.

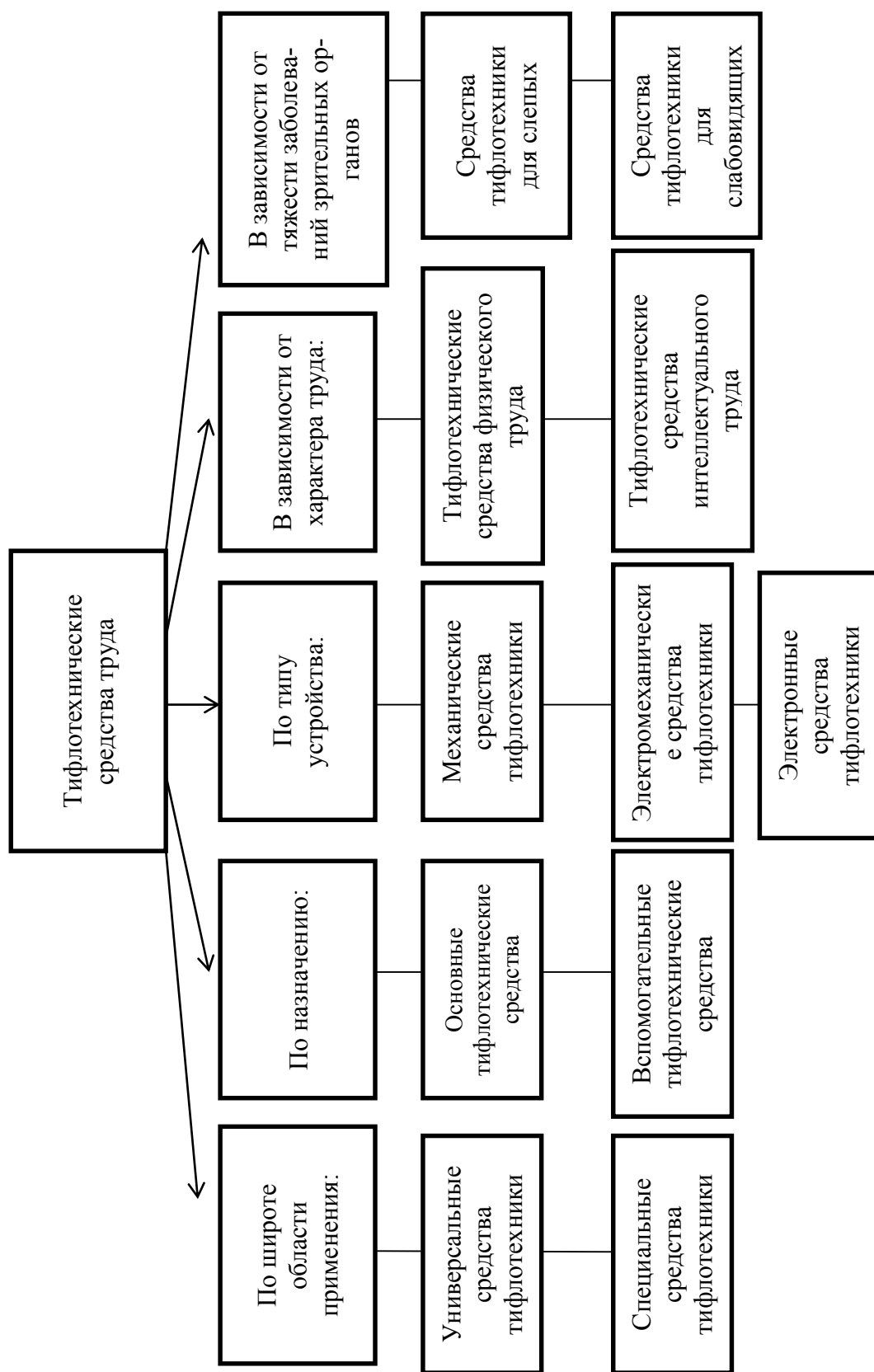


Рис. 1. Классификация тифлотехнических средств труда



По широте области применения выделяются универсальные и специальные средства тифлотехники. Универсальные тифлотехнические средства могут применяться в сферах быта, труда и досуга (часы говорящие, с выпуклым и укрупненным циферблатом, приспособления для письма шрифтом Брайля, контактные линзы). Специальные средства тифлотехники используются исключительно в трудовой деятельности (приспособления для обработки укупорочной крышки, полуавтоматы для резки трубки, стенды для проверки электрических катушек).

По назначению тифлотехнические средства делятся на основные и вспомогательные. Основные средства тифлотехники применяются непосредственно в процессе труда (приспособления для сборки электровыключателей, компьютерные речевые программы), а вспомогательные средства предназначены для улучшения условий труда (навигаторы с речевым выводом для слепых, осветительная аппаратура для слабовидящих).

По типу устройства средства тифлотехники можно разделить на механические (очки, штампы для сборки корпуса светильников), электромеханические (лупы с подсветкой, полуавтоматы для намотки электрических катушек) и электронные (электронные лупы, приборы для проверки трансформаторов).

В зависимости от характера труда тифлотехника подразделяется на тифлотехнические средства физического и интеллектуального труда. Тифлотехника для физического труда включает средства материального производства, тифлотехника для интеллектуального труда – средства доступа к информации и работы с ней.

В зависимости от тяжести заболеваний зрительных органов выделяются средства тифлотехники для слепых (тактильные трости, тифлокомпьютеры) и слабовидящих (лупы, программы экранного увеличения).

Подробнее рассмотрим тифлотехнические средства в зависимости от характера труда, основные из которых перечислены на рис. 2.

**Тифлотехнические средства физического труда** применяются для повышения производительности труда, безопасности и удобства выполнения технологических операций в сфере материального производства при отсутствии визуального контроля или с использованием остаточного зрения. Такие технические средства называют **производственной тифлотехникой**. Тифлотехнические средства физического труда обычно изготавливаются на тех же специализированных производственных предприятиях, где они эксплуатируются [4, с. 8].

Номенклатура производственных тифлотехнических средств очень многообразна. Она включает оборудование, станки, производственную и технологическую оснастку [5, с. 14]. Так, в каталоге производственной тифлотехники, выпущенном Всероссийским обществом слепых, тифлотехнические средства разделены на пять групп по видам работ [3, с. 3]:

1. Средства для механической обработки деталей: приспособления для сверления отверстий, приспособления для нарезания резьбы, приспособления для обработки укупорочной крышки и т.д.

2. Средства для обработки деталей давлением: штампы для изготовления пружин, полуавтоматы для резки трубки, установки для снятия изоляции с провода, приспособления для подрезки кисточек и пр.

3. Средства для сборки изделий: приспособления для сборки электровыключателей и электрических розеток, полуавтоматы для намотки электрических катушек, штампы для сборки корпуса светильников, приспособления для сборки замков зажигания, приспособления для нанесения краски и т.п.

4. Средства для контроля качества изделий: стенды для проверки электрических катушек, приборы для проверки трансформаторов, приборы для контроля проводов, приспособления для маркировки колпачков и др.

5. Средства для трудоустройства на дому. Включают разнообразные тифлотехнические средства для механической обработки деталей, обработки деталей давлением и сборки изделий, адаптированные для эксплуатации в домашних условиях.

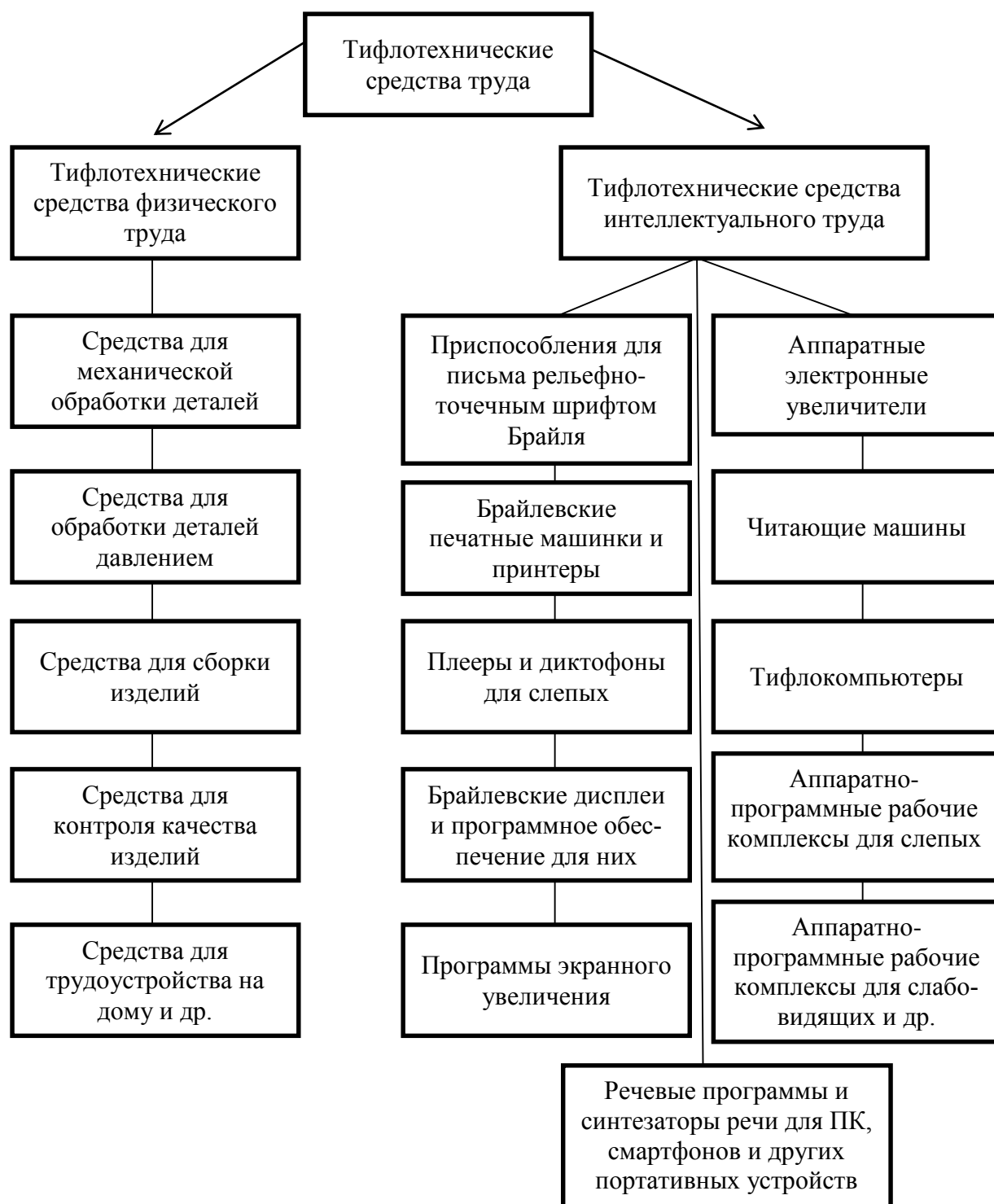


Рис. 2. Основные тифлотехнические средства в зависимости от характера труда

**Тифлотехнические средства интеллектуального труда** предназначены для обеспечения доступа слепых и слабовидящих к информации, а также для удобства

ее сбора, обработки и хранения. Физический труд инвалидов по зрению, как правило, является ручным или малоавтоматизированным, в то время как технологии, применяемые работниками с нарушением зрения в интеллектуальном труде, часто весьма производительны и достаточно быстро совершенствуются. В связи с этим тифлотехнические средства интеллектуального труда также обновляются гораздо быстрее, чем производственная тифлотехника. Кроме того, тифлотехнические средства физического труда создаются сугубо для производственной деятельности, т.е. относятся к специальной тифлотехнике, а тифлотехнические средства интеллектуального труда почти всегда могут использоваться и в других сферах жизнедеятельности, т.е. являются универсальными.

Тифлотехника для интеллектуального труда слепых и слабовидящих включает следующие средства: приборы, грифели и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, плееры и диктофоны для слепых, речевые программы для персональных компьютеров, смартфонов и других портативных устройств, программные и аппаратные синтезаторы речи, брайлевские дисплеи и программное обеспечение для них, программы экранного увеличения (программы-увеличители), аппаратные электронные увеличители, программы для перевода шрифта Брайля, программы для преобразования графического текста в электронный текст, читающие машины, брайлевские печатные машинки и принтеры, органайзеры для слепых, тифлокомпьютеры, стационарные и мобильные аппаратно-программные рабочие комплексы для слепых и слабовидящих и др.

Особо в применении тифлотехнических средств интеллектуального труда следует выделить роль компьютерной техники и компьютерных технологий. Современные возможности работы на компьютере позволяют слепым и слабовидящим достаточно эффективно реализовать свой трудовой потенциал, так как они существенно увеличивают функциональные возможности труда. Адаптация компьютерной техники к физическим особенностям инвалидов по зрению осуществляется с помощью различных компьютерных тифлотехнологий. Компьютерные тифлотехнологии для слепых выполняют перевод информации, выводимой на дисплей компьютера, в форму, доступную для восприятия незрячими пользователями [6, с. 46]. Они являются дополнением к обычному персональному компьютеру. К компьютерным тифлотехническим средствам для слабовидящих относятся специализированные программы экранного увеличения, а также специальные возможности стандартных компьютерных программ.

Если работа на персональном компьютере стала привычной во многих сферах деятельности, в том числе достаточно широко приобщились к ней инвалиды по зрению, то тенденцией последних лет становится применение в труде мобильных устройств, которые также становятся доступными для слепых и слабовидящих благодаря озвучиванию или увеличению информации, выводимой на дисплее. К таким устройствам главным образом относятся планшетные компьютеры и смартфоны. Достоинствами мобильных устройств для незрячих работников интеллектуального труда являются сочетание многих возможностей работы с текстовой информацией, свойственных персональным компьютерам, с возможностью коммуникации, присущей сотовым телефонам, в компактном аппарате, а также помощь в ориентации и передвижении посредством функций навигатора.

Подводя итог, отметим, что тифлотехнические средства можно выделить в особую группу средств труда для одной из категорий работников. Применение тифлотехнических средств обеспечивает трудоустройство инвалидов по зрению как

лиц, относящихся к социально незащищенным слоям населения. Следовательно, развитие и более широкое внедрение тифлотехнических средств труда, особенно инновационных, будет способствовать созданию тысяч новых рабочих мест для слепых и слабовидящих, расширению круга видов экономической деятельности, в которых они могут осуществить профессиональную самореализацию, росту материального благосостояния этих граждан. Практические меры по интенсификации развития и внедрения средств тифлотехники в комплексе с совершенствованием системы профессиональной реабилитации инвалидов должны осуществляться различными субъектами экономики и социальной сферы: работодателями, трудоустраивающими лиц с глубоким нарушением зрения, государственными органами труда, социального страхования и социальной защиты населения, общественными объединениями инвалидов.

### **Список литературы**

1. Методические рекомендации по обеспечению инвалидов техническими средствами реабилитации в рамках федерального перечня реабилитационных мероприятий, технических средств реабилитации и услуг, предоставляемых инвалиду, от 30.12.2005 № 2347-р.
2. Ермаков В.П., Якунин Г.А. Основы тифлопедагогики: развитие, обучение и воспитание детей с нарушениями зрения: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Гуманитарный издательский Центр «Владос», 2000. 240 с.
3. Каталог производственной тифлотехники. М.: ВОС, 1988. 99 с.: ил.
4. Рейфман М.Б. Производственная тифлотехника: Учебное пособие. М.: ВОС, 1976. 95 с.: ил.
5. Усик В.А. Технические средства для инвалидов по зрению. М.: ИПТК «Логос» ВОС, 2003. 212 с.
6. Швецов В.И., Рощина М.А. Компьютерные тифлотехнологии в социальной интеграции лиц с глубокими нарушениями зрения: Учебное пособие. Нижний Новгород: Нижегородский гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2007. 154 с.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ**

***Шенишинов Ю.В.***

доцент кафедры экономики, канд. экон. наук, доцент,  
Сибирский университет потребительской кооперации, Россия, г. Новосибирск

В статье рассматриваются особенности систем оплаты труда в зарубежных странах, в частности на американских фермах. Исследована специфика оплаты труда в аграрной и сельскохозяйственной сфере. В заключении даны общие выводы и резюме относительно эффективного стимулирования человеческих ресурсов.

*Ключевые слова:* компенсации, оплата труда, фермы, сотрудники, работодатели.

Система оплаты труда работников сельского хозяйства базируется на выработке в час и предполагает фиксированную часть, как и в нашей стране. Однако эффективные компенсационные пакеты идут намного глубже и могут считаться полными премиальными системами, которые содержат неденежные, прямые и косвенные элементы.

- Неденежная компенсация – любая выгода, которую сотрудник получает от работодателя или работы, которая не включает материальную стоимость. Это предполагает карьеру и социальные вознаграждения, такой как обеспеченность работой, гибкие часы, возможность для роста, похвала и признание.

- Прямая компенсация – основная заработная плата сотрудника, которая может быть годовым окладом или почасовой заработной платой плюс любой основной сотрудник получает, такие бонусы, как премии разделения прибыли.

- Косвенная компенсация более различна. Это включает все из юридически необходимых общественных программ защиты, таких как социальное обеспечение, медицинскую страховку, пенсионные программы, оплачиваемый отпуск, заботе о детях или текущих расходах.

Все типы компенсации важны. Работодатели имеют большое разнообразие элементов компенсации, чтобы выбрать из них оптимальные, но ограничены так же их собственными предвзятыми мнениями о компенсационных пакетах, так как они ограничены бюджетными средствами. Объединяя многие из этих альтернатив компенсации, прогрессивные менеджеры могут создать пакеты, которые являются столь же отдельными сотрудниками, которые получают их.

Общее согласие недавних исследований состоит в том, что плата должна быть связана с работой, чтобы быть эффективной. Однако с сельскохозяйственными рабочими местами сложнее. Компания-производитель может предложить премию для достижения исполнительской цели, но работа фермы затронута многими факторами, по которым сотрудники не имеют никакого влияния. Успешные менеджеры должны тогда искать области, где сотрудники действительно влияют и основывают исполнительские цели в этих направлениях. Ферма может извлечь выгоду из предложения премий срока пребывания для давних сотрудников, стимулы ремонта оборудования, поощрить хорошее обслуживание оборудования или премии для того, чтобы приехать на работу вовремя.

Таблица

#### Прямые альтернативы компенсации

Основная зарплата	Наличная заработная плата сотруднику <i>Поскольку выплата заработной платы является общепринятой практикой, конкурентное преимущество может иметь место только, когда более высокая зарплата</i>
Побудительная плата	Премия выплачивается, когда указанные исполнительские цели достигнуты <i>Стимулы могут вдохновить сотрудников достигать более высоких исполнительских уровней и заставлять их достигать целей ферм</i>
Фондовые опционы	Право купить часть бизнеса, который может быть дан сотруднику, чтобы вознаградить превосходное обслуживание <i>Сотрудник, который владеет долей бизнеса, намного более вероятно пойдет дополнительная доля для фермы</i>
Премии	Подарок, делаемый иногда, чтобы вознаградить исключительную работу или за особые случаи <i>Премии могут показать, что работодатель ценит сотрудников; они гарантируют, что хорошая работа вознаграждена</i>

Спросите десять различных людей, что есть справедливая заработная плата, и вы получите десять различных ответов. В то время как нет никаких надежных правил для определения справедливой заработной платы, важность задачи очевидна. Исследование указывает, что сотрудники ожидают заработную плату в:

- 1) покрытии основных расходов на проживание;
- 2) не отставании от инфляции;
- 3) предоставлении некоторых средств для сбережений или отдыха;
- 4) увеличении свободного времени.

Обсуждение ожиданий заработной платы с сотрудниками может помочь определить то, на что должен быть похожим ваш компенсационный пакет.

Первые работодатели должны рассмотреть, когда развитие компенсационных пакетов является справедливостью. Жизненно важно, чтобы компании поддерживали внутреннюю и внешнюю акцию. Внутренняя акция относится к справедливости между сотрудниками в том же самом бизнесе, в то время как внешняя акция относится к справедливости заработной платы по сравнению с другими фирмами или компаниями. Неважно, какой уровень компенсации, если внутренняя или внешняя акция – нарушенные сотрудники, могут стать неудовлетворенным. Это становится очевидным через уменьшенную производительность, абсентеизм или сотрудников, оставляющих бизнес.

Так что составляет справедливую заработную плату? Один подход к определению справедливой заработной платы является исследованием конъюнктуры рынка. Это – быстрый и легкий способ установить рекомендации по компенсации для многих компаний. Несколько телефонных звонков другим работодателям в подобных компаниях могут определить стоимость «рынка» для определенной работы. К сожалению, эта техника не обязательно хорошо подходит для сельхозпроизводителей. Сельскохозяйственный менеджер может сделать неофициальные обзоры других сельхозпроизводителей, чтобы определить «обычную ставку» для труда или изменить существующие исследования несельскохозяйственных компаний, чтобы сравнить сотрудников наборами навыков, а не должностями. Например, работа грузоподъемником на фабрике и вождение трактора могут потребовать подобных навыков и поэтому могут быть компенсированы одинаково.

Оценка работы – другая техника, которая может использоваться, чтобы установить равноправную ставку заработной платы. Это метод – более систематический и рациональный подход к внутренней акции, потому что это оценивает рабочих согласно факторам, таким как образование, умение, опыт и ответственность.

Основанная на умении плата – подход, который основывает ставку заработной платы на квалификациях человека, делающего работу, а не на самой работе. Сотрудники с подобными навыками группируются, независимо от должности, чтобы сформировать профессиональные классы или сорта. Эти классы определяют уровень платы. Эта техника скорее и легко может быть применена к сельскохозяйственным предприятиям.

Расширение полосы частот использовалось в исследовании Корнелльского университета. Пять уровней компетентности были развиты, чтобы классифицировать сотрудников согласно их полномочиям по принятию решения, уровню квалификации и контролирующей способности. Каждый сотрудник был классифицирован как являющийся на одном из следующих пяти уровней компетентности:

- Уровень 1: Сотрудники, которые очень плохо знакомы с фермой или не имеют никаких продвинутых навыков.
- Уровень 2: Очень специализированные люди, которые выступают от одной до множества задач, которые требуют обучения.

– Уровень 3: Сотрудники, которые очень квалифицированы, по крайней мере, в одной указанной области и имеют контролирующую способность и полномочия по принятию решения над очень ограниченной частью бизнеса.

– Уровень 4: Сотрудники с исключительными уровнями квалификации, которые принимают решения, которые затрагивают все области операции. У этих людей есть потенциал для широкого наблюдательного органа и полномочий по принятию решения.

– Уровень 5: Это самые квалифицированные и компетентные штатные сотрудники. У них есть полный наблюдательный орган и большинство полномочий по принятию решения, данных любому полностью занятому сотруднику.

Управляющие фермами сталкиваются со многими решениями каждый день. Нахождение равноправной структуры заработной платы может быть трудным. Успешные сельхозпроизводители полагаются в большой степени на здравый смысл, когда дело доходит до управленческих решений. Область компенсации сотрудника не должна отличаться. Если вы хотите, чтобы ваши сотрудники были прогрессивны, вознаградите их за новые идеи. Если вы хотите, чтобы ваши сотрудники оставались с вами в течение долгого времени вместо того, чтобы иметь необходимость обучить новых сотрудников каждый сезон, предложите премии или связывайте их заработную плату с их сроком пребывания. Если вам нужны сотрудники, которые приходят вовремя, упорно работают, и могут выполнить самую сложную из задач – примите на работу тех людей; вознаградите тех людей; продвиньте тех людей. Так гласит американская практика работы с персоналом в аграрном секторе экономики.

#### **Список литературы**

1. Полтарыхин, А.Л. Перспективы развития человеческого капитала в аграрном секторе экономики / А.Л. Полтарыхин, С.А. Шелковников, И.Г. Кузнецова // Вестник Академии. 2015. № 3. С. 65-69.

2. Полтарыхин, А.Л. Особенности мотивации интеллектуального труда в экономике знаний / А.Л. Полтарыхин, О.Н. Альхименко // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2014. № 5 (71). С. 96-103.

3. Строителева, Е.В. Стратегическое планирование : учебное пособие для магистров / Е.В. Строителева, А.Ю. Тарасова. Барнаул, 2015.

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ФИНТЕХ-СТАРТАПОВ И НЕОБАНКИНГА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ В ОПТИКЕ ИННОВАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ КОНКУРЕНЦИИ**

***Шхалахова С.Ю.***

аспирант кафедры маркетинга и рекламы,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),  
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье автор предлагает более прогрессивное толкование и видение современных принципов и подходов в построении и развитии финтех-компаний, которое опирается на мощный базис современных инновационных концепций конкуренции, позволяющих сегментировать рынки и иначе взглянуть на процесс построения и маркетингового управления финтех-инновациями на рынке.

*Ключевые слова:* финтех-маркетинг, теория подрывных инноваций, теория создания голубого океана.

Развитие финтех-индустрии с точки зрения маркетинга требует формирования некоторой теоретической определенности относительно того, на какие стратегии роста могут опираться традиционные банки и финтех-стартапы, внедряя новые инновационные технологии и решения.

Отправной точкой для выбора маркетинговых стратегий является теоретическая сетка типовых родовых стратегий, разработанных М. Портером и И. Ансоффом.

Дальнейшее развитие как традиционных банков в направлении внедрения финтех-сервисов, так и самих финтех-банков и финтех-стартапов требует формирования теоретически более внятного – углубленного понимания того, каким образом будет происходить формирование конкурентных преимуществ в рамках стратегии, на какой ресурс опираться и что позволит обеспечить.

Важный посыл настоящей главы состоит в том, что несмотря на самые глубокие и результативные преобразования финтеха, которые он вносит в сферу традиционного банкинга, ключевое значение будет иметь сам финансовый продукт, который практически не изменяется. Несмотря на различные технологические преобразования процессов передачи данных (загрузка данных с биржи в мобильный телефон вместо передачи данных телеграфом) потребность клиента в самом банковском продукте практически не изменяется:

- необходимо получить приемлемый процент по депозиту;
- чтобы капитал, находящийся в доверительном управлении инвестиционного фонда давал положительный финансовый результат от его инвестиций;
- чтобы дивиденды, которые дает участие в акционерном капитале компании были достаточно высокими и стабильными и др.

Все эти условия финтех-индустрия выполнить не в состоянии, поскольку она практически не трансформирует сам финансовый продукт, а представляет собой операционно привлекательную функциональную надстройку над традиционными финансовыми услугами.

При этом операционное совершенствование процессов финансового обслуживания за счет создания новых альтернативных бизнес – моделей финтеха позволяет существенно сократить издержки и в разы снизить уровень комиссии, взимаемой финтех-компанией за обслуживание.

Учитывая данный факт, возникает задача выбора типовой маркетинговой стратегии развития финтех-компаний или финтех-преобразования системы обслуживания традиционных банков, из теоретической линейки родовых стратегий И. Ансоффа и М. Портера.

В рамках 4-х ключевых стратегий, предложенных И. Ансоффом (стратегия проникновения на рынок, стратегия развития рынка, стратегия развития товара, стратегия диверсификации) внедрение финтех-инноваций происходит в рамках стратегии развития рынка или стратегии расширения «старый товар/новый рынок». С точки зрения теории, данная стратегия «в наибольшей степени подходит компаниям компетентным в сфере маркетинга, то есть имеющим опыт и возможности для эффективного продвижения, реализации рекламных компаний, работы с клиентами, построения и поиска каналов сбыта [4, с. 177-178].



Стратегии развития товара или диверсификации не подходят по причине того, что финтех-стартапы не развивают сам финансовый продукт. Стратегия проникновения на рынок также не совсем корректна по причине того, что банальная работа в квадранте матрицы портфельного анализа И. Ансоффа «старый товар/старый рынок» не подходит финтех-индустрии.

Разработка альтернативных финтех-решений, вывод на рынок новых бизнес-моделей формируют новый уровень сервисного удобства – новый потребительский сегмент с поведенческими моделями, переход к которым стимулирует появление такого инновационного сервиса.

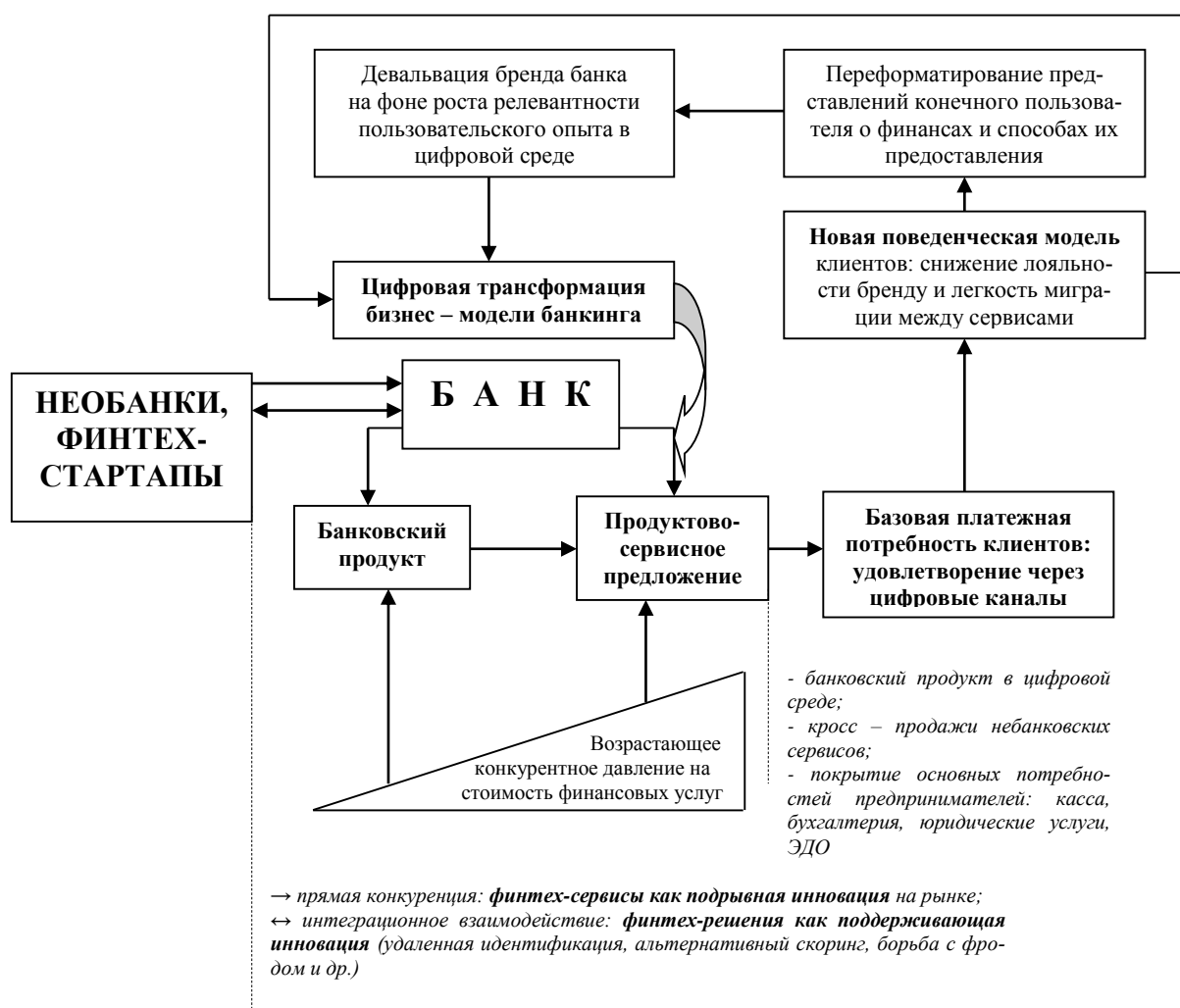


Рис. Цифровая трансформация банкинга и базовой платежной потребности клиента

Для того, чтобы более емко обозначить рыночное предложение в сфере финансового обслуживания более удобным и точным будет использование термина «продуктово-сервисное предложение». Это позволяет обозначить все компоненты, которые формируют потребительскую лояльность к продукту, а также подчеркнуть тот факт, что сам продукт фактически не отделим от сервиса. Через сервис он подается клиенту и здесь же формируется точка касания клиента.

Таким образом, применение цифровых технологий в рамках финтеха с целью предоставления финансовых услуг позволяет создать дополнительный уровень лояльности клиента, не через изменение финансового продукта, а через совершенствование технологической платформы коммуникационного доступа к нему со стороны пользователя.

Маркетинговая сила (разрешающая) сервисного компонента определяется в данном случае спецификой самого финтех-маркетинга, например, в сфере платежной индустрии и кредитования, который имеет две базовые особенности.

«Во-первых, следует от реальной проблемы бизнеса, решение которой позволит увеличить объемы продаж товаров и услуг и прибыль от них. А во-вторых, позволяет сгенерировать дополнительные выгоды для ритейлера от внедрения той или иной инновации, зачастую намного превышающие «чистые» экономические показатели какого-либо отдельно взятого нового сервиса или продукта» [2, с. 16].

На рынке «в2в» поставщики платежных (эквайринговых и других) решений зачастую предлагают клиенту не адекватный его потребностям продукт, разработка которого, вероятно, не опирается на прямоточное изучение матрицы потребительских трудностей, что приводит к разработке продукта на основе технологических новаций и ценностей, которые не являются достаточно релевантными с точки зрения пользовательского опыта.

Финтех-маркетинг с опорой на инновации – это предельно клиенто-ориентированный подход, в рамках которого разработка альтернативных финтех-решений идет от потребностей клиента, а не от свойств самого продукта как таковых.

Рыночный успех финтех-инноваций состоит в том, что они позволили создать новый уровень сервисного удобства и выступили подрывной маркетинговой инновацией по отношению к стационарным системам финансового обслуживания клиентов в устоявшихся бизнесах (банки, управление активами).

Широта применения финтеха не позволяет сегодня точно обозначить его принадлежность к определенному отраслевому сегменту, поскольку инновационное развитие цифровых технологий происходит одновременно на совершенно различных рынках, начиная с мобильных переводов и заканчивая биометрической идентификацией.

Априори можно предположить, что финтех-инновации несут на эти рынки различный уровень дополнительного пользовательского удобства, что означает дифференциацию уровня воздействия финтех-сервисов на пользование отдельно взятым финансовым продуктом.

Таким образом, можно констатировать, что финтех-инновации генерируют дополнительный уровень потребительской лояльности за счет создания дополнительного удобства использования финансовых продуктов без изменения самих продуктов, что позволяет им расширить потребительский сегмент и создавать фактически новые рынки, на которых лояльность потребителей формируют инновационные финтех – сервисы, а также сами продукты. Это означает, что в рамках матрицы портфельного стратегического анализа И. Ансоффа, развитие финтех-индустрии происходит в рамках стратегии «развития рынка».

Другой известный ученый М. Портер предложил три базовые родовые стратегии, которые позволяют описать специфику и способ конкурентного маркетингового развития бизнеса: лидерство по затратам, дифференциация, сфокусированность [4, с. 240].

Маркетинговая оценка специфики развития финтех-стартапов показывает, что они фактически применяют одновременно две стратегии: лидерство по издержкам и дифференциации. Возможны варианты сфокусированного применения этих стратегий, но они являются не самыми важными частностями в этом смысле.

Теоретическая значимость подбора маркетинговой стратегии для финтех-компаний состоит в том, что они могут одновременно совмещать обе стратегии,

что в целом не вписывается в «академическое» маркетинговое понимание их специфики, категорично указывающее на возможность выбора только одной из них. Если бизнес генерирует добавленную ценность, которая обеспечивает дифференцированную конкурентную отстройку от альтернативного предложения и рыночную силу по отношению к нему, то возникают дополнительные издержки, не позволяющие уже лидировать по данному показателю. Таковы постулаты классического стратегического маркетинга, которые вполне логичны, понятны, где-то аксиоматичны и подкреплены множеством отраслевых примеров, делающих постулаты более правилом, чем исключением.

Однако, рассматривая финтех-инновации и развитие финтех-индустрии в целом, можно констатировать, что реализация по сути подрывных финтех-инноваций, обеспечивает одновременно двойной эффект:

- дополнительную потребительскую ценность финтех-сервисов и удобства их использования, которые по отношению к традиционным формам обслуживания создают конкурентную дифференциацию;

- более низкие издержки обслуживания.

Наложение этих эффектов означает, что категоричное научное разграничение стратегий М. Портера «не работает» применительно к финтех-индустрии: более эффективные бизнес-модели финтеха и альтернативные финтех-решения позволяют дифференцироваться с минимальными издержками. Именно этим свойством обеспечивается рыночная привлекательность финтеха, которую невозможно повторить в рамках традиционного предложения финансовых продуктов.

Несмотря на тот факт, что понятие «подрывная инновация» было введено К. Кристенсеном, который продолжил исследования М. Портера, но пришел на наш взгляд, к более глубоким и радикальным выводам. М. Портер внес значительный вклад в эти исследования в части изменений, вызываемых появлением революционных технологий. Он изучал роль инноваций с точки зрения эволюционной динамики технологического развития отраслей промышленности, в которой имеют место две основные тенденции: постепенное развитие технологических процессов и продуктов, и скачкообразное, связанное с периодическим появлением радикально новых технологий и приводящее к радикальным изменениям в отрасли» [2, с. 126-127].

Однако, в контексте маркетингового «прочтения» результатов научных исследований М. Портера, можно констатировать, что они оказались, не столь дальновидны, как работы К. Кристенсена. Эмпирически маркированная констатация М. Портером специфики отраслевых инновационных изменений не позволила ученому выделить одну их важную закономерность, которая фактически надламывает привычную классификацию маркетинговых стратегий, в которой усиление конкурентного потенциала продукта прямо коррелировано расходами на его обеспечение.

В реальной рыночной практике такая корреляция иногда нарушается, что открывает принципиально новые возможности перестройки продукта и/или бизнес-модели, которые предельно лаконично раскрыты в теории создания «голубого океана», название которой метафорично означает создание новых рынков, свободных от конкурентов. Формируется некоторая инновация ценности в области, где компания способна эффективно влиять на структуру издержек через избирательную перебалансировку потребительской ценности предлагаемой покупателям. Как отмечают В. Чан Ким и Рене Моборн, «снижение издержек происходит за счет упразднения и снижения факторов, по которым идет конкуренция в контентной от-

расли. Ценность для покупателя возрастает благодаря созданию и развитию элементов, которые эта отрасль никогда не предлагала. Со временем издержки становятся все меньше за счет эффекта масштаба производства вследствие больших объемов продаж, генерируемых идеальной ценностью» [1, с. 36].

Таким образом, такой скачек в инновации ценностей исключает необходимость выбора между дифференциацией или лидерством по издержкам. В финтех-индустрии данный компромисс был исключен, например, за счет перевода финансовых услуг в цифровые каналы, что позволило практически полностью исключить потребность в филиальной сети и сократить связанные с этим статьи затрат. При этом, обслуживание покупателей в онлайн оказалось более удобным, что дополнило ценность самого продукта большими сервисным удобством его предложения – потребления со стороны пользователя.

### **Список литературы**

1. Ким В. Чан. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн ; пер. с англ. И. Ющенко. – 6-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фабер, 2016.
2. «Плачу как хочу»: оплата с баланса как финтех-маркетинговый прорыв // Retail&Loyalty. – 2016. – №7 (61).
3. Сулумов И.О., Тавбулатова З.К. Роль революционных инноваций в преобразовании структур отраслей, а также деятельности предприятий // Научные исследования и разработки студентов сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»; Харьковский национальный педагогический университет имени Сковороды; Актюбинский региональный государственный университет им. К. Жубанова; ООО «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс». – 2016.
4. Эванс В. Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / В. Эванс ; пер. с англ. В.Н. Егорова. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015.

Подписано в печать 09.01.2018. Гарнитура Times New Roman.

Формат 60×84/16. Усл. п. л. 8,14. Тираж 500 экз. Заказ № 7

ООО «ЭПИЦЕНТР»

308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 1

ООО «АПНИ», 308000, г. Белгород, Народный бульвар, 70а