

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ВЕСТНИК

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

№ 1 (53), МАРТ, 2016

V E S T N I K

OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 1 (53), MARCH, 2016

**РОСТОВ-НА-ДОНУ
2016**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 1 (53), МАРТ, 2016

Научно-практический журнал.
Издается с 1996 года.
Периодичность — 4 номера в год.
№ 1 (53), 2016

Журнал «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» включен в «Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list/).

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия от 14.10.2005 ПИ № ФС77-22006.

Подписной индекс 94061 (на год)
в каталоге «Пресса России»
или на сайте www.arpk.org.

Международный стандартный номер
серийного издания: **ISSN 1991–0533**

Адрес редакции журнала:

344002, Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 69, к. 337.

Тел. (863) 237–02–75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Ростовский государственный
экономический университет
(РИНХ), 2016

Главный редактор

Заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор

Альбеков Адам Умарович

Заместитель главного редактора

Заслуженный работник высшей
школы Российской Федерации,
доктор экономических наук, профессор

Джуха Владимир Михайлович

Ответственный секретарь

доктор экономических наук, доцент

Пархоменко Татьяна Валерьевна

Рукописи представляются в редакцию в электронном виде (на диске или по электронной почте vestnik.rsue@mail.ru). Редакция в обязательном порядке осуществляет экспертную оценку (рецензирование, научное и стилистическое редактирование) всех материалов, публикуемых в журнале.

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Мнение редакции и членов редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикации.

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 1 (53), MARCH, 2016

Scientifically-practical journal.
First published in 1996.
Periodical — 4 issues per year.
№ 1 (53), 2016

Journal «Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)» is included in «List of Russian peer-reviewed scientific journals, which should be published by major scientific results of theses for degree of doctor and candidate of sciences» (http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list).

Edition is registered in Federal service of control for keeping legitimation in sphere of mass communication and defence of heritage since the 14.10.2005 PI № FS77–22006.

Index 94061 (for one year)
in catalog «The Russian Press»
or online at www.arpk.org.

International Standard Serial Number:
ISSN 1991–0533

Publishing address of the journal:

344002, Rostov-on-Don,
B. Sadovaya st., 69, room 337.
Tel. (863) 237–02–75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

© Rostov State
University of Economics
(RINH), 2016

Editor-in-Chief

Honored Worker of Science
of Russian Federation,
Ph. D. in Economics, professor

Albekov Adam Umarovich

Deputy Editor-in-Chief

Honored Worker of High School
of Russian Federation,
Ph. D. in Economics, professor

Dzhukha Vladimir Michailovich

Executive Secretary

Ph. D. in Economics, associate profes-
sor

Parkhomenko Tatiana Valerievna

Received manuscripts available in electronic form (on disk or by e-mail: vestnik.rsue@mail.ru). Editorial compulsorily provides expert assessment (peer review, scientific and stylistic editing) of all materials published in the journal.

Review the requirements for materials on site of journal: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Opinion of editorial and board members do not necessarily reflect the views of the authors of the publication.

Responsibility for the content of publications and reliability of the facts carried by the authors of materials.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ

- Адамов Величко** — профессор, доктор, ректор Хозяйственной академии им. Д. А. Ценова (Болгария)
- Атоян Корюн Лукашович** — доктор экономических наук, профессор, ректор Армянского государственного экономического университета (Армения)
- Баумштарк Люк** — профессор, доктор, декан факультета экономики и менеджмента Университета им. братьев Люмьер — Лион 2 (Франция)
- Валлер Ева** — профессор, доктор, декан факультета бизнеса Университета прикладных наук, г. Бохум (Германия)
- Глушек Ярослав** — кандидат наук, профессор, ректор Университета им. Грегора Менделя, г. Брно (Чешская Республика)
- Зверяков Михаил Иванович** — доктор экономических наук, профессор, корр. НАН Украины, ректор Одесского национального экономического университета (Украина)
- Пономаренко Владимир Степанович** — доктор экономических наук, профессор, ректор Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеца (Украина)
- Цекурас Яннис** — профессор, доктор, президент Ассоциации экономических университетов Южной и Восточной Европы и региона Черного моря (Греция)
- Черниченко Геннадий Александрович** — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель образования и науки Украины, декан экономического факультета Донецкого национального университета (Украина)
- Шимов Владимир Николаевич** — доктор экономических наук, профессор, ректор Белорусского государственного экономического университета (Республика Беларусь)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Боровская Марина Александровна** — доктор экономических наук, профессор, ректор Южного федерального университета, Председатель Совета ректоров вузов Южного федерального округа
- Емельянов Владимир Викторович** — доктор экономических наук, профессор, руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области (Ростовстат)
- Кобилев Алексей Геннадьевич** — доктор экономических наук, профессор, вице-президент Торгово-промышленной палаты Ростовской области
- Кузнецов Владимир Васильевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии сельскохозяйственных наук
- Максимцев Игорь Анатольевич** — доктор экономических наук, профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета
- Украинцев Вадим Борисович** — доктор экономических наук, профессор, директор Представительства Внешэкономбанка в Южном федеральном округе
- Халын Виктор Геннадьевич** — кандидат экономических наук, член совета Ростовского областного отделения общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»
- Чернышев Михаил Анатольевич** — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Теория и технологии в менеджменте» экономического факультета Южного федерального университета
- Эскиндаров Михаил Абдурахманович** — доктор экономических наук, ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

- Adamov Velichko** — Professor, Dr., Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
- Atoyan Koryun L.** — Professor, Dr., Rector of Armenian State University of Economics (Armenia)
- Baumstark Luc** — Professor, Dr., Dean of Faculty of Economics and Management of Université Lumière Lyon 2 (France)
- Waller Eva** — Professor, Dr., Dean of Department of Business of Bochum University of Applied Sciences (Germany)
- Hlušek Jaroslav** — Professor, CSc., Rector of Mendel University in Brno (Czech Republic)
- Zveryakov Mikhail I.** — Doctor of Economics, Professor, corr. NAS of Ukraine, Rector of Odessa National Economic University (Ukraine)
- Ponomarenko Vladimir S.** — Professor, Dr., Rector of Kharkiv National Economic University of S. Kuznets (Ukraine)
- Tsekouras Yannis** — Professor, Dr., President of the Association of Economic Universities of South and Eastern Europe and the Black Sea Region (Greece)
- Chernichenko Gennadiy A.** — Doctor of Economics, Professor, Honored Worker of Education and Science, Dean of the Faculty of Donetsk National University (Ukraine)
- Shimov Vladimir N.** — Professor, Dr., Rector of Belarus State Economic University (Republic of Belarus)

EDITORIAL COUNCIL

- Borovskaya Marina A.** — Professor, Dr., Rector of Southern Federal University, Chairman of the Council of Rectors of the Southern Federal District
- Yemelyanov Vladimir V.** — Doctor of Economics, Professor, Director of Territorial Agency of Federal State Statistics Service in the Rostov Region
- Kobilev Alexey G.** — Doctor of Economics, Professor, Vice-President of Chamber of Commerce and Industry of Rostov region
- Kuznetsov Vladimir V.** — Academician of the Russian Academy of Agricultural Sciences, Doctor of Economic, Professor
- Maksimtsev Igor A.** — Professor, Dr., Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Academician of International Academy of Higher Education, Honorary Doctor of Bucharest Academy of Economic Studies Rector of Saint Petersburg State University of Economics
- Ukraintsev Vadim B.** — Doctor of Economics, Professor, Vnesheconombank' Director Representative in Southern Federal District
- Khalyn Victor G.** — Candidate of Economic Science, the Chairman of the Rostov Regional Office of Public Organization of Small and Average Business «Support of Russia»
- Chernyshev Michael A.** — Professor, Chairman of Department «Theory and Technology management» of Faculty of Economics of Southern Federal University
- Eskindarov Michael A.** — Professor, Dr., Rector of the Financial, University under Government of Russian Federation, Corresponding Member of Russian Academy of Education

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Акопова Елена Сергеевна — доктор экономических наук, профессор
Гиссин Виталий Исаевич — доктор экономических наук, профессор
Губанов Александр Григорьевич — доктор экономических наук, профессор
Денисов Михаил Юрьевич — доктор экономических наук, профессор
Евсюкова Татьяна Всеволодовна — доктор филологических наук, профессор
Золотарёв Владимир Семёнович — доктор экономических наук, профессор
Карасев Денис Николаевич — кандидат физико-математических наук
Костоглодов Дмитрий Дмитриевич — доктор экономических наук, профессор
Кузнецов Николай Геннадьевич — доктор экономических наук, профессор
Наливайский Валерий Юрьевич — доктор экономических наук, профессор
Ниворожкина Людмила Ивановна — доктор экономических наук, профессор
Седенко Василий Игоревич — доктор физико-математических наук, профессор
Таранов Петр Владимирович — доктор экономических наук, профессор
Тяглов Сергей Гаврилович — доктор экономических наук, профессор
Усенко Людмила Николаевна — доктор экономических наук, профессор

EDITORIAL BOARD

Akopova Elena S. — Doctor of Economics, Professor
Gissin Vitaliy I. — Doctor of Economics, Professor
Gubanov Alexander G. — Doctor of Economics, Professor
Denisov Mikhail Y. — Doctor of Economics, Professor
Evsukova Tatiana V. — Doctor of Philology, Professor
Zolotariov Vladimir S. — Doctor of Economics, Professor
Karasiov Denis N. — Candidate of Physics and Mathematical Sciences
Kostoglodov Dmitriy D. — Doctor of Economics, Professor
Kuznetsov Nikolai G. — Doctor of Economics, Professor
Nalivayskiy Valeriy Y. — Doctor of Economics, Professor
Nivorozhkina Ludmila I. — Doctor of Economics, Professor
Sedenko Vasiliy I. — Doctor of Physics and Mathematical Science, Professor
Taranov Peter V. — Doctor of Economics, Professor
Tyaglov Sergei G. — Doctor of Economics, Professor
Usenko Ludmila N. — Doctor of Economics, Professor

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 1 (53), МАРТ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами _____	11		
<i>Андреева Е. Ю., Украинцев В.Б.</i> Структура и роль единой информационно-логистической базы мезологистического кластера на региональном рынке	11		
<i>Бондаренко В. А., Миргородская О. Н.</i> Опыт маркетингового управления проектом загородного элитного жилого комплекса на примере ЖК «Старочеркасская Ривьера»	17		
<i>Ванюшкина В. В.</i> Цифровой дискурс брендинга	23		
<i>Володькина Л. В., Чекмарёва Г. И.</i> Системный подход к управлению потоковыми процессами на российских железных дорогах	28		
<i>Ерохина Т. Б.</i> Современная модель поведения российских потребителей: новые условия и поведенческие привычки	34		
<i>Кундрюков С. С.</i> Вопросы обоснованности сотрудничества организаций в виде коммерческого партнерства	39		
<i>Сагидуллаева М. С.</i> Использование маркетинговых инструментов как фактор поддержания конкурентоспособности предприятий туристической сферы	42		
		<i>Саркисян И. С.</i> Конкурентные преимущества компании и роль HR-брендинга в дифференциации от конкурентов	48
		<i>Пиливанова Е. К.</i> Виртуальные логистические предприятия и технологии	52
		<i>Полуботко А. А.</i> Развитие сетевой структуры и качества поставок в логистической системе электроснабжения региона	57
		<i>Пржедецкая Н. В., Пржедецкий Ю. В., Безделева И. А.</i> Социальный маркетинг в профилактике и ранней диагностике онкологических заболеваний	64
		<i>Резников С. Н.</i> Реконфигурация глобальных цепей поставок в условиях изменения модели роста развивающихся экономик	73
		<i>Фильцев С. А.</i> Рыночная эволюция стратегий развития девелоперов в сегменте индустриальной складской недвижимости	81

**РАЗДЕЛ 2. Экономика
и предпринимательство _____ 89**

<i>Быкадоров А. Л., Долгушевский Н. А., Заруцкая Т. А., Мамаев Э. А.</i> Экономическая оценка эффективности организации работ по электробезопасности в структурных подразделениях железнодорожного транспорта	89
<i>Выжитович А. М.</i> Оценка риска изменения текущей ликвидности в процессах реструктуризации промышленных предприятий с применением аутсорсинга	96
<i>Григориадис С. П.</i> Развитие инновационного потенциала электроэнергетики территории на базе государственно-частного партнерства	105
<i>Даудов М. Х.</i> Реализация программ регионального импортозамещения в экономике Чеченской Республики	110
<i>Механцева К. Ф.</i> Современные возможности моделирования процессов устойчивого и инновационного развития промышленных предприятий	116
<i>Пономарёва М. А., Шеховцов Р. В., Хайбуллин Л. Р.</i> Совершенствование методологии формирования системы стратегических приоритетов социально-экономической политики региона	122
<i>Ралык Д. В.</i> Мультиформатизация как антикризисное решение в непроизводственном ритейле	130
<i>Тумхаджиев И. А.</i> Развитие регионального малого и среднего предпринимательства в условиях замены импорта	136

<i>Шевурдяев А. А.</i> Особенности разработки промышленной политики в механизме противодействия теневой экономике	141
---	------------

**РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные
отношения и бухгалтерский
учет _____ 147**

<i>Басенко А. М., Ишанов И. В.</i> Основные направления совершенствования процесса формирования и реализации стратегии развития ВЭД Ростовской области	147
<i>Бухонова С. М., Киреева Ю. В.</i> Алгоритм расчета технического востребованного потенциала солнечной энергии на территории Белгородской области	155
<i>Губин Н. П.</i> Общий механизм государственного контроля (надзора): понятие, виды, нормативно-правовое регулирование	164
<i>Рыкова И. Н., Губанов Р. С., Аксёнов С. С.</i> Анализ состояния и перспективы стратегического развития виноградарства в России	170
<i>Хубаев Г. Н., Широбокова С. Н.</i> Формирование универсальных объектов конвертера «TOADCONVERTER» из XML-файла экспорта IDEF3-диаграмм	178
<i>Щербинин Т. А.</i> Эффективность модели устойчивого банкинга регионального коммерческого банка	186
НАШИ АВТОРЫ _____	193

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF RUSSIAN FEDERATION

VESTNIK

OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)
№ 1 (53), MARCH, 2016

CONTENT

SECTION 1. Management of economic systems	11	<i>Sagidullaeva M. S.</i> Use of marketing tools as a factor in maintaining the competitiveness of tourism sector	42
<i>Andreeva E. Yu., Ukraintsev V. B.</i> Structure and role of integrated information and logistic base of mezologistic cluster at regional market	11	<i>Sargsyan I. S.</i> Company's competitive advantages and role of HR-branding in differentiation from competitors	48
<i>Bondarenko V. A., Mirgorodskaya O. N.</i> Experience marketing project management of countryside elite residential complex on example of RS «Starocherkasskaya Riviera»	17	<i>Pilivanova E. K.</i> Virtual logistics enterprises and technologies	52
<i>Vanyushkina V. V.</i> Digital branding discourse	23	<i>Polubotko A. A.</i> Development of network structure and quality of supply in supply of region power system	57
<i>Volodkina L. V., Chekmariova G. I.</i> System approach to management of stream processes on Russian Railways	28	<i>Przhedetskaya N. V., Przhedetskiy Yu. V., Bezdeleva I. A.</i> Social marketing in prevention and early diagnostics of oncological diseases	64
<i>Erokhina T. B.</i> Modern model of behavior of russian consumers: new conditions and behavioral habits	34	<i>Reznikov S. N.</i> Reconfiguration of global supply chains changes in model of growth developing economics	73
<i>Kundryukov S. S.</i> Validity of cooperation between the organizations in form of commercial partnership	39	<i>Filcev S. A.</i> Evolution of market development strategies developers segment industrial warehouse	81

SECTION 2. Economics and business _____	89		
<i>Bykadorov A. L., Dolgushevskiy N. A., Zarutskaya T. A., Mamaev E. A.</i>		Economic assessment of electrical safety operations management efficiency in railway service business units	89
<i>Vyzhitovich A. M.</i>		Assessment of risk of change of current liquidity in processes of restructuring of industrial enterprises with application outsourcing	96
<i>Grigoriadis S. P.</i>		Development of innovative potential of power industry of territory on basis of public-private partnership	105
<i>Daudov M. Ch.</i>		Implementation of regional programs of import substitution in economy of Chechen Republic	110
<i>Mechantseva K. Ph.</i>		Modern possibilities of sustainable and innovative development processes modeling on industrial enterprises	116
<i>Ponomariova M. A., Shekhovtsov R. V., Khaibullin L. R.</i>		Improvement of methodology of formation of strategic priorities socio-economic policy of region	122
<i>Ralyk D. V.</i>		Multiformating as anticrisis solution in non-food retail	130
<i>Tumhadzhiev I. A.</i>		Development of regional small and medium entrepreneurship in conditions of import substitution	136
		<i>Sheverdyayev A. A.</i>	
		Features of development of industrial policy in mechanism of counteraction to shadow economy	141
		SECTION 3. Financial-credit relations and accounting _____	147
		<i>Basenko A. M., Ishanov I. V.</i>	
		Main directions of improving the process of formation and implementation of development strategy of foreign economic activity of Rostov region	147
		<i>Buhonova S. M., Kireeva Yu. V.</i>	
		Algorithm for calculating demanded solar energy potential in Belgorod region	155
		<i>Gubin N. P.</i>	
		General mechanism of state control (supervision): concept, types, standard and legal regulation	164
		<i>Rykova I. N., Gubanov R. S., Aksionov S. S.</i>	
		Analysis of the state and prospect of strategic development of wine growing in Russia	170
		<i>Chubaev G. N., Shirobokova S. N.</i>	
		Formation of universal objects of «TOADCONVERTER» from XML-file of export IDEF3-diagramm	178
		<i>Shcherbinin T. A.</i>	
		Functional efficiency of sustainable banking model of regional commercial bank	186
		OUR AUTHORS _____	193

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Е. Ю. Андреева, В. Б. Украинцев

СТРУКТУРА И РОЛЬ ЕДИНОЙ ИНФОРМАЦИОННО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ БАЗЫ МЕЗОЛОГИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Аннотация

В статье представлено современное и актуальное направление развития региона, с использованием современных механизмов организационного совершенствования. Одним из таких направлений является формирование единого интеграционного информационного пространства мезологистического кластера.

Ключевые слова

Мезологистический кластер, интегрированная информационная база, информационные потоки, единая информационная и логистическая система.

E. Yu. Andreeva, V. B. Ukraintsev

STRUCTURE AND ROLE OF INTEGRATED INFORMATION AND LOGISTIC BASE OF MEZOLOGISTIC CLUSTER AT REGIONAL MARKET

Annotation

Article presents the current and actual direction of region development with using of modern mechanisms of organization improvement. One of such direction is formation of common integrated information space of mezologistics cluster.

Keywords

Mezologistics cluster, integrated information system, information flows, integrated information and logistics system.

Тенденции экономического развития региона и страны в целом свидетельствуют о необходимости развития, внедрения и формирования современных интеграционных сложных логистических систем. В соответствии с данной целью актуализируются вопросы организационного совершенствования за счет структурообразующих форм хозяйствования, такой как мезологистический кластер. Впервые понятие «кластер» было предложено М. Портером, сформулировавшим его в процессе анализа экономических процессов и тенденций международного рынка.

М. Портер определяет кластер как систему взаимосвязанных фирм и ин-

ститутов, оказывающихся в целом больше простой суммы своих составных частей. Кроме того, согласно М. Портеру, кластеры базируются на вопросах конкурентоспособности страны, при этом их деятельность основана на использовании их внутренних ресурсов для оптимизации [2, с. 26–28].

Роль кластера как современного направления развития регионов и отраслей хозяйствования активно используется в машиностроительной отрасли, фармацевтической, текстильной и т. д. Однако наивысшая динамика формирования и вывода на рынок логистических кластеров прослеживается в Центральном федеральном округе, в таких круп-

ных городах, как Москва, Московской области, Архангельской, Калужской, Нижегородской, Пермской, Самарской, Свердловской, Кемеровской областях и Красноярском крае. Основными преимуществами данных регионов являются приоритетные направления инновационного развития, качество природно-ресурсного потенциала.

В Стратегии социально-экономического развития до 2020 г. отмечено, что «основными целями и направлениями развития Ростовской области должны являться: инфраструктурное развитие территории, а также развитие эффективных кластеров. В программе отмечено, что перспективными кластерами в первую очередь должны являться следующие направления.

1. Агропромышленный кластер.
2. Кластер сельскохозяйственного машиностроения.
3. Кластер легкой промышленности.
4. Кластер развития строительных материалов» [4, с. 26–28].

Кроме того, в 2014 г. рассмотрен и одобрен проект вертолетного кластера Ростовской области, который будет располагаться в городе Батайске. Кластер будет одним из дорогостоящих, поскольку стоимость реализации данного проекта оценивается в 20 млрд руб., с головным предприятием ОАО «Роствертол». Вертолетный кластер в Ростове-на-Дону будет построен по типовому сетевому проекту компанией «Аэросоюз».

Предполагается, что данный кластер сможет объединить вертолетную площадку, ангары и гостиницу. Кроме того, в структуру данного кластера войдут как объекты производственной инфраструктуры: летно-испытательный центр и сборочные вертолетные производственные цеха вертолетов типов МИ-28, 35 и 26, так и элементы сервисного обслуживания: предприятия по поддержке и техническому обслуживанию вертолетов и техники Минобороны России. Данный кластер в Ростов-

ской области будет основным и одним из наиболее крупных в регионе [1, с. 124–125].

Развитие современных инструментов и методов, обеспечивающих конкурентную работу крупных предприятий, является основополагающей задачей на современном этапе развития. Соответственно, создание мезологистического кластера на региональном уровне является актуализируемым вопросом, обеспечивающим эффективные и перспективные направления разработки современных инновационных проектов, а также современным инструментом, направленным на повышение экономической эффективности, совершенствование всех элементов технологической базы, участвующих в развитии кластера региона.

«Основополагающим преимуществом мезологистического кластера, базовой основой которого является терминально-складская инфраструктура (комплексы), представляется создание интегрированной логистической системы, предполагающей создание терминальной сети, которое позволило бы сформировать единое транспортно-экспедиционное пространство.

В современных условиях развития рынка четко прослеживается динамика нарушения причинно-следственных связей между элементами экономических систем, таких как складская деятельность, а также развитие потребительского рынка, утрачена вертикальная структура управления торговой и складской деятельностью. В связи с этим наиболее актуальным направлением также становится использование кластерного подхода при решении целевых установок прогнозирования данных направлений функционирования складских и торговых предприятий. Кроме того, следует отметить основные факторы, которые обеспечивают формирование мезологистического кластера (рис. 1)» [1, с. 125].



Рисунок 1 — Факторы и результаты создания мезологистического кластера в Ростовской области [2, с. 25]

Ростовская область обладает высоким потенциалом развития регионального экономического пространства, что стимулирует создание и развитие современных форм хозяйствования, вызванные определенными стимулирующими факторами, обеспечивающими результирующие показатели, а также формирующие определенные интеграционные свойства в логистической цепи (рис. 1).

«Кроме того, основным из факторов формирования мезологистического кластера является применение инновационных методов управления логистическими процессами транспортных предприятий и терминально-складских комплексов, с целью интегрирования в единую систему, которая обеспечивала бы усиление конкурентной позиции на рынке как транспортных, так и терминально-складских комплексов. В итоге, одним из факторов развития кластера выступает увеличивающийся рост пред-

ложения на логистические и складские услуги, регулирование деятельности которого обеспечивается за счет современных бизнес-решений. Одним из таких методов является применение передовых информационных систем и технологий, например мультимодальных информационных систем.

Отметим, что на основе выявленных факторов, ориентированных на формирование логистического кластера в Ростовской области, были определены основные результаты, которые будут направлены на увеличение влияния и значимости новых методов управления и организации форм хозяйствования.

Основополагающим результирующим показателем является интеграция передовых компаний и организаций, с целью выполнения определенных операций и функций. Таким фактором выступает объединение торговых и транспортно-экспедиционных, терминально-складских и торговых предприятий. Це-

лью такого объединения является определение конкурентоспособных направлений функционирования рынка.

Кроме того, данное объединение обеспечивает регионам Ростовской области развитие транспортной и складской инфраструктуры и способствует привлечению крупных образовательных и государственных предприятий для проведения научно-исследовательских работ, определяя приоритетные направления развития региона, а также привлечение дополнительных инвестиций для повышения качества предоставления логистических услуг; способствует выходу субъектов логистического кластера на мировые и внутрироссийские рынки, расширяя тем самым сферы влияния и интеграции в мировое хозяйство.

Модель построения мезологистического кластера базируется на том, что формирование кластерной системы должно начинаться с анализа регионального рынка логистических услуг, рассмотрения основных субъектов и участников системы товарного обеспечения. Поскольку эта модель базируется на системном анализе, использование данной схемы позволит проводить мониторинг региональной политики, а также определять тем самым приоритетные направления развития региона, формировать и реализовывать программы по инвестиционному развитию Ростовской области» [1, с. 129–133].

Мезологистический кластер, являясь интегратором сложных логистических систем и разнонаправленных

предприятий, включает взаимодействующие в пространстве и во времени информационные и материальные потоки, действия которых регулируются законодательными и правовыми актами, органами государственной власти и местных органов самоуправления. Наличие информационного потока в координированной работе мезологистического кластера не возможно при отсутствии единого информационного поля на всех стадиях производственного процесса. Соответственно формирование единой информационно-логистической базы является обязательным условием, без которого эффективная работа составляющих элементов мезологистического кластера, а также его элементов не составляется возможной.

Функциональная информационно-логистическая база мезологистического кластера представлена на рисунке 2.

В результате интегрированного информационного взаимодействия и осуществления контроля над логистическими процессами, протекающими в мезологистическом кластере, базовыми вопросами, обеспечивающими бесперебойное функционирование системы, являются анализ и прогноз экономических процессов, влияние внешней среды на логистическую систему, отражение основных технико-экономических показателей, определение и разработка приоритетных и инновационных решений на региональном рынке на долгосрочную и краткосрочную перспективы.

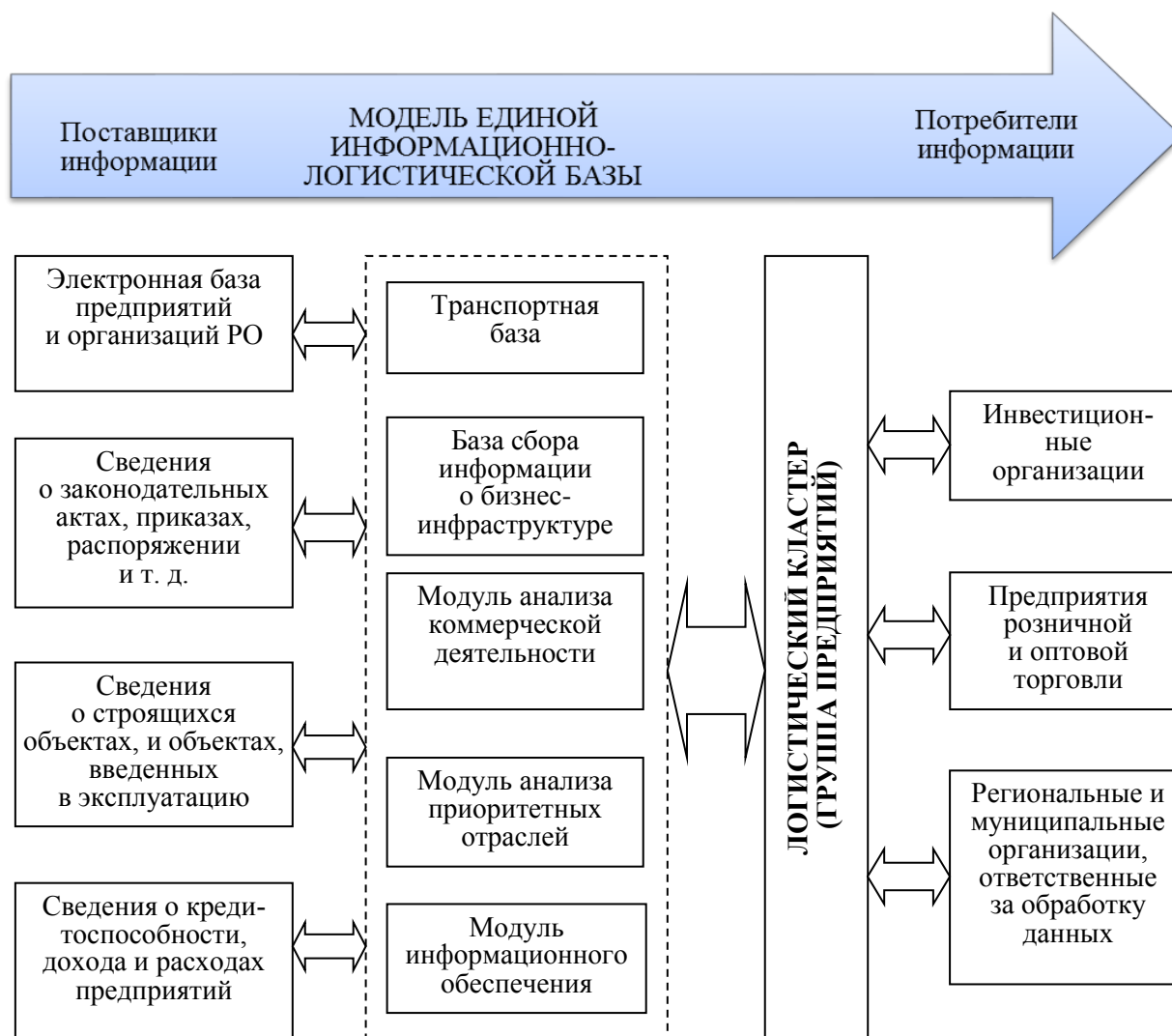


Рисунок 2 — Интегрированная информационно-логистическая база данных мезологистического кластера [1, с. 135]

Как современное направление обеспечения конкурентного преимущества региона, информационная логистическая система мезологистического кластера включает 5 основных элементов успешного ее функционирования:

1) инновации — основные инструменты, обеспечивающие повышение конкурентоспособности на рынке компании, а также увеличение прибыли и привлекательности на региональном рынке;

2) интеграция — объединяя взаимосвязанные и взаимодополняющие предприятия разных отраслей хозяйствования, обеспечивает эффект синергии и снижения рисков;

3) информация — информационные потоки, протекающие в мезологистическом кластере, обеспечивают координацию и взаимодействие всех участников кластера;

4) инициатива — добровольное объединение предприятий малого и среднего бизнеса;

5) интерес — определение ключевых задач и экономических интересов на основе межфункциональной координации.

Рассматривая интегрированную информационно-логистическую базу как связующую систему терминально-складской инфраструктуры, можно получить ряд показателей экономической

эффективности, основанных на представленных выше элементах, а именно: увеличение прибыли участников мезологистического кластера за счет инновационной составляющей (снижение затрат на транспортировку грузов, снижение себестоимости продукции, повышение качества логистического обслуживания), повышение качества логистических услуг (повышение качества службы доставки, сбыта и снабжения и т. д.), повышение качества логистического сервисного обслуживания, оперативное управление информационными потоками в логистической системе и т. д.

«Эффективное функционирование мезологистического кластера может быть обеспечено лишь за счет оптимального процесса организации логистической кластерной структуры, в основе которой представлены органы государственной власти и координационный совет, обеспечивающий формирование и регулирование функционирования логистического кластера.

На основе сформированной структуры мезологистического кластера обеспечивается формирование единой информационной базы по управлению и контролю за логистическими операциями как интегрированной информационно-логистической базы, направленной на сбор, анализ и контроль информационных и материальных потоков, с использованием таких характеристик, как: инновации, интеграция, информативность, инициатива и интерес.

На основе проведенного исследования можно выделить основные направления и особенности развития логистического кластера, позволяющие рассматривать его как системообразующий, направленный на эффективное функционирование логистической системы:

1) мезологистический кластер на региональном уровне объединяет предприятия разных форм собственности, поскольку в данном случае основной целью является повышение конкуренто-

способности объекта логистического управления, терминально-складских комплексов и потребительского рынка;

2) мезологистический кластер формируется участниками рынка, функционирующими на разных территориях. Кроме того, между участниками кластера формируются не только рыночные условия, но также и условия сотрудничества. Данный факт вызван тем, что сотрудничество формируется за счет достижения единой цели и общих стратегических планов и стратегий;

3) формирование мезологистического кластера обеспечивает адаптацию и интеграцию объекта терминально-складской инфраструктуры к постоянно меняющимся условиям функционирования рынка и информационного обеспечения и поддержки.

В результате анализа были сформированы основные преимущества построения мезологистического кластера:

во-первых, обеспечение конкурентных преимуществ мезологистического кластера посредством интеграции хозяйственных субъектов, с учетом долгосрочных связей;

во-вторых, возможность расширения формирования каналов логистического кластера за счет включения дополнительных субъектов;

в-третьих, контроль над функционированием мезологистического кластера за счет развития интеграционных связей с административными органами государственного регулирования» [1, с. 137–138].

Таким образом, сформированная интегрированная информационно-логистическая база мезологистического кластера позволит предприятию получить ряд конкурентных преимуществ, обеспечивающих расширение сфер регионального развития, повысить экономический и инновационный потенциал развития региона, сформировать новые формы взаимодействия за счет создания новых механизмов взаимодействия торговых и складских предприятий.

Библиографический список

1. Андреева, Е. Ю. Интеграционное развитие терминально-складской инфраструктуры потребительского рынка региона (на примере Ростовской области): дисс. канд. экон. наук. — Ростов н/Д, 2015.
2. Андреева, Е. Ю. Интеграционное развитие терминально-складской инфраструктуры потребительского рынка региона (на примере Ростовской области): автореф. канд. эконом. наук. — Ростов н/Д, 2015.
3. Портер, М. Э. Конкуренция: пер. с англ. — М.: Вильямс, 2006.
4. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области на период до 2020 г.

Bibliographic list

1. Andreeva, E. Yu. Integration development of warehouse and stork infrastructure of consumer regional market (on example of Rostov region): diss. of cand. of economic sciences. — Rostov-on-Don, 2015.
2. Andreeva, E. Yu. Integration development of warehouse and stork infrastructure of consumer regional market (on example of Rostov region): auto-abstract of cand. of economic sciences. — Rostov-on-Don, 2015.
3. Porter, M. Competition. — M.: Williams, 2006.
4. Strategy of social and economic development of Rostov region for the period till 2020 years.

В. А. Бондаренко, О. Н. Миргородская

**ОПЫТ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ
ЗАГОРОДНОГО ЭЛИТНОГО ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА
НА ПРИМЕРЕ ЖК «СТАРОЧЕРКАССКАЯ РИВЬЕРА»**

Аннотация

В статье представлены основные тенденции в маркетинговом управлении проектами загородной элитной недвижимости в регионе с учетом потребительских предпочтений в регионе. Акцент сделан на осмыслении опыта концептуального проекта загородного элитного жилого комплекса «Старочеркасская Ривьера».

Ключевые слова

Маркетинговое управление, потребители, проект, элитная загородная недвижимость.

V. A. Bondarenko, O. N. Mirgorodskaya

**EXPERIENCE MARKETING PROJECT MANAGEMENT
OF COUNTRYSIDE ELITE RESIDENTIAL COMPLEX
ON EXAMPLE OF RS «STAROCHEKASSKAYA RIVIERA»**

Annotation

Article presents the main trends in marketing project management countryside elite real estate in the region based on consumer preferences in the region. Emphasis is placed on understanding the experience of the conceptual project suburban elite residential complex «Starocherkasskaya Riviera».

Keywords

Marketing management, customers, project, elite country estate.

Тенденцией последних лет на рынке жилой недвижимости г. Ростова-на-Дону является активное развитие сегмента организованных загородных поселков, сопровождающееся обострением конкурентной обстановки, что требует от компаний-застройщиков борьбы за каждого клиента, разрабатывая новые маркетинговые приемы и увеличивая маркетинговые бюджеты. Наиболее целесообразным представляется выводить на рынок строительные объекты, изначально ориентированные на выявленные клиентские потребности.

Отметим, что одним из крупнейших девелоперов юга России, специализирующихся на загородной недвижимости, является «Азово-Донская девелоперская компания» (ООО «АДДК»). В рамках реализации своих проектов ООО «АДДК» уделяет большое внимание их маркетинговому управлению, что позволяет ей реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, предлагать конкурентоспособный продукт, максимально соответствующий предпочтениям разных категорий потребителей, и формировать положительную репутацию застройщика на рынке загородной жилой недвижимости г. Ростова-на-Дону. В

связи с этим весьма интересным будет рассмотреть опыт продвижения флагманского проекта ООО «АДДК» загородного жилого комплекса «Старочеркасская Ривьера» посредством выполнения планов маркетинговых мероприятий.

Поскольку проект изначально ориентирован на выявленный клиентский спрос, то целесообразно кратко охарактеризовать современного покупателя элитной загородной недвижимости. В сложившихся условиях — это обеспеченный человек, которому важна не цена объекта, а его качественные характеристики, он готов переплатить за действительно стоящий и единичный продукт. В последние годы аналитики рынка недвижимости отмечали постепенное снижение возраста покупателя элитной загородной недвижимости. Если в 90-е гг. прошлого века основную долю клиентов составляли мужчины в возрасте 45–50 лет, а в первое десятилетие XXI века — 40–45 лет, то 3–4 года назад нижняя планка опустилась до 35 лет [3]. Характеризуя локальную ситуацию применительно к выбранному исследуемому объекту, представим портрет покупателя ЖК «Старочеркасская Ривьера» (табл. 1).

Таблица 1 — Портрет покупателя ЖК «Старочеркасская Ривьера» [4]

Классика	Мужчина. Собственник — руководитель непубличного бизнеса. Возраст — 40–50 лет. Семейное положение: женат, есть дети. Живет в квартире в Ростове, рассматривает дом в поселке как второе место жительства
Второй брак	Мужчина. Собственник — руководитель бизнеса. Возраст: 40–50 лет. Семейное положение: молодая жена, есть маленькие дети. Дом оставил первой семье. Хочет новый дом
Чиновник	Мужчина. Непубличен. Возраст: 40–60 лет. Семейное положение: женат, есть взрослые дети. Рассматривает дом в поселке как инвестиционное вложение свободных денежных средств
Бизнесвумен	Женщина. Собственник-руководитель бизнеса. Возраст: 35–45 лет. Рассматривает дом в поселке как жизнь в красивом месте
Иногородние	Постоянно не проживают в Ростове-на-Дону. Возраст: 35–45 лет

На рисунке 1 представлена диаграмма структуры целевых групп, при-

обретающих жилье в загородном поселке «Старочеркасская Ривьера».

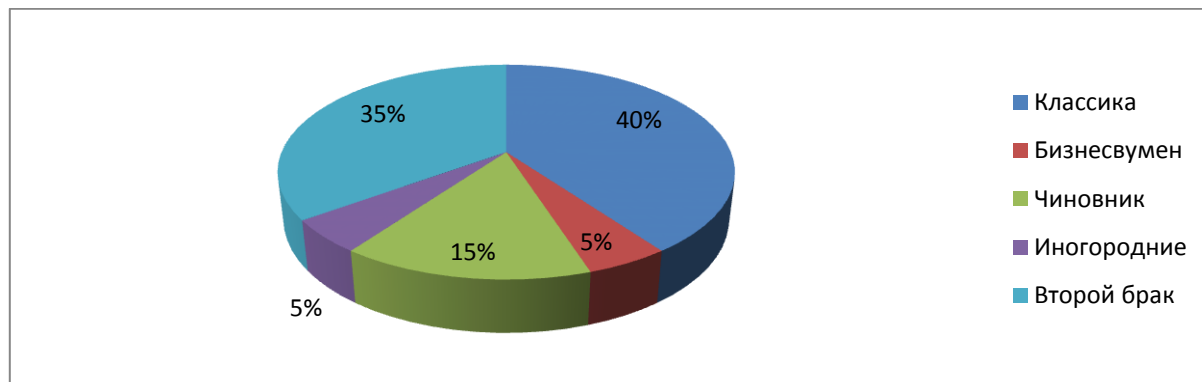


Рисунок 1 — Диаграмма структуры целевых групп, приобретающих жилье в загородном поселке «Старочеркасская Ривьера», в % [4]

Следует пояснить, что стратегия позиционирования бренда «Старочеркасская Ривьера» базируется на отстройке от ближайших конкурентов, в частности таковыми являются частные домовладения, основными конкурентными преимуществами которых являются независимость владельца от: застройщика (сроки введения в эксплуатацию поселка в целом, соответствие заявленных объектов инфраструктуры реально построенным, соответствие качества заявленных коммуникаций введенным), управляющей компании (непредсказуемость величины дополнительных платежей за обслуживание общественной территории поселка, необходимость общественной территории поселка, необходимость следования регламенту проживания в поселке, тарификация и качество коммунальных услуг).

Необходимо учитывать тот факт, что независимость как одна из базисных потребностей человека имеет не только преимущества, но и недостатки: невоз-

можность влиять на прилегающую застройку (многоэтажное общежитие на вертолетном поле, домашняя живность в соседнем дворе и т. д.); создание визуального образа благополучия (большой дом, престижный автомобиль и прочие идентификаторы) переводит владельца в категорию потенциальной жертвы разбойного нападения. В отличие от квартиры, обособленный дом не дает человеку ощущения коллективной безопасности (соседи, если что, услышат и вызовут помощь). Основной страх вызывает не боязнь быть обворованным, а угроза стать жертвой разбоя. Большинство систем безопасности направлены на защиту от проникновения либо в отсутствие хозяев, либо в ночное время. Большинство же нападений по статистике спланировано с учетом нахождения жильцов дома. Обезопасить себя можно, но в пределах одного участка нерентабельно.

Стратегия позиционирования бренда «Старочеркасская Ривьера» в рамках отстройки от частного сектора представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 — Стратегия позиционирования бренда «Старочеркасская Ривьера» в рамках отстройки от частного сектора [4]

Стратегия позиционирования бренда «Старочеркасская Ривьера» в рамках отстройки от конкурентов, реализующих сходные проекты в сегменте загородного жилья элит-класса, согласно пирамиде А. Маслоу, представляет собой борьбу в верхнем сегменте потребностей. Соответственно, необходимо расширение идеи бренда за счет базовой потребности «безопасность». Стратегия продвижения бренда «Старочеркасская Ривьера» предполагает обязательное введение образов жителей поселка — одушевленность бренда.

Сегодня все чаще при продвижении и продаже объекта на рынке загородной жилой недвижимости застройщики делают упор на эмоциональную составляющую, поскольку рынок вышел уже на тот уровень, когда потенциальный покупатель сам может проанализировать характеристики объектов. В связи с этим брендинг и нейминг отдельных жилых домов и загородных комплексов становится необходимым атрибутом, используемым ООО «АДДК» при продвижении и сти-

мулировании продаж загородной недвижимости. Нейминг значительно повышает привлекательность и стоимость объекта загородной жилой недвижимости, а также снижает уровень расходов на его продвижение [1].

Название загородного поселка «Старочеркасская Ривьера» отражает совокупность качественных характеристик объекта: близость к культурно-историческому центру станицы Старочеркасской и расположение поселка на берегу реки. Введение в название бренда сложного и неоднозначного для построения вербальной и визуальной коммуникации слова «Старочеркасская» обусловлено необходимостью привязки к географической локации (территория, примыкающая к станице Старочеркасской, традиционно считается премиальной), четкой конкурентной отстройкой, а также созданием уникального названия бренда, способствующего его высокой узнаваемости. Преимуществом наличия в названии бренда слова «Ривьера» является указание на расположение

поселка на берегу реки и эксплуатация стереотипной ассоциации с элитным европейским побережьем.

В рамках маркетингового управления объектами жилой недвижимости элитного класса, как уже отмечалось, наиболее важным представляется ориентация на существующие предпочтения потребителей, предложение стимулирующих к приобретению таких объектов мероприятий, что предполагает выявление мотиваторов, грамотное позиционирование и коммуникационное воздействие. Расположение объектов элит-класса и высокие стандарты, предъявляемые клиентами, обуславливают повышенную стоимость данных продуктов. Так, стоимость земельных участков с подрядом на строительство в поселке «Старочеркасская Ривьера» начинается от 650 тысяч за сотку, а минимальный бюджет покупки составляет

9,2 млн руб. (коттедж — 171 кв. м, земельный участок — 7,5 сот.). Для покупателей данной категории жилья менее актуальным является ипотечное кредитование, однако зачет вторичного жилья и предоставление скидок могут оказать положительное воздействие на принятие покупателями решений.

Отметим, что зачастую маркетинговая активность субъектов рынка загородной жилой недвижимости в настоящее время носит во многом бессистемный характер, коммуникативное воздействие начинается на заключительных этапах реализации строительного проекта [2]. Вместе с тем на разных этапах стадии принятия решения о покупке клиенты нуждаются в различном информационно-коммуникационном воздействии, основные элементы которого приведены в таблице 2.

Таблица 2 — Ключевые инструменты и формы коммуникативного воздействия на потенциальных потребителей загородного поселка «Старочеркасская Ривьера» в зависимости от маркетинговых задач [2, 4]

Маркетинговые задачи	Инструменты и формы маркетинговых коммуникаций
Уточнение потребностей	Презентация проекта, персональные коммуникации с потенциальными потребителями
Информирование	Реклама в СМИ, outdoor- и indoor-реклама, презентация проекта, экскурсии на строительную площадку
Создание осведомленности	Реклама в СМИ, outdoor- и indoor-реклама, PR-материалы в СМИ, блогах и форумах
Создание интереса и предпочтения	Стимулирующие мероприятия, PR-материалы в печатных изданиях
Поддержание уровня осведомленности	Реклама в СМИ, outdoor- и indoor-реклама, PR-материалы в СМИ, блогах и форумах
Формирование благожелательного отношения	Реклама в СМИ, outdoor- и indoor-реклама, PR-материалы в СМИ, блогах и форумах, экскурсии на строительную площадку, шоу-румы, организация и участие в городских праздниках, проведение спортивных мероприятий, конкурсов и т. п.
Формирование положительного имиджа	PR-материалы в СМИ, интернет-порталах, неформальные вербальные маркетинговые коммуникации
Укрепление имиджа	PR-материалы в СМИ, интернет-порталах, спонсорство, неформальные вербальные маркетинговые коммуникации
Побуждение к покупке	Рекламные мероприятия, кросс-реклама, стимулирующие мероприятия, персональные продажи, экскурсии на строительную площадку, шоу-румы
Убеждение и поддержание уверенности в правильности выбора	Организация событий и праздников, специальные проекты, создание интернет-портала для жильцов
Получение обратной связи	Организация событий и праздников, создание интернет-портала для жильцов

Спектр задействованных инструментов маркетингового коммуникативного воздействия на потенциальных потребителей загородного поселка «Старочеркасская Ривьера» достаточно широк, в частности компания задумывается о таких составляющих, как полиграфия, презентационные материалы для отдела продаж, сувенирная продукция, о партнерстве с различными СМИ и маркетинговых акциях совместно с известными компаниями. В настоящее время для более эффективных продаж компания ООО «АДДК» использует следующие широкоизвестные элементы маркетинговые коммуникаций:

1) стимулирование сбыта (акции, распродажи), например: распространение подарочных сертификатов на 500 000 руб. у кросс-партнеров (Old House, Don Plaza, World Class/Prime, Dessange/MozArt House), акция «Готовый дом + кухня в подарок» (совместно с «Мебель КМ»); акция сниженных цен — акция: только «7 участков по специальной цене»; акция «Готовый дом с отделкой + дизайн-проект интерьера в подарок»;

2) спонсорство и организация мероприятий (открытие пляжного сезона в «Старочеркасской Ривьере», еженедельные мероприятия на набережной и в детском клубе, мероприятия партнеров (день рождения яхт-клуба, «Человек года» — премия журнала «Деловой квартал», мероприятие канала РБК) и т. д.;

3) связи с общественностью (PR) — пресс-конференции и выступления представителей ООО «АДДК» на канале РБК, публикация материалов о компании в деловых изданиях «Деловой квартал» и «Город N»;

4) личные продажи — общение с клиентами элитного загородного поселка «Старочеркасская Ривьера» осуществляется на очень высоком профессиональном уровне в соответствии с утвержденными в компании корпоративными стандартами.

В заключение можно сделать вывод о том, что маркетинговое управление проектом загородного элитного жилого комплекса представляет собой серьезную задачу, а в изменившихся условиях основную роль на рынке элитной загородной недвижимости будет играть не ценовая конкуренция, причем конкуренция не по качеству предлагаемого товара, а конкуренция брендов организаций, предлагающих подобные проекты. Именно в этом аспекте маркетинговое управление проектами приобретает ведущее значение и во многом определяет успешность организации в развиваемом сегменте жилого строительства.

Библиографический список

1. Гладкая, Е. А. Специфика развития маркетинговых коммуникаций на первичном рынке жилой недвижимости : автореф. дис. канд. экон. наук. — Волгоград, 2015.

2. Ухова, А. И. Формирование и развитие комплекса клиентоориентированных маркетинговых коммуникаций на рынке первичной жилой недвижимости : дисс. канд. экон. наук. — СПб., 2015.

3. <http://www.bpn.ru/publications/eksperty-sostavili-portret-pokupatelya-elitnogo-zagorodnogo-zhilya>.

4. <http://striviera.ru>.

Bibliographic list

1. Gladkaya, E. A. Peculiarities of development of marketing communications on primary residential real estate market : abstract of diss. of candidate of economic sciences. — Volgograd, 2015.

2. Ukhova, A. I. Formation and development of complex client-oriented marketing communications on market of primary residential real estate : diss. of candidate of economic sciences. — SPb., 2015.

3. <http://www.bpn.ru/publications/eksperty-sostavili-portret-pokupatelya-elitnogo-zagorodnogo-zhilya>.

4. <http://striviera.ru>.

*В. В. Ванюшкина***ЦИФРОВОЙ ДИСКУРС БРЕНДИНГА****Аннотация**

В статье рассматриваются сетевые трансформации традиционных подходов к брендингу и бренду вуза в социальных сетях. В связи с происходящими в стране цифровыми изменениями расширение аудитории инновационных трендов во многом зависит и от трансформационной активности маркетинговой деятельности вуза. Вузам необходимо разрабатывать и активно поддерживать работу интернет-блога и профиля в социальных сетях для информирования и ознакомления целевой аудитории с деятельностью вуза и предоставляемыми услугами.

Ключевые слова

Бренд вуза, брендинг, маркетинговые коммуникации, информационные технологии, продвижение в социальных сетях;

*V. V. Vanyushkina***DIGITAL BRANDING DISCOURSE****Annotation**

Article considers the network transformation of traditional approaches to branding and brand of the university in social networks. In this connection with the ongoing changes in the country's digital audience expansion of innovative trends in many respects depends on the transformative activity of marketing activity of the university. Universities should be developed and actively support the work of the Internet blog and profile in social networks to inform and familiarize the target audience with university activities and services .

Keywords

Brand of high school, branding, marketing communications, information technology, social media marketing.

Применение цифровых технологий в маркетинге свидетельствует о трансформации традиционных каналов продвижения в различных сферах деятельности. Использование разнообразных цифровых каналов связи является актуальным и для продвижения образовательных услуг. Переход на цифровые коммуникационные технологии может быть обусловлен бурным развитием Интернета и всесторонним развитием интернет-технологий в вузовской деятельности. По данным Омнибуса GfK «пользователями Интернета являются 84 млн россиян в возрасте от 16 лет и старше, (суммарный объем выборки за

2015 г. составил 11 000 респондентов). К концу 2015 г. аудитория Интернета в России выросла почти на 4 млн человек. Уровень проникновения Интернета среди населения в возрасте 16+ достиг 70,4 % (в 2014 — 67,5 %) [5].

Рост аудитории пользователей интернет ресурсами всех возрастов связан со значительно увеличившимся числом использования различных портативных устройств. Только за 2015 г. существенно возросло количество пользователей интернета со смартфонов, примерно 40 % россиян являются пользователями мобильных устройств, это составляет около 50 % человек.

Интерес молодых россиян — пользователей Интернета — достиг предельных значений. По данным GfK, количество интернет пользователей приближается к 100 %. Важно отметить, что для 10 % россиян мобильный интернет является единственной точкой доступа во Всемирную сеть (TNS Web Index, 1 квартал 2015 г.). Данная статистика позволяет говорить о стремительном проникновении Интернета в общество. Происходит, с одной стороны, социализация Интернета, а с другой стороны, цифровые технологии все активнее проникают в учебно-методическую, управленческую, научно-исследовательскую деятельность вузов. Это вносит коррективы в целевые установки маркетинговых коммуникаций. Значительно увеличивается роль невербальных коммуникаций, которые реализуются с помощью всевозможных электронных информационных технологий. Статистические данные свидетельствуют о том, что пользователи проводят в Интернете в среднем 126 минут в день, в мобильном Интернете — 86 минут в день. 26 % времени пользователи проводят в социальных сетях, 12 % времени — за просмотром видео, 7 % приходится на почту, 3 % — на новости.

Цифровая трансформация образовательной деятельности имеет не только положительные стороны, но и связана с определенными вызовами. В этой связи целесообразно владеть информацией о динамике и тенденциях развития цифровых технологий. Обзор рынка диджитал-технологий показал, что наиболее популярными медиа-ресурсами являются: фильмы, музыка, книги. Это составляет примерно 57 %, на изучение новостей и поиск различной информации приходится 56 %, электронная почта занимает 54 %, поиск работы и учебного заведения — 51 %. 45 % интернет-пользователей общаются в социальных сетях, принимают участие в различных чатах и на форумах. С помощью Интер-

нета находят друзей 33 %, проводят досуг, играя в различные игры 32 %, совершают покупки около 26 %.

На фоне происходящих в стране цифровых трансформаций расширение аудитории инновационных трендов во многом зависит и от трансформационной активности маркетинговой деятельности вуза [2, с. 68]. Вузам необходимо разрабатывать и активно поддерживать работу интернет-блога и профиля в социальных сетях для информирования и ознакомления целевой аудитории с деятельностью вуза и предоставляемыми услугами.

С помощью продуктивно работающих социальных платформ можно сформировать имидж и развивать организационную культуру бренда вуза.

Бренд вуза целесообразно рассматривать как двуединую систему, элементы которой объединяют внутренний и внешний образ.

«Внутренний образ формируется в сознании студентов, сотрудников, выпускников и профессорско-преподавательского состава. Внешний образ — это набор впечатлений и ассоциаций, связанных с данным высшим учебным заведением, формирующийся в сознании абитуриентов и их родителей, партнеров, общественности и государственных органов, работодателей. Первый напрямую зависит от сложившейся организационной культуры, которая, в свою очередь, воздействует на внешние объекты, формируя в их сознании соответствующие атрибуты бренда» [3, с. 56].

Современные маркетинговые коммуникации позволяют раскрыть у потребителей как внутренний, так и внешний образ вуза, а социальные сети становятся актуальной платформой для взаимодействия всех участников образовательного процесса. Продвижение бренда вуза в социальных сетях дает дополнительные возможности сегментирования и индивидуальности отправляемых посылов. Высшим учебным за-

ведениям необходимо уделять должное внимание продвижению бренда, так как это связано с определенной сложностью для абитуриентов при выборе образовательной услуги. Бренд поможет вузу сформировать необходимую репутацию, повысит доверие, создав положительное общественное мнение.

«Виртуализация вузовской деятельности предопределяет изменения не только внутренних процессов, но и внешних взаимодействий, в том числе с вузами-партнерами в формате сетевых форм обучения. Формирование управленческих навыков, стимулирование цифровой активности вуза обеспечивают возможность реализации его стратегических задач и своевременное внедрение инновационных образовательных трендов» [2, с. 68].

В последнее время получил распространение такой вид маркетинга как комплекс мероприятий по продвижению в социальных сетях (SMM Social media marketing). Это комплекс мероприятий, позиционирующий социальные медиа в качестве каналов для продвижения вуза и решения других задач деятельности образовательного учреждения. Среди методов работы с помощью социального медиа маркетинга выделим такие, как: создание представительств вуза; онлайн-работа с блогосферой; развитие имиджевого менеджмента; применение персонального брендинга к продвижению лидеров и ведущих ученых вуза.

Д. Халилов справедливо отмечает, что «любой бизнес может быть адаптирован с точки зрения цифровой трансформации» и обращает внимание на то, что с помощью цифровых технологий можно решать комплекс цифровых задач, применяя брендинг, инструменты увеличения лояльности к бренду, повышать информированность целевой аудитории [4, с. 120].

Следует обратить внимание на использование принципов социально-

этического маркетинга и необходимость создания социально ответственного образа вуза. Это позволит сформировать чувства уважения, восхищения и симпатии, которые будут способствовать бренду в улучшении его взаимоотношений с потребителями образовательных услуг. Но чтобы имидж принес выгоды вузу, нужно создавать ее программы и действия должны создавать восприятие, выделяющее ее из общей массы.

С помощью социальных сетей потребитель образовательных услуг может найти необходимую информацию о вузе перейдя по ссылке на официальный сайт. Социальные сети направлены на создание лояльных пользователей, вступив в любое из сообществ, появляется возможность постоянного контакта вуза с целевой аудиторией. Бренд формируется опытом общения с образовательным учреждением, а не только с его услугами. Многие учреждения высшего профессионального образования предлагают схожие образовательные программы. Через социальные сети представляется возможным осветить, как организован учебный процесс, каково отношение преподавателей, какие имеются студенческие общества, где проводятся спортивные занятия и другие части того, что называется студенческой жизнью, может существенно выделить один вуз и запомниться студентам.

При продвижении образовательного учреждения и предлагаемых вузом образовательных услуг коммуникации должны быть четко структурированы и придерживаться общей стратегии и миссии вуза. Все факультеты и структурные подразделения должны иметь идентичное название и логотип с брендом вуза. Все сотрудники, работающие в вузе, такие, как: административный персонал, преподаватели, методисты, лаборанты, работники библиотеки являются элементами бренда вуза и должны при помощи общения устанавливать контакт с целевыми аудиториями, фор-

мируя ценность бренда. За счет своей истории вузы приобретают имя и престижность. Благодаря своим успешным выпускникам и именитым преподавателям вуз также формирует свою известность. И выбор определяет, каждый такой вуз-бренд прочно ассоциируется в сознании потребителей с конкретными преимуществами.

Цифровая модернизация маркетинговой деятельности вуза в сочетании с цифровыми преобразованиями образовательных и научно-исследовательских процессов создает предпосылки для реализации синергетического эффекта при сохранении способности руководства к реагированию на локальные изменения [2, с.68]. Внедрение цифровых технологий позволит грамотно управлять и проводить позиционирование различных сообществ на различных площадках. Также формировать, управлять и работать с контекстной и таргетированной рекламой. Отметим, что таргетированная реклама объединяет различные мультимедийные и текстовые объявления, медийные или которые демонстрируются только тем пользователям сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем. Одно из наиболее перспективных направлений — таргетинг в социальных сетях, в которых собрана самая полная и достоверная информация о пользователях Интернета [6]. Другой разновидностью интернет коммуникаций является контекстная реклама — в ней рекламное объявление созвучно с содержанием действующей интернет-страницы.

Возможности социальных сетей позволят маркетинговой деятельности вуза продвигать различные мероприятия, проводимые в университете, проводить различные конкурсы, специальные проекты с различными партнерами. Активно сотрудничать с лидерами мнений, в своих работах мы говорили о возможностях крауд-маркетинга. Крауд-

маркетинг является новой технологией продвижения брендов в Интернете. Его инструментарий можно представить и как метод стимулирования продаж образовательных услуг в рамках целевой интернет-аудитории на основании рекомендаций. Основной задачей данной технологии является управление различными рекомендациями и отзывами в интернет-пространстве. Умелое применение такого подхода расширяет возможности вуза с точки зрения повышения его репутации, узнаваемости сайта и укреплению его позиций в поисковых системах Интернета.

Принцип работы крауд-маркетинга в образовательной сфере заключается в рекомендательном характере образовательных услуг. Важная часть маркетинговой деятельности в этом случае нацелена на разработку и продвижение идеи, концепции образовательной стратегии и потребительской ценности. Можно отметить и элементы технологии предоставления скрытой рекламы заинтересованным лицам: абитуриентам, которые стоят перед выбором вуза.

Инструментарий крауд-маркетинга касается целого ряда вопросов: формирования позитивного имиджа вуза, бренда, образовательных услуг, сайта, упоминания о бренде, влияния на трафик, увеличения ссылочной массы, повышения позиций сайта в результатах поисковой выдачи. Грамотное управление брендом и коммуникационная поддержка позволят высшему учебному заведению сформировать прочную репутацию и укрепить свои позиции на рынке образовательных услуг [1, с. 25].

В связи с тем что огромное количество абитуриентов сегодня имеет возможность выбрать любой вуз мира, значительное влияние на это оказывают всевозможные рейтинги, которые составляются ежегодно и от того насколько широко представлена информация о вузе на сайте в Интернете зависит вы-

бор того или иного вуза. К критериям оценки вуза относится размер веб-сайта, количество страниц, число внешних ссылок на сайт, количество публикаций и файлов которые были загружены на сайте и индекс цитируемости по шкале Google Scholar. Следует обратить внимание на продвижение вуза через все возможные ресурсы Интернета (блогосфера («Живой Журнал», Liveinternet, Mail.ru, Blogspot, Tumbler), социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram, Twiter), форумная среда (все открытые записи на всех форумах), и тем самым повысить посещаемость сайта различных целевых аудиторий.

Как отмечалось нами ранее, «цифровые инструменты позволяют реализовать традиционные образовательные процессы в новом виртуальном формате, концентрировать усилия преподавателей и студентов на актуальных знаниях, творчестве, научных исследованиях, интеллектуальном взаимодействии. Кроме этого цифровые преобразования способствуют изменениям в администрировании вузовской деятельностью, повышают обоснованность принятия стратегических решений. Новые технологии для обмена контентом между структурными подразделениями создают новую электронную платформу образовательной деятельности» [2, с. 68]. Проникновению цифровых технологий в вузовскую деятельность способствует проект открытого образовательного пространства, и драйвером развития данного проекта становится бренд вуза.

Библиографический список

1. Аكوпова, Е. С., Ванюшкина, В. В. Крауд-маркетинг в образовательной сфере // Материалы междунар. науч.-практ. конф. / под науч. ред. Г. Л. Багиева и О. У. Юлдашевой. — СПб. : изд-во СПбГЭУ, 2015.
2. Ванюшкина, В. В. Цифровая трансформация маркетинговой деятель-

ности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (97). — С. 68.

3. Козлова, Г. В. Непроизводственная сфера в современном социокультурном и экономическом пространстве : моногр. / под ред. Г. В. Козловой. — Тамбов, 2010.

4. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов — 2-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фебер, 2014.

5. Количество пользователей интернета в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfka-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-velichilas-eshche-na-4-mln-chelovek>

6. Глоссарий [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.likeni.ru/glossary/targetirovannaya-reklama>.

Bibliographic list

1. Akopova, E. S., Vanyushkina, V. V. Craud-marketing in the educational sphere // Material of International scientific and practical conference / ed. by G. L. Bagiev and O. U. Uldasheva. — SPb. : Publishing house of SPbSEU, 2015.

2. Vanyushkina, V. V. Digital transformation of marketing activities // Bulletin of St.-Petersburg State University of Economics. — 2016. — № 1 (97). — P. 68.

3. Kozlov, G. V. Non-production sphere in modern socio-cultural and economic space : monograph / ed. by G. V. Kozlov. — Tambov, 2010.

4. Marketing in social networks / D. Khalilov. — 2nd ed. — M. : Mann, Ivanov and Feber, 2014.

5. Number of Internet users in Russia [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfka-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-velichilas-eshche-na-4-mln-chelovek>.

6. Glossary [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.likeni.ru/glossary/targetirovannaya-reklama>.

Л. В. Володькина, Г. И. Чекмарёва

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПОТОКОВЫМИ ПРОЦЕССАМИ НА РОССИЙСКИХ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГАХ

Аннотация

В статье обоснован системный подход к управлению потоковыми процессами на российских железных дорогах. Рассмотрены управленческие задачи, связанные со спецификой технологии осуществления перевозок. Выявлены особенности международных взаимоотношений транспортного процесса в условиях санкций.

Ключевые слова

Потоковые процессы, грузооборот, железнодорожный транспорт, морской порт, санкции.

L. V. Volodkina, G. I. Chekmariova

SYSTEM APPROACH TO MANAGEMENT OF STREAM PROCESSES ON RUSSIAN RAILWAYS

Annotation

In article the system approach to the management of flow processes on Russian Railways. The author considers the management challenges associated with the specificity of the technology of transportation. Peculiarities of international relations in the transport process in terms of sanctions.

Keywords

Flow processes, turnover of goods, railway transport, seaport, sanctions.

В современных условиях сложно переоценить значение железнодорожного транспорта при организации материального потока от поставщиков к потребителям. Вопросы рационализации потоковых процессов на сегодняшний день выделяются в отдельные направления исследования. Железнодорожный транспорт имеет существенные отличия в организации своего производства от всех иных наземных видов транспорта (высокая капиталоемкость, специфическая ширина колеи, отличная от европейских, восточных стран, олигополизация перевозчиков). В связи с этим задача управления потоковыми процессами в рамках создания железнодорожного транспортного коридора требует решения многофакторных задач, связанных как со спецификой технологии осуществления перевозок, трансформа-

ции потоковых процессов на сортировочных станциях, так и организацией приемо-сдаточных операций. Систематизация потоковых процессов на железной дороге решает ряд вопросов, связанных с организацией информационных потоков документооборота на грузовых станциях, а также управлением информационных потоков в пути следования груза.

Как показывает анализ работ в области управления потоковыми процессами железнодорожных перевозок, в современных условиях резко возросло количество инновационных подходов к организации процесса транспортировки железнодорожного транспорта.

Важным фактором, способствующим развитию инновационных подходов в системе управления железнодорожным транспортом, является введе-

ние санкций со стороны европейских государств и соответствующих ответных мер российских компаний.

Как показывает статистика, объемы перевозок товаров, вошедших в санкционный список, из стран Европы и Украины, Турции активно замещаются товарами из других стран, таким образом, увеличивая долю отечественного товара и производя частичное импортозамещение. В частности, морепродукты и рыба из Норвегии в последнее время активно поставляются в европейскую часть России с Дальнего Востока.

По данным Ассоциации морских торговых портов, грузооборот портов России за январь-декабрь 2015 г. увеличился на 5,7 % по сравнению с 2014 г., и составил 676,7 млн т. Экспортных грузов перегружено 539,1 млн т., что на 7,7 % больше по сравнению с 2014 г., импортных грузов — 33,3 млн т меньше на 23,3 % относительно предыдущего, 2014 г., транзитных — 48,2 млн т больше 1,2 % к 2014 г., каботажных — 56,1 млн т, что составило 15,6 % больше предыдущего периода — 2014 г. [6].

По данным Минтранса, объем перевалки грузов в российских портах составил 676,7 млн т., что на 5,7 % больше, чем в 2014 г. (623,4 млн т), а по сравнению с 2013 г. увеличился на 14,7 % (589,78 млн т) [7].

Последние события, связанные с обострением взаимоотношений с Турцией, привели к тому, что ряд российских компаний пересмотрели маршрутизацию своих потоков с южного направления (порт Новороссийск) на северное (порт Санкт-Петербург). Переориентация грузооборота в отношении Новороссийского порта привела к улучшению ситуации по загруженности петербургского порта — произошла переориентация грузопотоков на отечественные перевалочные мощности.

Рассматривается возможность создания логистического канала доставки китайской продукции по мультимо-

дальной схеме использования Дальневосточных портов, а затем железнодорожной ветки, соединяющей восточные, западные и центральные регионы страны. Представлен анализ некоторых показателей деятельности ОАО РЖД.

По данным Ассоциации морских торговых портов, объем перевалки сухогрузов составил за год 2015 г. составил 312,2 млн т (рост 5,3 %), в том числе: угля — 123,2 млн т (увеличился на 6 %), зерна — 34,4 млн т (рост составил 15,1 %), черных металлов — 26,2 млн т (рост на 12,2 %), грузов на пароме — 21,6 млн т (рост в 1,9 раза), минеральных удобрений — увеличение на 8,8 % (до 16,0 млн т), увеличение руды — на 10,8 % по сравнению с 2014 г. (достиг 6,7 млн т), лесных грузов — 5,3 млн т (рост — 10,7 % по сравнению с 2014 г.) и цветных металлов — 3,5 млн т (рост 10,7 %). Объем перевалки грузов в контейнерах сократился до 40,1 млн т, тем самым уменьшившись на 14,4 % по сравнению с отчетным периодом 2014 г., металлолома — 4,2 млн т (сокращение на 8,8 %) и рефгрузов — 3,2 млн т по отношению за предыдущий период, 2014 г. (снижение на 11,4 %) [7].

Объем перевалки наливных грузов составил 364,5 млн т увеличился на 6,0 % по отношению к 2014 г., в том числе: сырой нефти — 202,1 млн т (рост составил 8,0 %), нефтепродуктов — 146,0 млн т (увеличение на 3,7 %) и сжиженного газа — 12,9 млн т (рост на 5,1 %) [6].

Таким образом, экспорт за 2015 г. увеличился на 7,7 %, что составило 539,1 млн т, импорт за 2015 г. значительно уменьшился на 23,3 %, составив 33,3 млн т, объем транзитных грузов увеличился на 1,2 % — 48,2 млн т, объем каботажных грузов увеличился на 15,6 %, достигнув 56,1 млн т.

В портах Балтийского бассейна объем перевалки грузов увеличился до 230,7 млн т (+3,2 %). Снижился грузооборот Большого порта Санкт-Петербурга —

до 51,1 млн т (-15,8 %) и Калининграда — до 12,7 млн т (-8,6 %). Грузооборот морских портов Азово-Черноморского бассейна составил 232,9 млн т (рост на 10,2 %), в том числе перевалка сухогрузов увеличилась до 98,4 млн т (+21,4 %), наливных — до 134,5 млн т (+3,2 %). Грузооборот портов Новороссийска увеличился до 127,1 млн т (+4,5 %), Кавказа — до 30,5 млн т (+14,9 %), Туапсе — до 25,2 млн т (+13,9 %), Тамани — до 12,3 млн т (+20,8 %), Ростов — до 11,6 млн т (+12,1 %), Азова — до 7,1 млн т (+5,2 %), Таганрога — до 2,9 млн т (+2,0 %) и Темрюка — до 2,5 млн т (+23,0 %). Уменьшили объем перевалки грузов операторы морских терминалов порта Ейска — до 3,9 млн т (-2,8 %). Морские порты Крыма перевалили 9,6 млн т, из них порт Керчи — 7,8 млн т [6].

Таким образом, из сложившейся ситуации в целом видна существенная переориентация транспортировки грузов на более выгодное месторасположение перевалки грузов на территории РФ. При этом объем транзита грузов РФ через порты стран Балтии за 2015 г. сократился минимум на 15 %. Грузовладельцы уходят в Петербург из Котки, Таллина, Риги, поскольку при перемещении товаров через Санкт-Петербургские порты логистиче-

ские издержки значительно сокращаются, что позволяет снизить непроизводственные издержки, входящие с себестоимость ввозных товаров (за 2015 г. у таллинского порта грузооборот сократился на 21 %, у рижского — вырос на 4,7 %) [8].

С вводом с 1 января 2016 г. санкций в отношении товаров из Турции, а также с изменением порядка проведения таможенного оформления в отношении товаров из Украины прогнозируется увеличение товарооборота с восточным соседом — Китаем.

В связи с возрастающей транспортным оборотом между Китаем и Россией, по данным статистики: размер очищенной выручки от услуг интегрированной логистики в 2015 г. составил 12,8 млрд руб., что на 1,4 % выше уровня 2014 г.; доля очищенной выручки от услуг интегрированной логистики в 2015 г. в общем объеме доходов железнодорожного транспорта выросла до 56,2 % (по сравнению с 55,3 % в 2014 г., и с 41,2 % в 2013 г.), что объясняется увеличением спроса на эти услуги, в том числе со стороны средних и мелких клиентов.

Динамика показателей интегрированной логистики на железнодорожном транспорте за 2010–2015 гг. представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 — Динамика очищенной выручки от услуг по контрактам интегрированной логистики в 2010–2015 гг., млрд руб.

Из данных статистики следует, что грузооборот российских железнодорожных перевозок с использованием интегрированной логистики начиная с 2010 г. по отношению к 2011, 2012, 2013, 2014 и 2015 гг. значительно увеличился на 7, 9,3, 8,6, 5 и 12,5 %, соответственно, достигнув наивысшего показателя за последние пять лет, таким образом, ни разу не приблизившись к изначальному показателю 2010 г., а доля интегрированных логистических услуг в очищенной выручке за пять лет возросла в два раза, с 29,7 % достигнув 56,2 %. Это свидетельствует об эффективном использовании интегрированных логистических подходов на железнодорожном транспорте [9]. Однако за 2015 г. в общий показатель выручки от интегрированных логистических услуг

сократился с 20,5 на 17,8 % по сравнению с 2014 г., что на 1,4 % меньше по отношению к предшествующему периоду. Однако за предыдущие два периода доля интегрированных логистических услуг в очищенной выручке возросла с 55,3 до 56,2 %, что на 0,9 % больше в 2015 г. по отношению к 2014 г. [10].

Таким образом, по данным показателям следует вывод, что систематизация интегрированных логистических услуг значительно увеличивает занимаемую долю в очищенной выручке, несмотря на общее сокращение использования услуг по контрактам интегрированной логистики за анализируемый период с 2010 по 2015 гг.

Соразмерность железнодорожных перевозок в России за 2013–2015 гг. представлена на рисунке 2.

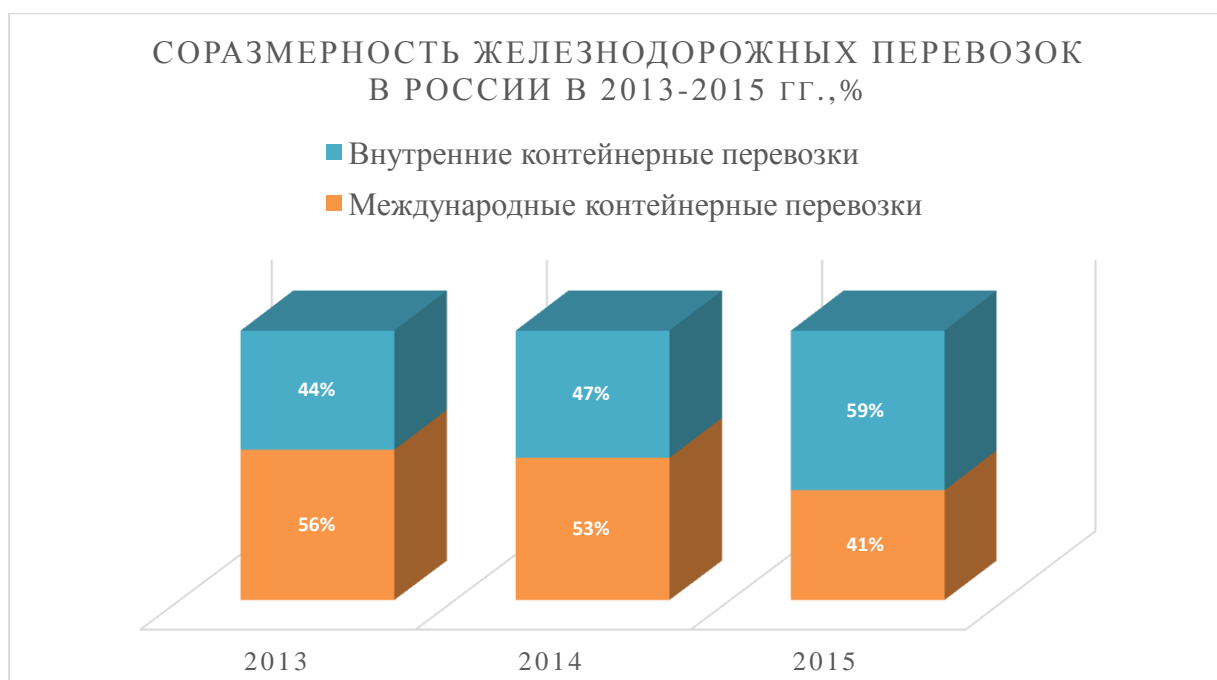


Рисунок 2 — Соразмерность железнодорожных перевозок в России в 2013–2015 гг., %

Анализ показателей железнодорожных перевозок в России за 2013, 2014 и 2015 гг. в разрезе международных и внутренних контейнерных перевозок выявил незначительные колебания. Однако резкое снижение контей-

нерных перевозок связано с введенными санкциями в отношении с РФ, что негативно отразилось на всем грузообороте в целом. Таким образом, внутренние контейнерные перевозки на железнодорожном транспорте уменьшились на

4,2 % в 2015 г. по отношению к 2014 г., что составило 42,8 %. Что касается международных российских железнодорожных перевозок, то в 2015 г. показатель составил 41 %, это меньше на 12 % показателя 2014 г. [11].

Проанализировав статистические данные показателей, можно говорить о непосредственном влиянии негативных политических событий в отношении международных и внутренних показателей перевозки железнодорожным транспортом в России за 2013–2015 гг.

Несмотря на внешнеэкономическую ситуацию в России, в последнее время немаловажное значение приобретают и технологические процессы сопряженности между участниками транспортного движения на внутреннем рынке транспортных перевозок, занимая особое место в методологии исследования транспортной конъюнктуры рынка и построения тарифной системы. Технологическая сопряженность включает в себя применение единой технологии транспортировки, а также прямые перегрузки, бесперегрузочное сообщение.

Несмотря на положительные изменения, которые ожидает железнодорожный транспорт, необходимо отметить, что только при наличии взвешенного подхода при формировании тарифов при перевозке грузов возможно повышение значимости железнодорожного транспорта в инфраструктуре перевозок Восток — Запад.

Совместное планирование коммерческой деятельности участников железнодорожной транспортной системы означает разработку управления потоковыми процессами, а также повсеместное применение единых планов графиков грузооборота.

Основными принципами организации управления потоковыми процессами железнодорожного транспорта являются:

– создание единой транспортной системы, включающей создание

транспортных коридоров и транспортных цепей;

– обеспечение функционирования системного технологического пространства;

– совместное планирование всех участников организации транспортного процесса;

– определение оптимального маршрута доставки нужного объекта потока;

– выбор рациональных перемещения потоков,

– безопасность движения, перемещение и хранение материало потока;

– безотказность системы;

– минимизация человеческого фактора.

Несмотря на то что на сегодняшний день механизм управления потоковыми процессами на российских железных дорогах представляет собой высокоорганизованную систему, необходимо проводить дальнейшие мероприятия по совершенствованию данной работы.

Важным направлением является создание условий для обеспечения эффективной ценовой политики, а также повышения конкурентоспособности по сравнению с автомобильным транспортом. Для этого необходимо иметь четкий механизм, позволяющий удовлетворить потребности крупных игроков международного бизнеса. Четко ориентироваться на снижение себестоимости, для этого перевозчик должен сделать своим девизом: «точность и скорость доставки».

Необходимо выработать правила игры для всех участников рынка железнодорожных перевозок:

– прозрачность тарифов;

– широкий спектр дополнительных услуг;

– создание современной системы управления информационными потоками на всех этапах обработки и продвижения грузопотоков;

- упрощение приемо-сдаточных операций;
- создание гибкой системы скидок;
- повышение качества обслуживания.

Таким образом, благодаря целенаправленным организационным, плановым и контрольным мероприятиям возможно создание оптимальных условий, удовлетворяющих всех участников железнодорожных перевозок, способствующее улучшению экономической составляющей транспортной отрасли.

Из вышеизложенного следует вывод: выходом из сложившейся кризисной ситуации могут стать новые расширенные возможности управления потоковыми процессами на российских дорогах, направленные на систематизацию всех технологических и технических процессов движения как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Библиографический список

1. Альбеков, А. У., Лялюев, С. Ю. Логистическая оценка форм организации материальных потоков в товародвижении // Новые подходы к развитию логистики в формате Россия — член ВТО: отвечая на вызовы. Расширяя возможности (VIII Южно-Российский логистический форум, 12–13 октября 2012 г.). — Ростов н/Д, 2012. — С. 19.
2. Интерактивная версия годового отчета ПАО «ТрансКонтейнер» за 2015 г. [Электронный ресурс] / под ред. В. Г. Самойленко. — Режим доступа : <http://www.indpg.ru/transport>.
3. Кретов, И. И., Садченко, К. В. Логистика во внешнеторговой деятельности : учеб. пособие. — М. : ДИС, 2006. — С. 182–203.
4. Хачатурян, А. Е. Проблемы теории и практики управления [Электронный ресурс] // Международный журнал. — Режим доступа : www.uptp.ru/urss.ru/upto-2015-№12.

5. Шкарупа, С. Снижение транспортных издержек в условиях кризиса // ЛОГИНФО. — 2015. — № 12.

6. <http://www.morport.com/rus>.
7. http://www.mintrans.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID.
8. <http://www.mintrans.ru/news>.
9. <http://www.trcont.ru/press-center>.
10. <http://www.trcont.ru/investoram>.
11. <http://www.trcont.ru/fileadmin/content/documents>.

Bibliographic list

1. Albekov, A. U., Lyalyuev, S. Yu. Logistic assessment of forms of organization of material streams in merchandising // New approaches to development of logistics in a format Russia — the member of WTO: answering calls. Expanding opportunities (VIII Southern Russian logistic forum, October, 12–13, 2012). — Rostov-on-Don, 2012. — P. 19.
2. Interactive version of annual report of PAO «TransContainer» for 2015 [Electronic resource] / ed. by V. G. Samoylenko. — Mode of access : <http://www.indpg.ru/transport>.
3. Kretov, I. I., Sadchenko, K. V. Logistic in foreign trade activity : textbook. — M. : DIS, 2006. — P. 182–203.
4. Khachaturian, A. E. Problems of theory and practice of management [Electronic resource] // International magazine. — Mode of access : www.uptp.ru/urss.ru/upto-2015-№12.
5. Shkarupa, S. Decrease in transport expenses in the conditions of crisis // LOGINFO. — 2015. — № 12.
6. <http://www.morport.com/rus>.
7. http://www.mintrans.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID.
8. <http://www.mintrans.ru/news>.
9. <http://www.trcont.ru/press-center>.
10. <http://www.trcont.ru/investoram>.
11. <http://www.trcont.ru/fileadmin/content/documents>.

Т. Б. Ерохина

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: НОВЫЕ УСЛОВИЯ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРИВЫЧКИ

Аннотация

В статье рассматриваются особенности смены приоритетов ценностей, норм, социальных установок, социальных стереотипов, атрибутивных процессов в период кризиса, охарактеризованы распространенные стратегии покупательских действий, демонстрирующих расслоение, представлена структура нарастания кризиса в общественном сознании, прокомментированы кризисные ситуации, затронувшие российское общество в течение последних лет.

Ключевые слова

Маркетинг, поведение потребителей, кризис.

T. B. Erokhina

MODERN MODEL OF BEHAVIOR OF RUSSIAN CONSUMERS: NEW CONDITIONS AND BEHAVIORAL HABITS

Annotation

Article discusses the features of change of priorities of values, norms, attitudes, social stereotypes, attributive processes during the crisis, characterized by widespread buying strategy of actions that demonstrate separation, presents the structure of the growth crisis in the public consciousness, commented crises that have affected Russian society during the last years.

Keywords

Marketing, consumer behavior, crisis.

Потребительское поведение — это такое пространство, в котором отражается жизнь общества и проецируется новое видение мира, формируются социальные отношения, изменяется стратификация, происходит смена приоритетов ценностей, норм, социальных установок, социальных стереотипов, атрибутивных процессов.

Кризис в первую очередь коснулся всех людей — потребителей, сокращение доходов ведет к тому, что потребители пересматривают свое потребление, встает проблема сохранения сбережений и др. Экономический кризис так или иначе связан с потерями, привыкнув к определенному образу жизни, человек отказывается от обыденного, про-

исходит корректировка, люди переживают тревогу, агрессию, страх, депрессию, что приводит к крушению надежд (например, покупки новой квартиры или машины). Привычная модель поведения потребителей рушится, обостряя разницу между новыми условиями и прежними поведенческими привычками. Предложенные условия жизни не просто дублируются сознанием потребителя, которое отражает реальность, а выделяют в ней новые атрибутивные признаки и свойства, конструируют их в измененные обобщенные модели действительности, в которых приходится жить.

В предсказуемом поведении потребителей существуют распространен-

ные стратегии покупательских действий, демонстрирующих расслоение:

- лояльность к любимой марке заставляет приобретать эти товары, но реже;
- происходит вынужденная смена предпочтений и приобретение более дешевых марок, переход в сегмент более низкой категории, поскольку ожидается затяжной кризис;
- но есть группа потребителей, которые не изменили своих пристрастий и покупают ту же марку в том же объеме.

Личностные качества потребителей дифференцируются от смиренной пассивной реакции (неопределенность заставляет бездействовать, ждать, что порождает снижение остроты конкуренции и дает падание цен на рынке труда) до охвата жажды деятельности, оттенков деятельности. Можно назвать множество. В современной зарубежной научной литературе потребитель отождествляется с личностью изобретательной, оценивающей, коллекционирующей опыт и знания и его поведение регулируется социокультурными, статусно-ролевыми, экономическими и когнитивными ресурсами.

Система ценностей, зафиксированная в сознании потребителя благодаря кризису, трансформируется в новую. Особую роль приобретает взаимосвязь факторов влияния на поведение потребителей, это: идеология, культура, религия, средства массовой информации, общественное мнение и многое другое. В различных ситуациях определенные факторы влияния преобладают, подчиняя другие рыночные субстанции своей цели, что заставляет некоторые категории людей менять стиль жизни и род деятельности. Не сумев изменить линию поведения, такие потребители попадают в зону риска. Потребительские риски на сегодняшний день рассмотре-

ны в научной литературе очень скудно, преимущественно в экономике и социологии, маркетинг остается в стороне. В науке о поведении потребителей ориентировочно, (трансформируя понятия социальной психологии) можно сказать, что понятию возможного риска соответствуют три значения:

1. Мера возможного неблагоприятия при провале в определенной деятельности.

2. Угрожающая потеря действия (неудачное приобретение, ущерб, пропаша и др.).

3. Проблема решения о покупке, выбора между вариантами, предполагает действия в двух возможных версиях — приобретении продукта практически не полезным, но сулящим удовольствие, либо полезным, но менее привлекательным для сознания.

Риски существуют в ситуации деятельности, но если исход ее многовариантен, то может произойти неудача и неблагоприятные последствия, которые зависят от определенных возможностей. Наука в силах построить модель поведения потребителей в ситуации риска, проанализировав причины и возможные последствия, предоставляющие возможность снизить или избежать последствия рисков, которые могут реализоваться в кризис.

Адаптация к кризису происходит не сразу: сознание потребителя, который понял, что кризис грянул, вначале паникует, потом пытается отрицать его, далее постепенно привыкает к определенному состоянию рынка, если относительная стабильность в обществе сохраняется (рис. 1). Человек стремится к определенному идеальному образу жизни, воспринимая сознательно созданный стереотип стратификации общества.

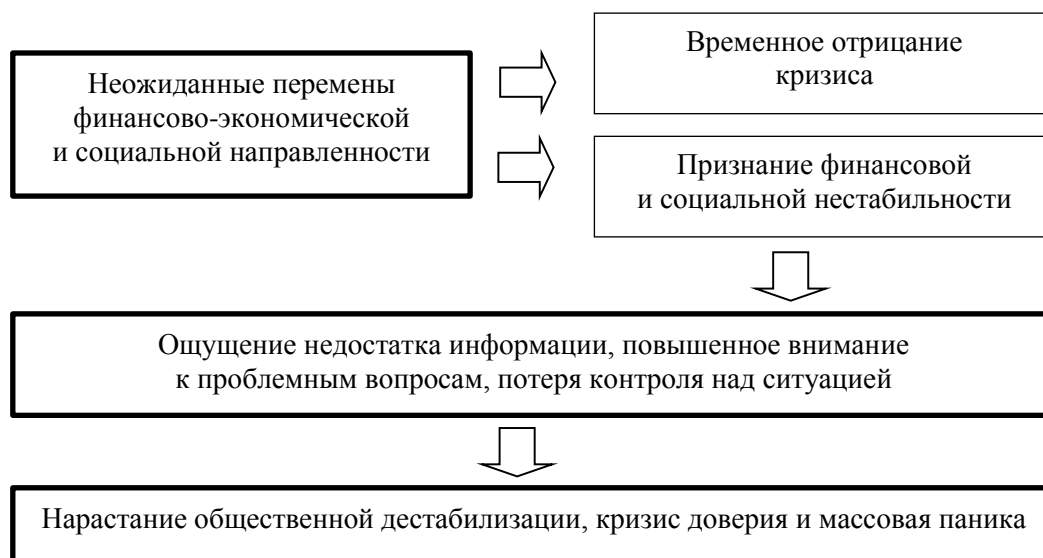


Рисунок 1 — Структура нарастания кризиса в общественном сознании

Экономический кризис приносит потребителям не только вред, но и пользу, человек задумывается над тем, как распорядиться своими ресурсами: экономическими, временными и познавательными. Поведение потребителей как система социальных действий может послужить толчком к новому витку развития. Вместе с изменением структуры спроса и даже сокращением потребления приводит к рождению новых и опустевших ниш, что дает возможность для передела рынка.

Более действенной является рекомендация расширения сферы сознания потребителя, которая поможет избавиться от неуверенности и сформировать «спасательный круг», который может состоять из таких элементов, как: ценностные ориентации потребителей, жизненный стиль, критерии сегментации рынков, социально-стратификационный подход и др.

Информационная составляющая:

– недоверие к информации на этикетке;

– недоверие к цене;

– недоверие к безопасности;

– недоверие к качеству.

Кризисная ситуация 1998 г. вынудила правительство объявить дефолт и

деноминацию российского рубля, что привело к смене модели экономического развития. Незнакомое России общество потребления осваивало рыночные отношения, эпоха дефицита сменилась временем потребления, маховик был запущен, и потребительский спрос стал двигателем экономического роста. В результате сформировался обширный социальный пласт, получивший название среднего класса. Но что такое средний класс, если рассматривать его с точки зрения интересующей нас темы? Прежде всего, быть представителем среднего класса значит быть носителем черт определенной групповой идентичности, включая общие ценности и убеждения. Ниша, которую занимает средний класс, делает его выразителем наиболее компромиссной, стабилизирующей позиции, которая, кроме всего прочего, сглаживает противоречия рыночной конкуренции. Необходимо подчеркнуть, что эти ценности разделяет подавляющее большинство населения: несмотря на то что имеются определенные отличия между верхними и нижними слоями среднего класса, в целом он представляет собой достаточно однородную структуру. Консенсуса, который является целью ПР, при таких

условиях достичь, безусловно, легче, чем в условиях жесткой поляризации интересов и фрагментации общественных структур.

Кризис 2008 г. был спровоцирован кризисом США. Россияне считали, что несправедливо страдать за ошибки заокеанских заемщиков и кредиторов. Ригидность обеспечивается самим процессом социализации, традиционализацией определенного отношения к миру и своему в нем месту.

Проникновение кризиса в отрасли экономики началось в России, как и во всем мире, с финансово-банковской сферы, а далее образовался целый круг последствий, обрушившихся на национальную экономическую систему. В условиях падения финансовой сферы возник кризис ликвидности, затем произошло падение производства, повлекшее массовую безработицу и сокращение доходов общественности, и, как следствие — снижение платежеспособного спроса.

Очередной финансово-экономический кризис затронул все государства и все отрасли экономики. На наш взгляд, кризис — это совокупность ситуаций, повлекших за собой негативные последствия экономического, финансового или социального характера. В условиях кризиса государственные структуры, коммерческие и некоммерческие предприятия разрабатывают самые разные, в зависимости от характера и масштаба кризиса, действия.

Финансово-экономический кризис стал основой возникновения социального кризиса, а вместе они превратились в кризис глобального системного характера. Сейчас с уверенностью можно подтвердить большинство из последних, так как в России в 2008 г. были приостановлены крупные предприятия, сфера малого бизнеса также переживала не лучшее время, государственные институты образования и здравоохранения

нуждались в серьезных финансовых дотациях.

В материалах, подготовленных Советом по внешней и оборонной политике, представлен, в частности, контент-анализ зарубежной прессы, материалы которой связаны с имиджем России и российского бизнеса. Судя по этим материалам, не стоит даже ставить вопрос о том, какая из западных стран позитивно относится к России — можно только говорить о тех, которые относятся менее негативно (такова, например, Испания), чем другие. Отмечено, что на Западе в целом нарастает кампания вокруг таких тем, как: «Криминализация русского бизнеса», «Криминализация правительства», «Русская мафия», «Гиперпреступность в России», «Правление баронов-разбойников», «Плохой инвестиционный климат», «Коррупция», «В России сформировалось преступное и коррумпированное государство» и т. д. За этой кампанией стоят ряд интересов и причин как экономического, так и иного характера. Понятно, что поток негативных материалов делает невозможным отношение к России, как к цивилизованному субъекту международного права, с одной стороны, и ставит под угрозу любые капиталовложения или операции на российском рынке — с другой. Как полагают в Совете, сложившееся на сегодняшний день положение связано во многом с тем, что собственно со стороны российских правительственных и финансово-промышленных структур нет эффективной системы информации, которая бы на постоянной основе доводилась бы до западных структур и могла бы, хоть в некоторой степени, нейтрализовать поток негативных оценок ситуации в России [120].

Нынешний кризис 2014–2016 г. — это отклик мощной, выверенной и внушительной внешней политики России. Патриотические чувства, гордость за Родину дают россиянам силы терпеть и

переживать трудные времена, жертвовать своим благополучием. Но рецессия обусловлена не только антироссийскими санкциями, обвалом нефтяных цен, финансовыми проблемами, стоимостью кредитов, бюджетными ограничениями и др. Одна из главных причин — это то, что экономическая модель, основанная на потреблении, не оправдала себя: рост потребления составил не 22 % ВВП, а всего 6 %.

Экономические ресурсы индивида обуславливают его потребительский выбор, они определяются уровнем кредитоспособности, размерами сбережений и дивидендами на них, заработной платой и др. Экономическое положение страны зависит от уровня доходов потребителей, поэтому рыночные отношения обязывают экономистов отслеживать перемены в сфере личных доходов, ставок учетного процента. Кризисная ситуация говорит о спаде экономических показателей, значит, необходимо принимать меры: сократить объемы производства, изменить товарные запасы, перепозиционировать цены, ввести инновации, перейти к выпуску более востребованных товаров.

Библиографический список

1. Зубец, А. Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей. — М. : Приор, 2011.
2. Иванов, Д. Виртуальная политическая борьба. К вопросу об эффективности политических ресурсов в интернете // Мир Интернет. — 1999. — № 11.

3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс : пер с англ. — М. : Вильямс, 2012.

4. Поведение потребителей / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015.

5. Поведение потребителей : учебник / О. Меликян. — М. : Дашков и Ко, 2012.

6. Чаудхури, А. Эмоции и рассудок. Их влияние на поведение потребителя. — М. : Группа ИДТ, 2007.

7. Шведова, М. Ф. Поведение потребителей : учеб. пособие. — Тюмень : ТГАМЭУП, 2011.

Bibliographic list

1. Zubets, A. N. Marketing in financial markets. Consumer behavior. — М. : Prior, 2011.

2. Ivanov, D. Virtual political struggle. On the question of effectiveness of political resources on Internet // Internet World. — 1999. — № 11.

3. Kotler, Ph. Principles of marketing. Short course. — М. : Williams, 2012.

4. Consumer behavior / ed. by O. N. Romanenkova. — М. : University textbook : INFRA-M, 2015.

5. Consumer behavior : textbook / O. Melikyan. — М. : Dashkov & Ko, 2012.

6. Chaudhuri, A. Emotion and reason. Their influence on consumer behavior. — М. : IDT Group, 2007.

7. Shvedova, M. F. Consumer behavior : textbook. — Tyumen : TSAMEUP, 2011.

С. С. Кундрюков

ВОПРОСЫ ОБОСНОВАННОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ В ВИДЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы обоснованности интенсификации сотрудничества организаций при ведении ими хозяйственной деятельности. Акцент сделан на взаимной выгоде такого сотрудничества в клиенториентированной экономике.

Ключевые слова

Сотрудничество, коммерческое партнерство, перспективы, компромисс.

S. S. Kundryukov

VALIDITY OF COOPERATION BETWEEN THE ORGANIZATIONS IN FORM OF COMMERCIAL PARTNERSHIP

Annotation

Article discusses the questions of the validity of intensification of cooperation between the organizations in the conduct of their business activities. Emphasis is on the mutual benefits of such collaboration in customer-oriented economics.

Keywords

Cooperation, commercial cooperation, the prospects of a compromise.

Партнерство организаций в современном динамично меняющемся мире представляет собой ресурс дальнейшего развития для участников такого сотрудничества, поскольку дает возможность использовать передовые наработки и адаптационные механизмы, необходимые в кризисных условиях. Опора на дружественные организации повышает резистентность, и формирование партнерских отношений может иметь под собой формальные основания и вести к глубокой или поверхностной интеграции его участников [1]. Все это приводит к изменению стратегии поведения и подходов построения взаимоотношений в бизнес-сообществе, в том числе в сфере коммерческого партнерства. Естественным образом, на характере взаимоотношений бизнес-партнеров сказываются различного рода социально-экономические, политические и иные факторы, прямо или косвенно воздействующие на существование бизнеса в России. Даже в том случае если организации не осуществляют формальной ин-

теграции в управленческом аппарате и хозяйственной деятельности, они практикуют мероприятия по «обмену клиентами» между организациями для наиболее полного удовлетворения их потребностей и повышения уровня удовлетворенности потребителей. Во многом именно поэтому создаются коммерческие объединения (формальные и неформальные), основанные на репутации и квалификации партнера, когда одна коммерческая организация может предложить смежные услуги другой организации для повышения качества и предоставляемых работ, услуг. Иногда такие оперативные, запланированные или не запланированные заранее подходы помогают охватить больший сегмент рынка товаров, работ и услуг, не увеличивая штата сотрудников собственной организации, но позволяя решить ряд насущных и важных для потребителей задач.

Часть услуг в данной ситуации целесообразно отдавать на аутсорсинг более квалифицированным постоянным партнерам, что позволяет в свою оче-

редь, снизить временные издержки, трудозатраты с одновременным повышением качества оказываемых услуг. Подобные мероприятия и конвергенция усилий нескольких организаций позволяют не только сохранить клиентоориентированность, но и быть эффективными в решении рыночных задач, сделав все оперативно и квалифицированно, сообразно современным требованиям.

Само по себе партнерство в формальном и неформальном варианте выступает как позитивно зарекомендовавшийся, перспективный подход к решению проблем развития организаций, основанный на взаимовыгодном сотрудничестве. Любая организация ставит своей целью получение прибыли, в клиентоориентированной рыночной экономике это возможно за счет эффективного привлечения и удержания потребителей. Сотрудничество и коммерческое партнерство позволяют также, используя преимущества каждой из вовлекаемых с этой процесс сторон, качественнее удовлетворять клиентов.

В осуществлении коммерческого партнерства и взаимодействия есть ряд формальных оснований, положенных в основу стратегии осуществления, таких как ключевые понятия, уровни (доверие, равноправие и т. д.) осуществления самого партнерства и реализуемые подходы к управлению сотрудничеством.

Естественным образом, сотрудничество, выражающееся в коммерческом партнерстве, нацелено на получение прямых или отсроченных выгод. Традиционным в качестве основного понятия выступает коммерческий интерес партнеров-участников взаимодействия, который выступает основой осуществления тех или иных мероприятий, а далее позволяет рассчитывать на выгоды от трансакций.

Важным является взаимное доверие, согласование интересов и нацеленность на достижение общего результата. Приоритетом в кризисных условиях является такой вариант партнерства, когда участники взаимодействия готовы нести

риски друг друга в долгосрочной перспективе, обмениваться ресурсами, повышать общее качество обслуживания и, тем самым, резистентность неформального объединения к внешним воздействиям.

Не менее значимым представляется равенство в вопросах осуществления партнерства, от него зависит достижимость поставленной цели и взаимное доверие. Равенство определяет готовность участников партнерства идти на взаимовыгодные компромиссы.

Традиционно, предвзято инициативы по сотрудничеству, организации оценивают обоснованность, тактическую и стратегическую выгоду от перспективного партнерства. С этой целью следует анализировать внешнюю среду функционирования компании, собирать интересующую информацию о возможных коммерческих партнерах, об их преимуществах, о параметрах, которыми они располагают, и тех, в отношении которых они могут нарастить свои показатели. Значимым здесь представляется ведение информационной и репутационной оценки потенциальных партнеров, предугадывание потенциально возможных конфликтов интересов и сглаживание таких противоречий. Традиционно акцент следует делать на выгоды от совместных усилий, например, широте охвата рынка, глубокой сегментации, работе с зарубежными партнерами на выгодных условиях и так далее. В любом случае будут возникать сложности и противоречия, их необходимо обсуждать и искать компромиссы.

Целесообразным представляется первоначальный запуск сотрудничества в рамках пилотного проекта с ограниченным временным интервалом, исследование результатов первичных контактов, совместных решений и оценки «плюсов» и «минусов» осуществленных инициатив. Такой подход позволит в тестовом режиме на небольшом участке рынка скорректировать показатели и выйти на потенциально желаемый результат в дальнейшем.

Тем не менее следует понимать, что в пилотном проекте трудно оценить все возможные риски более масштабного взаимодействия на большом участке рынка. Риск в такого рода мероприятиях может проявиться в недоучете слабых сторон партнера или собственных просчетах. Если проект запущен, то вместо совместных выгод, все участники проекта получают убытки. Выгоды от возможного взаимодействия будут более ощутимыми, если все участники партнерства будут склонны к внедрению инноваций, определяющих конкурентоспособность товаров и оказываемых клиентам сервисов. Оправданными и мероприятия по инновациям в привлечении потребителей [3]. Такие действия будут способствовать росту общей конкурентоспособности всех организаций, вступающих в партнерские отношения друг с другом.

Вообще на каждом из этапов создания коммерческого партнерства, участники такого взаимодействия могут быть ориентированы на внедрение инноваций не только в продукты и услуги, но в том числе в процессы. Это позволит активнее и эффективнее использовать существующие ресурсы и рассчитывать на интерес со стороны представителей делового сообщества.

Так или иначе опыт совместного взаимодействия в клиентоориентированной экономике представляется позитивным и должен развиваться и поощряться различными организациями как залог их относительно устойчивого функционирования в ситуации рыночных активных преобразований. Далее, как любой процесс, построение взаимодействия в виде коммерческого партнерства организаций следует оценивать в каждый дискретный момент времени. Под подобной оценкой понимается ценность взаимодействия для каждой из сторон в денежном эквиваленте, ценность для каждой из сторон в качестве источника роста, сравнение затрат (материальных и нематериальных) на сотрудничество и оформление партнерского соглашения.

При оценке осуществляемого совместного проекта, демонстрации его эффективности либо недостаточной эффективности и выявлении «слабых мест» принимается решение о коррекции программы сотрудничества. Например, уточняется и корректируется число совместных регулярных рабочих заседаний, осуществление совместных встреч друг с другом и потребителями, оговариваются сложившиеся проблемы, и осуществляется поиск методов их решения. Такие мероприятия предполагают ведение строгой отчетности, которая в дальнейшем позволяет осуществлять верные управленческие решения о продолжении либо сворачивании сотрудничества [2].

Партнерское соглашение может носить, как уже упоминалось, неформальный характер, но много давать его участникам. Может в дальнейшем привести к подписанию совместных юридических документов в виде контрактов, на основании которых будут вестись сложные проекты, например, в социальной или инфраструктурной сфере.

Залогом будущего успеха, как уже упоминалось, выступают взаимное доверие, уважение, следование нацеленности на стратегическое сотрудничество. Такое стратегическое взаимодействие может найти отражение в дальнейшем профессиональном развитии специалистов компаний, облегчении доступа к информационным базам, профессиональным сообществам, большему охвату потребителей, выраженной клиентоориентированности, создании более востребованных и эффективных продуктов и сервисов, развитии инноваций. Все это будет гармонизировать работу компании на рынке, несмотря на кризисные реалии в экономике.

Успешный деловой тандем может привести к слиянию партнерских организаций, если это окажется оправданным, что приведет к корректировке приоритетов и формулированию общей траектории клиентоориентированного экономического развития.

Библиографический список

1. Бондаренко, В. А. Конвергенция управленческих решений в интегрированных организациях // Менеджмент в России и за рубежом. — 2014. — № 6. — С. 30–34.

2. Бондаренко, В. А. Тенденции к интеграции в бизнесе и долгосрочные отношения с потребителями: общее и специфичное // European social science journal. — 2014. — № 7–3 (46). — С. 523–526.

3. Бондаренко, В. А., Кундрюков, С. С. Инновации в сфере продаж как фактор привлечения потребителей // Концепт. — 2015. — № 4. — С. 166–170.

Bibliographic list

1. Bondarenko, V. A. Convergence of management decisions in integrated organizations // Management in Russia and abroad. — 2014. — № 6. — P. 30–34.

2. Bondarenko, V. A. Tendencies towards integration in business and long term relations with customers: general and specific // European social science journal. — 2014. — № 7–3 (46). — P. 523–526.

3. Bondarenko, V. A., Kundrukov, S. S. Innovations in the field of sales as a factor of attracting customers // Concept. — 2015. — № 4. — P. 166–170.

М. С. Сагидуллаева

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
КАК ФАКТОР ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ**

Аннотация

В статье обосновывается важность и необходимость использования маркетингового инструментария в управленческом процессе организации как ключевого фактора поддержания ее конкурентоспособности в условиях нестабильной и быстроменяющейся рыночной конъюнктуры. Особое внимание отводится использованию коммуникативного инструментария маркетинга, который занимает важное место в организации продвижения услуг туристической организации и формирования потребительской лояльности.

Ключевые слова

Маркетинг, маркетинговые инструменты, конкурентоспособность, туристическая сфера, реклама, продвижение товаров, личные продажи, стимулы.

М. S. Sagidullaeva

**USE OF MARKETING TOOLS AS A FACTOR
IN MAINTAINING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM SECTOR**

Annotation

Article substantiates the importance and necessity of using marketing tools in the management process, as a key factor in maintaining competitiveness is, in a volatile and rapidly changing market conditions. Particular attention is paid to the use of communicative marketing tool that plays a leading role in promoting the services of tourist organizations and the formation of consumer loyalty.

Keywords

Marketing, marketing tools, competitiveness, tourism sector, advertising, promotion, personal selling, incentives.

Успех и процветание любой организации есть результат успешного взаимодействия с потенциальными потребителями, умения предугадать их потребности и предложить тот продукт или услугу, которые в полной мере будут соответствовать их ожиданиям. Способность отслеживать изменения потребительских предпочтений и рынка создает необходимые предпосылки для ведения конкурентной борьбы в рыночной среде. На сегодняшний день рыночная среда в России весьма подвижна и неопределенна, подвержена резким колебаниям и характеризуется достаточно высокими рисками ведения бизнеса вне зависимости от сферы деятельности. В таких условиях организациям для сохранения своих конкурентных позиций на рынке необходима перестройка управленческой системы организации и повышение ее гибкости и адаптивности к внешним изменениям. Создание системы управления с достаточной степенью гибкости, адаптивности и маневренности организации требует органичного сочетания инструментария маркетинга и менеджмента, в нераздельном единстве.

А. Н. Асаул и В. П. Грахов в одной из своих работ отмечают, что «использование маркетинга на высшем уровне менеджмента и постепенное перемещение «фокуса» деятельности предприятия за рамки ее физических границ привели к осознанию роли маркетинга как идеологии хозяйственной деятельности, сообщающей ей стратегический импульс. Рассматривая маркетинг с данных позиций, позволяет заключить, что его непосредственное «вплетение» в процесс управления не должен ограничиваться лишь маркетинговой деятельностью. Его действие распространяется на все функциональные области менеджмента, а социально-экономическое содержание маркетинга выступает основой для принятия управленческих решений любого уровня. Маркетинг,

таким образом, можно охарактеризовать как методологический базис менеджмента, образующий совершенно новую конгломеративную форму, построенную на принципах рассеивания маркетинговых положений в процесс реализации функций управления. Такая форма процесса управления организаций призвана гармонизировать управленческую деятельность и объединять методологию управления внутренними факторами и факторами внешней среды» [1].

Подкрепление управления на всех этапах маркетинговыми исследованиями и использованием маркетингового инструментария для всестороннего изучения внутренней и внешней среды деятельности организации способствовало бы созданию комплексной системы управления, которая по своим функциональным возможностям намного шире и эффективнее, чем традиционное разграничение маркетинга и менеджмента в отдельные функции организации.

Актуальность такого подхода, основанного на принципах, задачах и инструментах маркетинг-менеджмента, особенно высока для организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере услуг. Сфера услуг, как ни один другой вид экономической деятельности, зависит от лояльности потребителя и умения выстраивать продуктивный диалог в системе «организация — потребитель». Соответственно организации, занятой в сфере услуг, необходим постоянный мониторинг изменений, отслеживание трендов развития и прогнозирования спросовых колебаний, на основе которых будет осуществляться принятие управленческих решений.

Одной из таких сфер деятельности, в которой внедрение наработок маркетинг-менеджмента могло бы сыграть положительную роль, является туристическая сфера. Сфера туризма очень чутко реагирует на колебания рынка и изменение платежеспособности потребителя. Сегодня в условиях нарас-

тающего кризиса, вызванного введением международных санкций, многие туристические фирмы оказались под угрозой закрытия или значительного сокращения оборотов своей деятельности, что требует от них поиска новых идей и новых возможностей развития.

В конце 2014 г. в сфере туризма в России наметились негативные тенденции развития. Если в целом по 2013 г. сфера туризма характеризовалась стабильным приростом основных показателей, то колебания рыночной среды привели к спаду основных показателей

деятельности. По отношению к 2013 г. объем платных туристических услуг в 2014 г. снизился на 0,31 % в целом по России, а по отдельным федеральным округам данная величина колеблется от 1 до 30 % [2] (табл. 1). В силу того что кризис только набирает обороты, а устойчивое колебание курса валют будет приводить к снижению покупательной способности российских граждан и снижению привлекательности выезда в европейские страны, в 2015 г. объем платных туристических услуг также продолжал снижаться.

Таблица 1 — Объем платных туристических услуг, млн руб.*

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение, в %, 2014 г. к 2013 г.
Российская Федерация	99 879,0	112 829,4	121 545,0	147 996,0	147 540,8	-0,31
Центральный федеральный округ	29 666,1	33 166,0	32 302,3	44 231,6	40 284,8	-8,92
Северо-Западный федеральный округ	12 016,2	13 128,0	14 890,1	17 501,3	17 776,0	-1,57
Южный федеральный округ	5 186,2	6 921,0	7 877,2	8 628,7	9 928,8	-15,07
Северо-Кавказский федеральный округ	7 120,9	6 190,8	5 912,6	6 749,7	4 611,9	-31,67
Приволжский федеральный округ	14 128,0	16 487,4	19 974,5	24 822,4	26 389,3	6,31
Уральский федеральный округ	14 935,2	16 629,5	17 569,1	19 835,9	22 309,8	12,47
Сибирский федеральный округ	13 088,5	15 511,8	17 221,3	19 378,5	18 844,4	-2,76
Дальневосточный федеральный округ	3 737,9	4 795,0	5 798,0	6 848,0	7 071,5	3,27

* Составлена и рассчитана на основе данных Федерального агентства по туризму.

На фоне общего падения платежеспособности населения, а соответственно и сокращения потенциальных потребителей туристических услуг, наблюдается ужесточение внутренней конкурентной борьбы между туристическими организациями, что приводит к выбытию с рынка тех организаций, которые неспособны подстроиться к изменяющейся среде и изменениям потребительских требований и ожиданий. За период с 2010 по 2014 г. в

России количество туристических фирм снизилось на 6,9 %. Только за год (с 2013 по 2014 г.) были закрыты 333 организации [3]. Значительно сократился в связи с введением международных санкций и колебанием курса валют международный выездной туризм. Незначительный рост внутреннего туризма неспособен компенсировать общие потери организаций, занятых в сфере туризма, что отчетливо видно на диаграмме (рис. 1).

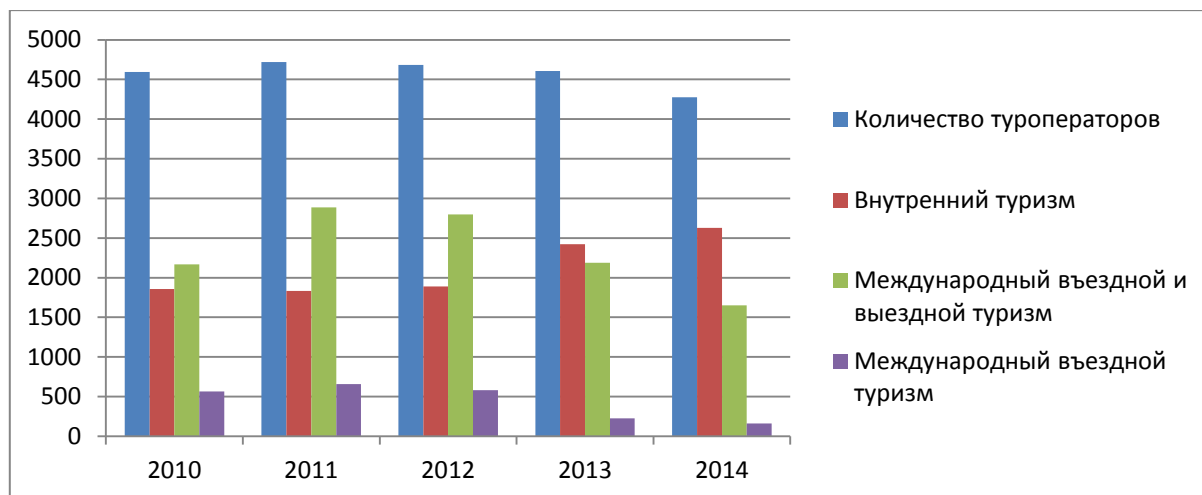


Рисунок 1 — Количество турфирм в РФ с 2010 по 2014 г.*

* Составлена на основе данных ЕМИСС.

Таким образом, организациям для сохранения своих позиций на рынке и получения прибыли необходимо изыскивать внутренние возможности интенсивного роста, находить, возможно, новые сегменты, которые ранее были упущены из виду, и повышать качество коммуникационных процессов.

Из всего арсенала маркетинговых инструментов, которыми туристическая организация может сегодня воспользоваться, разрабатывая и реализуя товарную, распределительную, договорную и коммуникативную политику, особое внимание, на наш взгляд, заслуживают инструменты реализации коммуникативной политики. Хорошо продуманная коммуникативная политика способна не только повысить уровень продаж организации, но и способствует формированию спроса у потенциальных потребителей.

Эффективное взаимодействие с другими участниками туристического рынка, а не только с потребителями, также является неотъемлемой частью коммуникативной политики [4, с. 25]. По своей сути коммуникации сопровождают предлагаемую услугу от момента ее формирования до момента предложения потребителю, формируя заинтересованность потребителя в приобретении кон-

кретной услуги. Важнейшими инструментами коммуникативной политики в сфере туризма [5, с. 213] могут быть: построение и управление отношениями, реклама, личный контакт, паблисити, стимулы, реклама в местах продаж.

Построение и управление отношениями являются основой всего коммуникационного процесса в сфере туризма. Через выстроенную и налаженную систему отношений как с потребителями, так и с партнерами туристическая организация получает возможность осуществлять взаимовыгодное сотрудничество, приносящее ей прибыль. Умение выстраивать взаимовыгодное сотрудничество в сфере туризма является ключевым фактором успеха деятельности организации, в силу того что спрос на туристические услуги имеет высокий уровень эластичности по отношению к уровню дохода потребителей и колебанию цен. Таким образом, наличие определенного круга потребителей, которые постоянно пользуются услугами организации, и поддержание с ними хороших отношений, будет способствовать созданию определенной устойчивости и прочности организации.

Реклама, пожалуй, один из самых распространенных и востребованных

маркетинговых инструментов в сфере туризма. Плюсом использования рекламы туристическими организациями является возможность охвата достаточно большой аудитории за короткий промежуток времени. Реклама позволяет донести до потребителя основную информацию о продукте и подчеркнуть его привлекательность и престижность. Сегодня достаточно обширный пласт занимает интернет-реклама. Она имеет свои преимущества, которые выражаются в интерактивности, возможности потребителя получать информацию об интересующем продукте или услуге в режиме реального времени, характеризуется большей гибкостью и экономичностью в сравнении с традиционной рекламой. Хорошо продуманный концепт рекламной кампании туристической организацией способен создать у потребителя узнаваемый и запоминающийся образ компании, ассоциируемый с качественным и престижным отдыхом.

Личный контакт — один из самых ответственных и значимых моментов в продвижении услуги на туристическом рынке. От степени успешности и эффективности выстроенного диалога на данной стадии зависит успех организации и лояльность клиента. Организация, желающая вести успешное продвижение своих услуг, должна уделять должное внимание подготовке персонала. Работник, ведущий переговоры с потенциальным потребителем, должен не только досконально знать ту услугу или тот продукт, который он предлагает, но и быть отчасти неплохим психологом, чтобы в ненавязчивой форме подтолкнуть потребителя к заключению сделки. В процессе формирования стратегии развития туристической организации необходимо уделять особое внимание обучению персонала, повышению его навыков и компетенций, проведению обучающих семинаров.

Паблицити объединяет в себя все вопросы, связанные с информацией от-

носителем самой организации и ее деятельности, а также выстраиванию работы по представлению данной информации общественности. Это один из мощных инструментов маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование общественного мнения об организации. Разработка и организация мероприятий в рамках паблицити весьма важный и ответственный шаг, требующий тщательной подготовки и обдумывания. Благодаря паблицити организация имеет возможность транслировать в широкие массы свои принципы, идеалы, миссию и ценности. Построение организацией диалога с общественностью, основанного на открытости и честности будет способствовать формированию положительной обратной связи и повышению уровня лояльности со стороны потенциальных потребителей.

Стимулы представляют собой любые действия со стороны организации, направленные на получение обратной реакции со стороны потребителей и продвижения услуги. Среди наиболее распространенных в сфере туризма инструментов стимулирования спроса являются сезонные распродажи, скидки на отдельные пакеты услуг (к примеру, семейный отдых, отдых для молодоженов), скидки постоянным клиентам и т. д. В систему стимулирования также могут быть включены: дополнительное обслуживание, различные купоны на приобретение товаров или услуг и получение потребителями всевозможных сувениров и подарков. Вся система стимулирования призвана вызвать у потенциального потребителя положительные эмоциональные реакции.

Реклама в местах продаж — элемент коммуникативного маркетинга, непосредственно связанный с оформлением места заключения сделки между потребителем и организацией. Здесь необходимо учитывать возможности эмоционального и отчасти психологического воздействия на потенциального

потребителя через создание располагающей обстановки. Возможно использование ярких запоминающихся постеров, рекламных буклетов, элементов интерьерного оформления. Немаловажное значение имеет также расположение самой организации и ее оформление.

Подводя итоги, можно резюмировать, что успешное функционирование организации в сфере туризма возможно лишь при условии использования маркетинговых наработок и инструментов на всех стадиях разработки и принятия управленческих решений. Маркетинговый инструментарий позволяет получить организации необходимые знания о специфике функционирования рынка и поведенческих особенностях потребителей. Зная же особенности самого маркетингового инструментария, организация получает возможность умело и своевременно его использовать для оценки ожиданий и запросов со стороны рынка. Таким образом, поддержание конкурентоспособности организации — это сложный процесс, требующий от управленцев всестороннего и глубокого понимания внутренних механизмов функционирования рыночной системы, постоянного мониторинга ее состояния и прогнозирования трендов развития на основе маркетинг-менеджмента.

Библиографический список

1. Асаул, А. Н., Грахов, В. П. Интегративное управление в инвестиционно-строительной сфере [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.aup.ru/books/m14/6_2.htm.

2. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2014-god>.

3. ЕМИСС [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=37253&referrerType=0&referrerId=947153>.

4. Орлова, Т. М. Маркетинговые коммуникации в России: основы и практика : учеб. пособие. — М. : ИМПЭ, 1999.

5. Бриггс, С. Маркетинг в туризме. — К. : Знание-пресс, 2005.

Bibliographic list

1. Asaul, A. N., Grakhov, V. P. Integrative management in the investment and construction sphere [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.aup.ru/books/m14/6_2.htm.

2. Federal Tourism Agency [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2014-god>.

3. EMISS [Electronic resource]. — Mode of access : <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=37253&referrerType=0&referrerId=947153>.

4. Orlova, T. M. Marketing communications in Russia: bases and practice : textbook. — M. : IMPE, 1999.

5. Briggs, S. Marketing in tourism. — K. : Knowledge press, 2005.

И. С. Саркисян

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ И РОЛЬ HR-БРЕНДИНГА В ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОТ КОНКУРЕНТОВ

Аннотация

В статье рассматривается ведущая в современной ситуации роль сотрудников, отношения с которыми выстраиваются в рамках HR-брендинга, в формировании конкурентных преимуществ бизнеса в вопросе привлечения потребителей и отстройки компании от конкурентов.

Ключевые слова

HR-брендинг, сотрудники, приверженность, потребители, конкурентные преимущества.

I. S. Sargsyan

COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGES AND ROLE OF HR-BRANDING IN DIFFERENTIATION FROM COMPETITORS

Annotation

Article discusses leading in the modern situation, role of staff attitude which is built within the framework of HR-branding in the formation of competitive advantages of business in engaging consumers and rebuilding the company from its competitors.

Keywords

Employer branding, employees, commitment, consumers, competitive advantages.

На современном рынке вопросы привлечения потребителей и выработки системы конкурентных преимуществ, позволяющих успешно позиционировать свои товары и услуг и развивать бизнес в непростых экономических условиях, определяют возможности компании. В этом направлении прослеживается две тенденции, разнонаправленных, но в целом не противоречащих друг другу. С одной стороны, потребители в кризисных условиях позитивно реагируют на сообщения о снижении или не повышении цен и начинают активизировать приобретение товаров и услуг, с другой, немаловажную роль в процессе привлечения и удержания современного потребителя играет качество оказываемых услуг, общая удовлетворенность процессом взаимодействия с фирмой, что лежит в плоскости неценового стимулирования.

Фирме обеспечивать ситуацию, в которой на предлагаемые ею товары и

услуги не растут цены, что благожелательно влияет на поведение потребителей, и одновременно не снижать качество товаров или уровень указания услуг достаточно проблематично из-за собственных трудностей, объясняемых инфляцией, замедлением темпов доходов, ростом тарифов и т. д.

Следует понимать, что удешевление производства за счет перехода на более дешевое сырье или удешевление технологии в целом в итоге станет известно потребителям и вызовет негативную реакцию, сопровождающуюся снижением спроса на такую продукцию. То же справедливо в отношении качества оказываемых услуг. Такие мероприятия могут быть оправданы при их разовом осуществлении и уходе с рынка. При необходимости закрепления в развиваемой рыночной нише и, в идеале, развитии своего бизнеса необходимо искать инструменты отстройки от конкурентов, не

повышения цены, а, по возможности, роста качества товаров и услуг. Это видимое противоречие может быть разрешено следующим образом: организации могут оказывать влияние на рост собственных конкурентных преимуществ в глазах потребителей за счет привлечения наиболее квалифицированных кадров. Кадровое обеспечение становится значимым конкурентным преимуществом и позволяет повысить удовлетворенность существующих клиентов и привлечь новых потребителей. Само информирование о том, что в организации работают «лучшие из лучших» и другие сотрудники с высокими компетенциями стремятся работать в данной компании, способствует вниманию со стороны потребителей. Кроме того, при высоком качестве обслуживания и высоких профессиональных качествах, о которых известно потребителям, информация об отсутствии роста цен на товары и услуги привлекает внимание, не вызывая опасений по поводу снижения качества предлагаемых продуктов и сервисов. Это во многом обосновывает интерес современного бизнеса к качественным характеристикам собственного персонала, который выступает ценным стратегическим ресурсом и позволяет отстраиваться от конкурентов в глазах потребителей [1]. Такая ситуация опосредует необходимость поиска и удержания наиболее компетентных и ценных сотрудников. Дальнейший рост конкуренции и увеличение ее глубины и масштабов на рынках товаров и услуг и усложнение борьбы за потребителя вызывает дополнительный интерес и готовность расходов на наиболее квалифицированный персонал.

Интересным в текущей ситуации представляется следующее: отношениями с сотрудниками начинают управлять, привлекая их, удерживая, формируя в них чувство лояльности к организации-работодателю. Именно в таких условиях и при таком подходе сотрудник стремится как можно больше дать своей организации. В этом аспекте отметим, что максимально продуктивное сотрудничество

работодателя и коллектива, задействованного в контактах с потребителями, может и должно осуществляться на основе достижения общего состояния комфорта в рабочей атмосфере на базе некоего консесусного компромисса в плане учета интересов друг друга. Такой подход подразумевает взаимное доверие и готовность учитывать взаимные интересы взаимоотношения являются фундаментом идеального места для работы в компании для сотрудников. В целом, рост привлекательности мест для работы у собственного персонала, который тем самым способствует продвижению позитивного имиджа собственной компании, в глобальном аспекте ведет к улучшению качества жизни общества и, как уже упоминалось, способствует привлечению клиентов, что значимо в кризисных реалиях. В таком аспекте важным является такой инструмент, как HR-брендинг компании.

Поясним, что HR-брендинг организации представляет собой основной набор функциональных, экономических и психологических преимуществ, предлагаемых при найме на работу и отождествляемых у сотрудника с компанией-работодателем [2]. В связи с этим следует отметить, что главная роль HR-бренда заключается в предложении согласованной концепции управления с четкими и понятными приоритетами, которая способствовала бы повышению продуктивности деятельности организации, привлечению и удержанию ценных сотрудников, а также формированию их приверженности компании в среднесрочной и долгосрочной перспективе [2]. В дальнейшем эти сотрудники формируют собой зримое конкурентное преимущество компании и способствуют привлечению и удержанию потребителей.

Сам HR-брендинг является своего рода частью корпоративной культуры фирмы. В его задачу входит позиционирование наиболее сильных сторон компании. Управление взаимоотношениями с коллективом — это сложный процесс, он требует постоянного внимания. Вме-

сте с тем, естественным образом, следует понимать, что стратегически данный процесс состоит из определенного набора дискретных мероприятий. В целом, нет противоречия между системной планомерной работой и разовыми акциями, так как успешное развитие HR-бренда компании состоит из того и другого, а осознанный стратегический подход, который поддерживает руководство компании, объединяет и направляет такие усилия и инициативы [3].

В современных реалиях эффективный HR-бренд должен обеспечивать соблюдение следующих условий, таких как:

- формировать позитивное мнение о типе организации и о том, что стимулирует приверженность и позитивные эмоции сотрудников по отношению к этой организации;

- выявлять то, что представляет собой ключевой акцент для сотрудников (что именно делает организация и как она это делает, привлекая и удерживая сотрудников);

- обеспечивать четкую дифференциацию компании на фоне конкурентов или других организаций, занимающихся поиском аналогичных высококомпетентных сотрудников;

- обеспечивать понимание сотрудниками уникальных преимуществ организации, которые осознаются сотрудниками;

- формировать ощущение целостности, формирующей доверие к организации и психологическую приверженность сотрудников в долгосрочной перспективе;

- реализовывать соответствие обещаний собственному коллективу реальным делам, что укрепляет их доверие [2].

Традиционно сам HR-брендинг компании имеет определенную структуру. В связи с этим структура HR-брендинга включает в себя ряд последовательных этапов, которые должны реализовываться в организации.

Первый этап касается определения целевых установок в области осуществ-

ляемой политики привлечения персонала и управления персоналом. На данном этапе важно осознавать ценностные ориентиры сотрудников и выстраивать кадровую политику исходя из их восприятия позитивных сторон организации-работодателя.

Второй этап заключается в понимании изменений в восприятии ценностного предложения сотрудникам и нахождения эффективных средств его передачи. В этом случае целесообразно использовать исследовательские методы, такие как фокус-группы, опросы и анкетирование руководителей и учащих среднего звена, а также подготовка отчетов и первичной аналитики о работе сотрудников и их ценностных ориентирах работы в компании.

Третий этап состоит в предложении разработки, ориентированной на выявленные у сотрудников целевые ориентиры и формирование для них ценностного предложения.

Далее следует этап опробирования и утверждения плана коммуникационной стратегии, после начинается развертывание внешней коммуникации и внутреннее вовлечение и коммуникации, при этом реализация согласованных активностей должна осуществляться упорядоченно [2].

Заключительным этапом принято считать подготовку отчетности, а также внутренние и внешние метрики, что помогает оценить результативность осуществляемых мероприятий и провести анализ успешности применения всех инструментов HR-брендинга [2].

Кроме того, необходимо отметить, что в настоящее время принято выделять ряд следующих направлений HR-брендинга, которые существенны для современного бизнеса. Их дифференцируют по общему направлению реализации и по функциональному аспекту. Традиционно выделяют принятую в компании стратегию лидерства в аспекте кадровой политики, формирование ценностных ориентиров, выработки

корпоративной идентичности, выбора коммуникационных инструментов и репутационного имиджа компании.

В функциональном аспекте наибольшую роль играют подбор персонала, разграничение ответственности между сотрудниками и введение их в курс дела имиджевой и кадровой политики компании, развитие профессиональных навыков персонала, управление основными показателями деятельности организации, рабочая атмосфера, принятая система стимулирования и механизм вознаграждения сотрудников и поддержания с ними продуктивных контактов по окончании их трудовой деятельности в компании.

В итоге, можно заключить, что HR-брендинг в настоящее время в сложившихся реалиях, в практике пока преимущественно крупных компаний, приобретает большое значение в стратегическом развитии и отстройке от конкурентов. Его роль для роста лояльности сотрудников к организации за счет эффективной кадровой политики способствует привлечению и удержанию потребителей. Когда компания стремится стать привлекательным работодателем и эффективно реализует кадровую политику, продолжая сотрудничество с бывшими сотрудниками и привлекая новых, она формирует благожелательный имидж в плане позиционирования себя как приоритетного желательного места работы. Заинтересованные в качестве работы своей организации — работодателя сотрудники стремятся оказывать качественные услуги и наиболее полноценно удовлетворять потребительские запросы, что в конечном итоге выступает значимым конкурентным преимуществом и позволяет компании занять лидирующие позиции с точки зрения эффективности ведения клиентоориентированного бизнеса.

В условиях жесткой рыночной конкуренции каждая организация сама определяет и прокладывает для себя собственный путь к успеху, одним из

таких путей представляется формирование имиджа «идеального места работы», на которое хочется вернуться. Это мотивирует сотрудников и создает потенциал развития фирмы даже в сложных экономических условиях.

Библиографический список

1. Маннапов, Р. Г., Берешева, Л. А. Управление человеческими ресурсами в организациях сферы услуг: научные основы формирования и развития: моногр. — М.: МАКС Пресс, 2011.

2. Саркисян, И. С. Каким образом организации с высоким уровнем доверия извлекают максимальную пользу из бренда работодателя [Электронный ресурс] // Экономика, менеджмент, маркетинг. — Режим доступа: <https://interactive-plus.ru/e-articles/collection-20140225/collection-20140225-1436.pdf> (Дата обращения: 10.03.2016).

3. Стратегический подход к HR-брендингу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hr-portal.ru/blog/strategicheskiiy-podhod-k-hr-breningu> (Дата обращения: 10.03.2016).

Bibliographic list

1. Mannapov, R. G., Beresheva, L. A. Management of human resources in organizations of sphere of services: scientific basis of formation and development: monograph. — M.: MAKS Press, 2011.

2. Sargsyan, I. S. How organizations with high trust are making the most of employer brand [Electronic resource] // Economics, management, marketing. — Mode of access: <https://interactive-plus.ru/e-articles/collection-20140225/collection-20140225-1436.pdf> (Date of access: 10.03.2016).

3. Strategic approach to HR-branding [Electronic resource]. — Mode of access: <http://hr-portal.ru/blog/strategicheskiiy-podhod-k-hr-breningu> (Date of access: 10.03.2016).

Е. К. Пиливанова

ВИРТУАЛЬНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация

В статье рассмотрены виртуальные логистические предприятия и технологии, существующие в настоящее время. Виртуальные технологии информационных систем выступают интегратором логистических систем на макро- и мезоуровне. В условиях глобализации данные системы и технологии управления электронными предприятиями являются неотъемлемой частью логистики.

Ключевые слова

Виртуальная логистика, виртуальные технологии и предприятия, электронная коммерция, единая информационная и логистическая система.

Е. К. Pilivanova

VIRTUAL LOGISTICS ENTERPRISES AND TECHNOLOGIES

Annotation

Article considers information about virtual enterprises and technologies existing now. Virtual technologies of information systems are the main integrator of logistics systems at the macro and mezzo levels. In the context of globalization such systems and technologies of control of electronic enterprise is the main part of logistic.

Keywords

Virtual logistics, virtual technologies and enterprises, electronic commerce, integrated information and logistics system.

В условиях глобализации наблюдается тенденция стремительного развития и совершенствования информационного пространства. Сегодня все большее распространение получают интернет-предприятия, которые посредством Интернета реализуют товары конечным потребителям. В связи с этим актуализируется вопрос преобразования и модификации логистических и информационных систем относительно новым технологиям, существующим как на отечественных рынках, так и в мировом масштабе. Данные процессы трансформации и смены существующих логистических систем возможны за счет виртуализации логистического и организационного пространства.

Сегодня виртуальное предприятие представляет собой «единое информационное пространство, в котором оперативно формируются цепи поставок под конкретный заказ клиента на основе гибкого привлечения ресурсов различных предприятий» [1, с. 178]. Основными стимулирующими факторами появления виртуальных предприятий стали сформированные такие логистические концепции, такие как Wireless Enterprises, Mobile Commerce, Virtual Information Technologies, Virtual Enterprise и др. В целом организационно структуру виртуального торгового предприятия можно представить в виде следующей структурированной схемы организации.

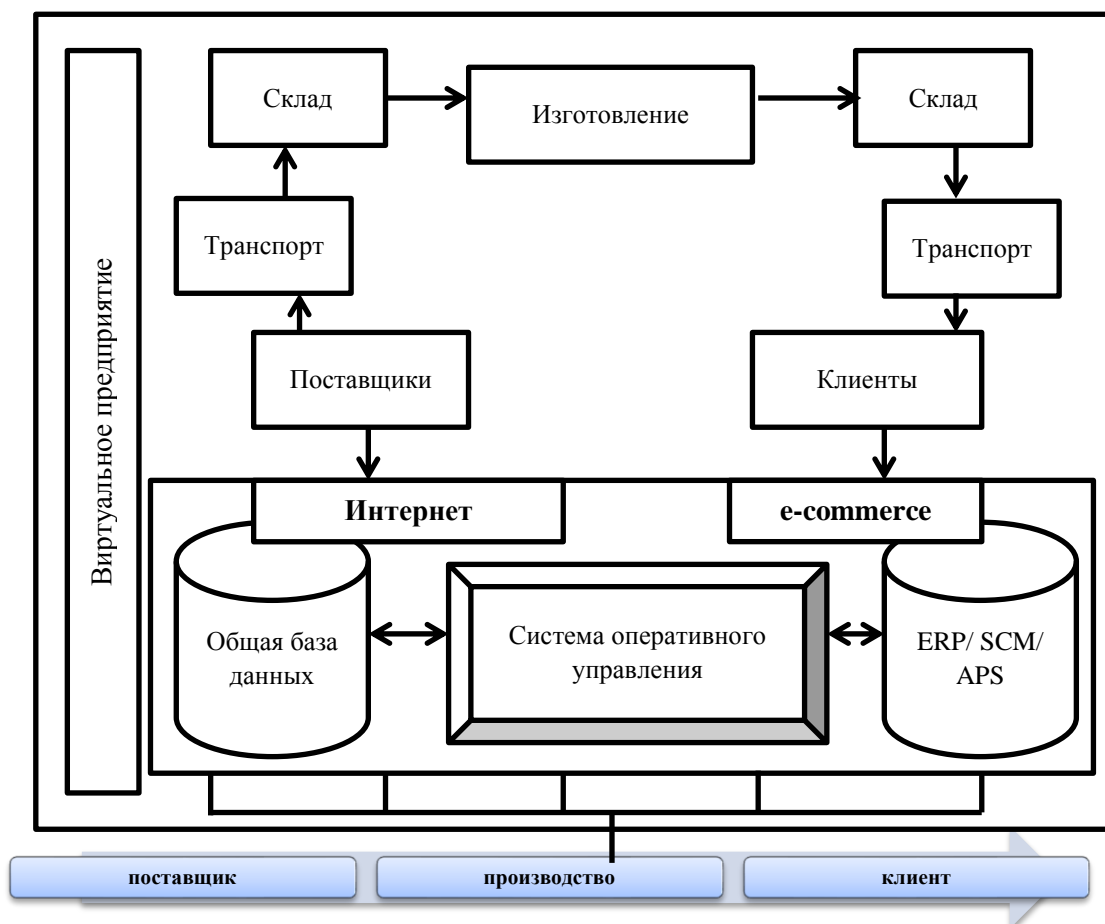


Рисунок 1 — Организационная структура виртуального предприятия

Представленные данные рисунка 1 свидетельствуют об интеграционном взаимодействии и формирующейся на его основе единой информационно-технологической базе благодаря объединению всех взаимосвязанных форм предприятия. За счет данной схемы работы виртуальные предприятия, основываясь на оперативной координации, способны в минимальные сроки реагировать на изменяющийся спрос и воздействие внешней среды. При этом виртуальные интернет-предприятия обладают основными свойствами, которые характеризуют их как субъект интернет-бизнеса: децентрализованностью, распределенностью, интегративностью, гибкостью, адаптивностью, самоорганизацией и самоконтролем и координацией.

«Для современного бизнеса концепция виртуальных предприятий имеет чрезвычайное значение. Виртуализацию используют как крупные пред-

приятия, так и предприятия малого и среднего бизнеса. Участие предприятия в виртуальном пространстве – это один из решающих факторов сохранения и повышения уровня доходов и конкурентоспособности на современных и будущих рынках. Д. Рябых указывает на то, что концепции виртуального предприятия на практике могут быть самыми разными: от интернет-площадки до полномасштабной производственной и логистической системы, в которой web-представительство служит связующим звеном между покупателями, продавцами и производителями. На практике концепции виртуальные предприятия отличаются друг от друга как по организационно-функциональному наполнению, так и по видам применяемых информационных технологий» [2].

Таким образом, формирующиеся виртуальные предприятия способствуют развитию таким формам электронного бизнеса, как: B2B (business-to-business), B2G (business-to-government), B2E (business-to-economy), B2C (business-to-customers), C2C (consumer-to-consumer) C2B (consumer-to-business).

«Освоение новой сферы экономической деятельности, такой как виртуальная логистика, актуально по причине того, что открывает перспективы для развития и становления современных предприятий, еще не занявших вакантных ниш на рынках, но стремящихся и достойных их занять. Глобализация, все более захватывающая российское информационное пространство, расширение потребностей покупателя, которые необходимо удовлетворять теперь как можно быстрее, — все эти факторы становятся основой виртуальной конкуренции. По сути, развитая структура виртуальной логистики расценивается как основополагающее коммерческое преимущество. Следовательно, электронное предприятие, выходя на рынок, подвластный глобализации и всем ее атрибутам, должно подстраиваться под современные требования и условия внешней среды, то есть среды Интернета. Если раньше предприниматель или компания, выходя на рынок, могли прогнозировать свою прибыльность, ис-

ключительно исходя из затраченного или имеющегося капитала, то в нынешней глобальной экономике успешным и прибыльным становится самый «энергичный игрок». Цикл жизни предприятия уже не тянется десятилетиями, и многие крупные компании, не подстроившись к внешней среде, прекратили свое существование. В современных условиях успеха добиваются компании, разрабатывающие свою стратегию, исходя из временных перспектив, то есть стратегию своевременности» [3].

Сегодня электронная коммерция начинает развиваться весьма стремительными темпами, несмотря на то что основная структура торговли приходится на США и Китай, по прогнозам ряда экспертов с 2017 г. список лидирующих стран дополнится Мексикой, Бразилией, Россией, Италией. По данным аналитических отчетов, представленных на официальных сайтах, в России наибольшую популярность в интернет-магазинах получает электроника и бытовая техника, одежда, обувь, компьютеры, мобильные телефоны, при этом стоит отметить, сравнивая динамику с зарубежными странами, первое место среди лидеров составляют: электроника, товары для офиса и книги. Объем и рост товарных категорий в период 2013–2014 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 — Товарооборот и рост товарных групп в период 2013–2014 гг. в России*

Товарные группы	2013 г., млрд руб.	2014 г., млрд руб.	Рост, %
Электроника и бытовая техника	108	147	37
Одежда и обувь	76	93	21
Компьютер и комплектующие	56	68	22
Автозапчасти	26	38	44
Мобильные телефоны	26	32	24
Товары для дома	19	31	60
Детские товары	24	30	24
Мебель	20	27	35
Оборудование b2b	19	24	24
Стройматериалы	15	22	44

* Составлена по материалам [4].

Продолжение табл. 1

Товарные группы	2013 г., млрд руб.	2014 г., млрд руб.	Рост, %
Товары для спорта, туризма, рыбалки	14	20	36
Продукты питания	13	17	33
Товары для офиса	12	16	28
Косметика и парфюмерия	8,6	10	11
Аксессуары	6,7	9	41
Подарки	4,8	6,8	41
Книги	5,9	6,6	12
Лекарственные средства	3,5	4,6	32
Зоотовары	2,8	3,6	28
Цветы	2,6	2,8	7
Украшения	2,2	2,8	25

Динамика электронной коммерции в период 2010–2015 гг. имела положительную динамику. Ежегодно данный показатель возрастал в среднем на 15–25 %. Экспертами прогнозируется, что к 2016 г.

рост электронной коммерции достигнет показателя более 1 трлн руб., за счет роста отрасли экономики. Текущая динамика, а также прогноз, представленные INSALES, отражены на рисунке 2.

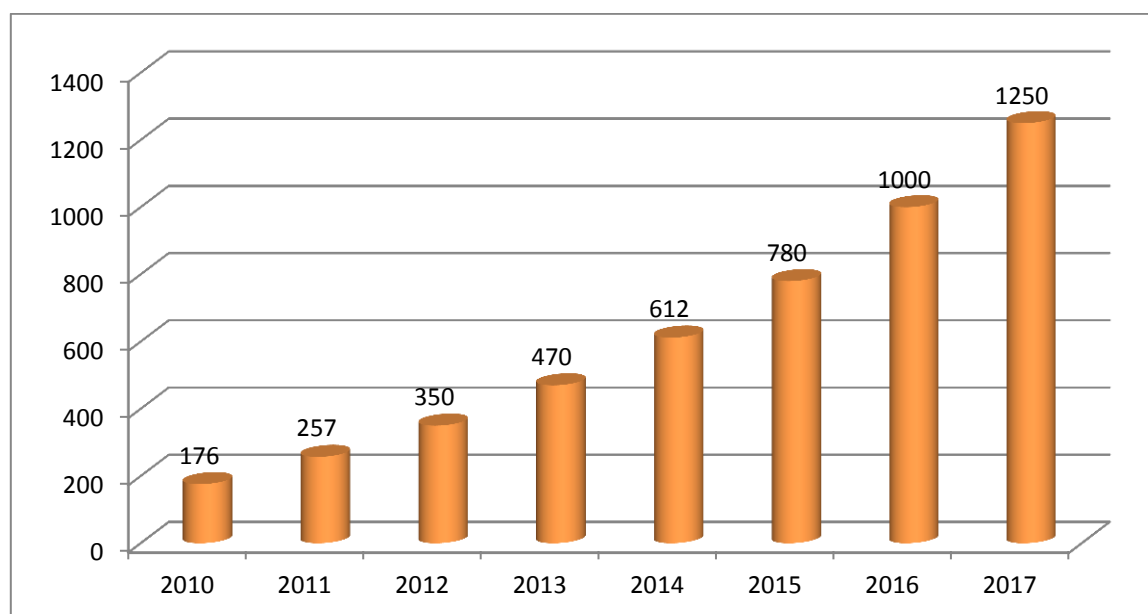


Рисунок 2 — Текущая динамика и прогноз до 2017 г. оборота электронной торговли, млрд руб.

Таким образом, обращая внимание на положительную динамику роста и прогноза электронной коммерции в России, следует обратить внимание и на то, как проходило распределение доли покупок в интернет-магазинах по регионам России.

В региональном разрезе, как видно в таблице 2 наибольшая доля приходит-

ся на Центральный федеральный округ, а именно: Москва (40,1%), Санкт-Петербург (11,5%). Далее в процентном соотношении динамика составляет менее 5%, при этом Ростов-на-Дону располагается на 9-м месте из 20, что свидетельствует об активизации данного направления в Южном федеральном округе.

Таблица 2 — Распределение долей электронной коммерции по регионам России

№	Город	Доля покупок, %
1	Москва	40,1
2	Санкт-Петербург	11,5
3	Екатеринбург	4,6
4	Новосибирск	3,1
5	Краснодар	2,3
6	Самара	2,0
7	Нижний Новгород	2,0
8	Челябинск	2,0
9	Ростов-на-Дону	1,8
10	Уфа	1,6
11	Казань	1,6
12	Пермь	1,5
13	Воронеж	1,3
14	Саратов	1,1
15	Красноярск	1,0
16	Ижевск	1,0
17	Тюмень	0,9
18	Омск	0,9
19	Кемерово	0,9
20	Ярославль	0,9

Можно отметить, что по итогам анализа статистического материала интернет-торговля сегодня в России развивается динамично, на рынке остаются только сильные игроки, малые компании исчезают, в связи с нестабильной ситуацией курса валют, санкционными ограничениями на товары со стороны западных стран. При этом крупные интернет-магазины, оставшиеся в интернет-пространстве, разрабатывают новые информационные технологии для обеспечения конкурентоспособности их в рамках электронного бизнеса.

Еще одним примером являются транспортно-экспедиционные предприятия уровня 5PL-провайдера. Операторы данного уровня осуществляют свою деятельность на основе аутсорсинга логистических услуг, а именно предоставляют компаниям комплекс услуг по управлению интегрированными процессами в рамках макро- и мезологистических систем, без использования физического распределения материального и сопутствующего ему информационного

потока. Данный уровень логистических операторов ориентируется, в отличие от 3PL- и 4PL-провайдеров, на создание виртуального пространства (в рамках представленного на рисунке 1 виртуального предприятия), реализация услуг которого происходит за счет созданного в нем единого информационного поля.

В связи с этим появляется необходимость использования современных информационных технологий в электронном бизнесе, которые осуществляли полный сбор, обработку, накопление и систематизацию данных для обеспечения эффективной и бесперебойной работы виртуальных предприятий. В настоящее время актуальными технологиями информационного обеспечения являются: ERP (Enterprise Resource Planning), VP (Virtual Production), VS (Virtual Screening), CLS (Concurrent Logistics System), CSRP (Consumer Synchronized Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), ECR (Efficient Consumer Response). Выбор технологии зависит главным образом от

сферы деятельности предприятия, будет оно ориентироваться на потребителя либо на производственные процессы.

Таким образом, виртуальные предприятия — это не только осуществление коммерческих операций по продаже товаров и услуг, но также интеллектуальная логистическая система, направленная на интеграцию элементов логистической системы с такими элементами, как отслеживание движения товаров в цепи поставок в режиме реального времени и применения информационных и коммуникативных технологий.

Библиографический список

1. Иванов, Д. А. Управление цепями поставок. — СПб. : изд-во Политехн. ун-та, 2010.
2. Иванов, Д. Виртуальные предприятия: оперативная кооперация в логистике [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.cfin.ru/management/manufact/virtual.shtml> (Дата обращения: 21.03.2016).
3. Кизим, А. А., Игнатова, В. О. Виртуальная логистика как инструмент интеграции субъектов международного

бизнеса // Теория и практика общественного развития. — М., 2012. — С. 443–448.

4. Аналитический бюллетень INSALES 2015: Рынок интернет-торговли в России в 2014 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.insales.ru/blog/2015/05/20/analytical-bulletin-insales-2015>.

Bibliographic list

1. Ivanov, D. A. Supply chain management. — SPb. : Publishing house of Polytechnic University, 2010.
2. Ivanov, D. Virtual enterprises: operate cooperation on logistic [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.cfin.ru/management/manufact/virtual.shtml> (Date of access: 21.03.2016).
3. Kizim, A. A., Ignatova, V. O. Virtual logistic as an integrated instrument of international business // Theory and practice of social development. — 2012. — P. 443–448.
5. Analytical bulletin of INSALES 2015: market of internet commerce in 2014 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.insales.ru/blog/2015/05/20/analytical-bulletin-insales-2015>.

А. А. Полуботко

РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ СТРУКТУРЫ И КАЧЕСТВА ПОСТАВОК В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ РЕГИОНА

Аннотация

В статье представлена проблематика эффективности применения логистики в процессе обеспечения электроэнергией потребителей, рассмотрены группы категорий, характеризующих поток, канал и инфраструктуру, приведены основы развития сетевой структуры и качества поставок в логистической системе электроснабжения, охарактеризованы императивы ограничения стремительного роста потребления и использования возобновляемых новых технологий энергетики будущего.

Ключевые слова

Логистика, электроэнергетический комплекс, качество и надежность поставок.

А. А. Polubotko

DEVELOPMENT OF NETWORK STRUCTURE AND QUALITY OF SUPPLY IN SUPPLY OF REGION POWER SYSTEM

Annotation

Article presents problems of efficiency of logistics in the process of power supply to consumers, the groups of categories characterizing the flow channel and the infrastructure, shown basis for the development of the network structure and the quality of supply in the supply system, power, characterized by rapid growth imperatives limit consumption of renewable and new energy technologies of the future.

Keywords

Logistics, electric power complex, quality and reliability of supply.

В рамках свободного конкурентного рынка категории надежности и качества обеспечения потребителей электроэнергией предоставляют шансы рыночного лидерства независимым производителям и поставщикам, способным предложить заданные параметры результативности. По сути, электроэнергетический комплекс нашей огромной страны может считаться высокоинтеллектуальной и широкоформатной логистической системой, способной адекватно реагировать на изменения заданных параметров стабильности, поэтому именно научно-прикладной инструментальной современной и фундаментальной логистики и управления цепями поставок применим в рамках электроэнергетики наиболее действенно. В данном стратегическом, по сути, комплексе сконцентрированы интересы социально-экономического профиля на уровне функционирования региональных энергосистем, процессов генерации, транспортных, информационных и материальных потоков.

Следует отметить, что инфраструктурная насыщенность и социально-экономическое разнообразие современных объектов энергопотребления нуждаются в применении межфункциональной и межорганизационной логистической координации, с точки зрения резервно-сырьевого подхода, позволяющего объективно предвидеть дальнейший рост про-

мышленного и бытового потребления, поэтому современная логистика необходима как парадигма и качественный системно-интегрированный механизм, адекватно влияющий на технико-технологическую и научно-прикладную составляющие как ориентиры развития научно-технического прогресса.

Эффективность применения логистики в процессе обеспечения электроэнергией потребителей базируется на предположении о том, что логистика, прочно адаптирующаяся к требованиям рынка и проникающая во все отрасли социально-экономического обеспечения систем на любом уровне организации последних, выступает одним из наиболее прогрессивных научно-прикладных направлений, так как традиционные концепции управления не всегда адекватно применимы к постоянно растущим требованиям энергорынка.

Ключевая задача логистики — повышение эффективности организационно-рыночного функционала энергосистем оптимизация параметров стоимости и качества потребляемой энергии, обеспечение свободы выбора потребителя. Показатели свободного энергорынка не в полной мере реализованы, так как конкурентные условия сочетаются с естественно монопольным фундаментом электроэнергетики. Организационно-управленческий функционал логистики энергосистем наделен свой-

ством приоритетности, так как отрасль концентрирует в себе комплекс ключевых задач стратегического, оперативно-го, экономического и социального характера.

На столь востребованные рынком показатели надежности и качества отражаются в стратегическом понимании характеристики энергоэффективности российского производственного комплекса, износа генерирующих и передающих мощностей, как основная угроза долговременной экономической безопасности страны.

Организация централизованного оперативно-технологического управления в масштабах всей страны достаточно сложная задача, так как регионы России, как и экономические субъекты всего мира делятся, в зависимости от своих сырьевых возможностей на энергодостаточные и энергозависимые, а площадь Российской Федерации, самой большой страны составляет 17 124 442 кв. км. К сравнению Франция на 48-м месте рейтинга территории — 547 030 кв. км, ровно в 31 раз меньше, Германия — 357 021 кв. км — в 48 раз, даже территория США значительно (почти в 2 раза) меньше, что свидетельствует о сложности интеграции внутрисистемных логистических процессов в электроэнергетическом комплексе на территории нашей огромной страны.

Принципиально новые условия развития России и организационно-управленческого функционала логистики энергосистем благодаря организации эффективной службы контроля и управления электрическим потоком в процессе его генерации и распределения предполагают форсированный устойчивый рост параметров надежности и качества энергообеспечения, обеспечивая результативность функционирования экономики в значительной мере определяется качеством и надежностью электрообеспечения хозяйственно-экономических структур, органов административно-

государственного управления и социально-значимого сектора.

Диверсификация генерирующих мощностей и сетевого хозяйства, оптимизация параметров логистических бизнес-процессов на основе организационно-экономического сопряжения энергоактивов должны иметь методологическую платформу, основу которой должны составить инструментальные методы современной логистики, а также логистические принципы эффектообразования, реализованные в рамках стратегии рационального синергетического синтеза устойчивой энергосистемы и достижения надежного электроснабжения потребителей.

Логистическое управление электроэнергетическим комплексом региона — это система, обеспечивающая воспроизводство взаимосвязанных и взаимозависимых гарантирующих подсистем, специфичных и нередко территориально разобщенных, но образующих синергетический эффект, то есть синхронно управляемых процессом регионального законченного цикла, снабжающих области производственного и бытового энергопотребления.

Электроэнергетика выступает достаточно специфической отраслью, системой, которая условно четко организована по социально-управленческому, институциональному, производственному, ресурсно-экологическому критерию, выступающим в качестве базисных составляющих стратегически значимой отрасли. Логистическое управление электроэнергетическим комплексом предусматривает развитие и поддержку всех объектов генерации и передачи энергии и в рамках резолюции данной задачи необходимо ориентировать логистическое управление на инновационном, инвестиционном потенциале региональной электроэнергетики, основанном на модернизации технологической и информационно-управленческой систем, оптимизации цепей поставок электроэнергии.

В рамках исследования теоретико-прикладного инструментария современного логистического научного знания, применимо к искомому комплексу, следует отметить, что для того чтобы разрозненные элементы начали эффективно взаимодействовать, обеспечивая показатели результативности по категориям «надежность» и «качество», необходимо учитывать резонанс проблематики развития (основная генерация, фонды распределения и передачи электроэнергии были возведены в послевоенный период). Условно разрозненные элементы систем благодаря связям между элементами как бы самопроизвольно, но при этом опосредованно образуют определенные функциональные и прочие виды связей, обеспечивающие системный синергетический эффект.

Эффективную организацию потоков информации, сырья и электроэнергии по сети каналов генерации, распределения и потребления от производственных фондов до области потребления можно представить тремя группами категорий, характеризующих поток, канал и инфраструктуру.

1. Категории потока или его динамическая часть включают состав и структуру, мощность потока; интенсивность движения или скорость, результативность потока, время нахождения в пути или длительность движения (насколько данные характеристики возможно оценить в рамках электроэнергетического комплекса); качество услуг; надежность потока; ресурсоемкость потока.

2. Категории канала или неизменная статистическая часть, так как назначение и функции канала энергетики относительно стабильны (не считая износа оборудования и ввода новых объектов генерации), структура канала — системы, производящие и передающие энергию, включая интеллектуально-информационные системы, сеть каналов, учитывая обширную географию и

ориентиры экономного энергопотребления.

3. Категории инфраструктуры: ресурсы и финансовые механизмы, образующие энергосистему на одном из уровней — проектирования и функционирования логистических систем на микро-, мезо- и макроуровне.

Многообразие представлений о качестве в основном сконцентрировано вокруг двух позиций: первая опирается на технико-технологические аспекты качества, выделяя физико-химические свойства товаров; вторая использует в качестве отправной точки потребности и ожидания потребителей.

Вместе с тем системный подход как общенаучный метод, широко используемый в экономике и логистике, в частности, предусматривает исследование объектов экономических отношений как систем, включающих совокупность взаимосвязанных элементов. В этом смысле и стоит рассматривать качество и его проявление.

Теоретические и методологические аспекты исследования функциональных областей логистики, применяемых в электроэнергетике, по своей природе функционирующих как потоковый процесс, представлены в научном исследовании А. У. Альбекова, А. М. Тлепцерищева «Организация и функционирование логистической системы электроэнергетического комплекса Ростовской области, в котором, помимо приведенной обширной информационно-аналитической базы, характеризующей состояние отечественной электроэнергетики на региональном уровне на пороге веков.

Следует сказать, что в указанной работе основной упор делается на логистическом исследовании сферы обращения электроэнергии, где, как считают авторы, скрывается «нераскрытый стоимостной потенциал электроэнергетики», отмечается, что:

- наиболее сложные проблемы заключаются в коммерческой составляющей;

- существуют отраслевые особенности функционирования электроэнергетического комплекса, и авторы предлагают логистическую интерпретацию производственно-коммерческой деятельности субъектов электроэнергетического комплекса, все составляющие которой — от генерирования электроэнергии и до реализации продукции электропотребления — рассматривают как логистическую цепь;

- группировка потоков электроэнергии является объектом товародвижения и основой формирования логистической системы электроэнергетики;

- логистический подход при формировании тарифной политики электроснабжения на основе максимально возможного учета индивидуальных особенностей электропотребления;

- разработаны научно-методические основы прямого и укрупненного нормирования расхода электроэнергии как необходимого условия логистической системы управления электроснабжением [1].

На наш взгляд, функционирование экономики региона в рамках показателей энергоэффективности основано на применении логистики в процессе обеспечения электроэнергией потребителей, учитывая категории надежности и качества в процессе организации и непосредственном потреблении социально значимых благ, предназначенных для жизнеобеспечения населения конкретного территориального образования соответствующего уровня.

Вся электроэнергетическая система должна обладать определенным уровнем надежности, то есть система должна сохранять во времени установленные значения всех параметров. К номенклатуре показателей надежности, как было изложено выше, следует отнести: безотказность, долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость. Надежность постоянно из-

меняется в процессе эксплуатации ЭЭС (турбины, генераторы, трансформаторы, электроприборы и др.) и при этом характеризует ее состояние. Чтобы ЭЭС сохраняла работоспособное состояние и обеспечивала заданный уровень качества, необходимо, чтобы все звенья, входящие в ЭЭС, имели высокий уровень надежности и утвержденные технические регламенты.

В связи с усложнением внешнего торгово-экономического пространства особое внимание в нашем государстве уделяется проблемам качества производимой и реализуемой продукции. Решая проблему качества при производстве и товародвижении, всем заинтересованным сторонам необходимо выполнять главное условие — удовлетворение требований потребителей.

Сегодняшнее состояние электроэнергетики России не соответствует растущей потребности развития экономики и социальной структуры страны, и не только высокий уровень потерь является побудительным мотивом для рассмотрения новых подходов к развитию отрасли. Среди негативных факторов сегодняшней электроэнергетики следует отметить:

- высокие риски потери надежного и качественного электроснабжения потребителей;

- снижение экономичности функционирования ЭЭС России;

- средства управления не отвечают современным требованиям управления большими системами;

- недостаточность применения новых технологий в электроэнергетических сетях;

- отсутствие четкой идеологии и системного характера применения новых технологических решений;

- отставание во внедрении современных средств и систем управления, обеспечения их необходимой информацией для оперативного управления в реальном времени [2]. Влияние логистики на данный процесс соизмеримо с тем, что TQM призывает: нужды потребителя и

бизнеса неразрывны. Данный подход применим ко всем элементам (звеньям) логистических цепей (систем). Следует основное внимание уделять качеству, надежности, динамичности и высокому уровню сервисного обслуживания во всех областях, в том числе это относится и к электроэнергетическому комплексу, обслуживающему различные сферы народного хозяйства.

Развитие сетевой структуры и качества поставок в логистической системе электроснабжения предполагает, по нашему мнению, что необходимо создавать подразделения, занимающиеся анализом мониторинга и принимающие решения в случае каких-либо отклонений или сбоев от заданных параметров в процессе поставок. Следует отметить, что до сих пор отсутствует постоянный мониторинг оценки качества поставляемой электроэнергии. По нашему мнению это вызвано разобщенностью поставщиков, отсутствием единой цели, изношенностью инфрасистемы ЭЭК и оборудования, а также отсутствием постоянного мониторинга с анализом и последующим принятием управляющих воздействий. Поставки электроэнергии, ее качество и надежность необходимо рассматривать, начиная с оценки конечным потребителем. С этой целью необходимо использовать в системе управления поставками электроэнергии инструменты контроля и управления. Широкое применение во всех сферах человеческой деятельности нашли семь инструментов контроля качества, к которым относятся:

- стратификация (расслоение);
- контрольная карта;
- диаграмма Парето;
- причинно-следственная диаграмма;
- контрольный листок;
- гистограмма;
- диаграмма разброса.

Логистический сервис, его виды, уровень и перечисленные факторы при их приведении в действие способны суще-

ственно повлиять на величину и динамику затрат электроэнергетической системы региона. Поэтому применение в цепи поставок ЭЭК различных инструментов контроля качества позволит улучшить не только качественные показатели поставляемых ресурсов, но и повысить надежность поставок. Статистические методы контроля качества применяются в различных случаях не только при планировании, проектировании, но и при производстве, материально-техническом снабжении и поставках электроэнергии и т. д.

Развитие сетевой структуры и качества поставок в логистической системе электроснабжения базируется на двустороннем сочетании обеспечения соответствия интересов всех участников процессов воспроизводства и потребления общественно значимых благ, таких как электроэнергия, пронизывающая артерии жизнедеятельности хозяйственного комплекса. Роль и значимость электроэнергетического комплекса в развитии современной экономики носят образующий и жизнеобеспечивающий характер, и на всех уровнях национальной экономики, включая основной объект данного исследования, региональный уровень, наблюдаются негативные последствия, вызванные существенным износом генерирующих мощностей электрических станций, пропускной способностью электрической сети. Во многих странах и регионах мира существенно усложнился статус экономической безопасности вследствие фактической энергозависимости.

К 2017 г. все электросетевые организации будут обеспечивать сбор данных о надежности и качестве электроснабжения, а также осуществлять расчет соответствующих показателей по международным методикам. Для этого в электросетевых организациях предусматривается внедрение порядка учета данных с использованием средств измерений, а также использование процедур выборочного аудита и методов их сопоставления с поступающими жалобами

потребителей. В целях оценки качества предоставляемых услуг будет использован интегральный показатель, отражающий не только качество услуг по передаче электрической энергии, но и качество обслуживания потребителей, в том числе при осуществлении технологического присоединения. Для электросетевых организаций, регулирующих органов и потребителей указанные показатели будут являться основными для определения оптимального баланса между уровнем тарифа и уровнем надежности. Одной из ключевых задач является и повышение прозрачности информации, связанной с показателями качества энергоснабжения. Центр сбора данных, расчета, оценки достоверности и представления информации, а также аудита выполнения показателей надежности и качества будет создан на базе специализированной организации, осуществляющей централизованное оперативно-диспетчерское управление в пределах Единой энергетической системы России. Кроме того, на уровне регулятора будет принята методология проведения сравнительного анализа электросетевых организаций по соответствующим показателям и использования его результатов для установления данных показателей в целях тарифного регулирования для усиления финансовой ответственности электросетевых организаций за качество и надежность энергоснабжения [4].

Российский электроэнергетический комплекс производит достаточно, наше государство энергоизбыточно, что подчеркивает статус энергетической независимости как основного условия обеспечения структурного роста эффективности внутриотраслевых процессов. Мировое потребление энергии неуклонно растет, формируя статус энергозависимости для некоторых государств, но в данном направлении следует придерживаться понятия энергетическая дипломатия, которая в нашей стране достаточно развита. Обеспечение ведущей роли России на мировой арене должно быть, на наш

взгляд сосредоточено на инфраструктурном обеспечении внешнеторговых поставок, а также на институциональной проработке императивов ограничения стремительного роста потребления и использования возобновляемых новых технологий энергетики будущего.

Библиографический список

1. Альбеков, А. У., Тлепцерищев, А. М. Организация и функционирование логистической системы электроэнергетического комплекса Ростовской области / под ред. А. У. Альбекова. — Ростов н/Д : изд-во РГЭУ «РИНХ», 2002.
2. Дорофеев, В. «Умные» сети в электроэнергетике [Электронный ресурс]. — Режим доступа : navigo.su/attachments/361_Дорофеев_Умные_сети.doc.
3. Пархоменко, Т. В. Логистический форсайтинг регионального электроэнергетического комплекса. — Ростов н/Д : изд-во РГЭУ (РИНХ), 2014.
4. Правила технологического функционирования электроэнергетических систем : [утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.07.2015].

Bibliographic list

1. Albekov, A. U., Tleptserischev, A. M. Organization and functioning logistics system an electropower complex of Rostov region / ed. by A. U. Albekov. — Rostov-on-Don : Publishing house of RSUE «RINH», 2002.
2. Dorofeev V. «Smart» in the electricity network [Electronic resource]. — Mode of access : [navigo.su>attachments / 361_Dorofeev_Umnye_seti.doc](http://navigo.su/attachments/361_Dorofeev_Umnye_seti.doc).
3. Parkhomenko, T. V. Logistic forecasting of the regional electropower complex. — Rostov-on-Don : Publishing house of RSUE (RINH), 2014.
4. Rules of functioning of the technological electric power systems : [approved by Government of Russian Federation from 24.07.2015].

Н. В. Пржедецкая, Ю. В. Пржедецкий, И. А. Безделева

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ПРОФИЛАКТИКЕ И РАННЕЙ ДИАГНОСТИКЕ ОНКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ

Аннотация

В статье представлены теоретические аспекты философии социального маркетинга и его влияния на жизнь людей, приведены исторические, теоретические и научные предпосылки формирования социального маркетинга некоммерческих организаций, его влияние на мировоззрение людей на примере медицинских исследований в сфере онкологии.

Ключевые слова

Социальный маркетинг, научные исследования, онкологические заболевания.

N. V. Przhedetskaya, Yu. V. Przhedetskiy, I. A. Bezdeleva

SOCIAL MARKETING IN PREVENTION AND EARLY DIAGNOSTICS OF ONCOLOGICAL DISEASES

Annotation

Article presents the theoretical aspects of the philosophy of social marketing and its impact on people's lives; its influence on the outlook of people on the example of medical research in the field of oncology.

Keywords

Social marketing, scientific research, oncological diseases.

Впервые термин «социальный маркетинг» появился в 1971 г., когда один из известных теоретиков в сфере маркетинга Филипп Котлер объяснил значимость использования социального маркетинга для стабильного развития предприятия. По его мнению, наиболее весомым аргументом выступает коммуникационный фактор: «Социальный маркетинг — это понимание людей и такое с ними общение, которое ведет к усвоению ими новых взглядов. Изменение их позиции заставляет изменять собственное поведение, что оказывает влияние на решение той социальной проблемы, в которую вовлечены». Основной целью социального маркетинга, как считает Котлер, является адекватное восприятие определенной целевой аудиторией социального замысла, для чего именно разрабатывают, создают и совершенствуют специальные программы. В данном случае

улучшение качества и условий жизни данной группы является главной задачей [2]. Другими словами, социальный маркетинг необходим, чтобы связать интересы организации – поставщика товаров и услуг, потребителя и общества в целом посредством влияния на социальное поведение во благо всего социума, но не во благо маркетолога. Это его главное отличие от других типов маркетинга. Итак, социальный маркетинг предполагает отношения не двух сторон по линии организация-поставщик — потребитель, а трех, включая общество. Социальный маркетинг имеет достаточно широкое применение как в коммерческих, так и в некоммерческих организациях. Рассмотрим более подробно социальный маркетинг некоммерческих организаций.

В мире коммерческого менеджмента можно наблюдать, что деятели, вполне компетентные в коммерческих

вопросах, решительно отвергают некоммерческий сектор как незначительный и несерьезный, не стоящий внимания общества. При этом они аргументируют свою позицию следующим образом:

- важность проблем, которыми занимаются некоммерческие организации, только им и кажется таковой, тогда как в действительности этот сектор не вносит существенный вклад в производимый обществом валовый продукт;

- если некоммерческие структуры и имеют какой-либо вес в развитых государствах, то в мировой экономике их влияние ничтожно;

- с редкими и незначительными исключениями, некоммерческие организации относительно малы, местные предприятия специализируются в узких областях;

- основной штат и руководство некоммерческих организаций составляют так называемые «благодетели человечества», имеющие ограниченное представление об эффективном менеджменте и негативно относящиеся к тем, кто такими знаниями обладает;

- если задачи некоммерческих организаций и являются социально важными, проблемы менеджмента, возникающие перед ними, несопоставимы с теми действительно глобальными вопросами, которые коммерческому бизнесу приходится решать постоянно;

- работа в некоммерческом секторе — не самое подходящее занятие для тех, кто хочет зарабатывать «большие деньги» и стать весомой фигурой на национальной и международной экономических сценах;

- коммерческим организациям достаточно принимать лишь символическое участие в деятельности некоммерческих структур ради поддержания о себе благоприятного общественного мнения или извлечения краткосрочной выгоды [9].

Однако менеджеры некоммерческого и государственного секторов

должны своим влиянием убеждать доноров давать, добровольцев — выходить вперед, клиентов — искать помощи, сотрудников — быть вежливыми и обходительными с клиентами. Итак, маркетинг и ориентированный на маркетинг тип мышления и для них являются определяющими факторами успеха [3].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что некоммерческая организация в силах добиться успеха, вводя новые предложения и представляя их на рынках, с целью побудить население к чему-то новому и необходимому. Разработка новых предложений и их экстраполяция на другие рынки требуют скоординированных действий, которые будут похожи или отличны от тех программ маркетинга¹, которые организация осуществляет сегодня.

На сегодняшний день, в условиях рыночной экономики, система здравоохранения работает недостаточно эффективно. Данный факт говорит о необходимости ее значительного реформирования, принуждая к переходу на хозяйственные методы планирования и управления, а также к бюджетно-страховой и частной медицине, на рыночные отношения в здравоохранении. Возникла потребность использования новых организационных форм управления.

Появилась необходимость придания учреждениям здравоохранения статуса основного хозяйственного звена, что подняло роль трудовых коллективов в управлении ресурсами, в планировании экономического и социального развития. Здравоохранению понадобилось создание определенного стимула для развития ресурсосберегающих организационных и медицинских технологий. Для решения поставленных задач должны вступить в игру именно маркетинговые технологии.

¹ Программа маркетинга — четко определенный набор маркетинговых мероприятий с жестко прописанными целями и соответствующим бюджетом.

Маркетинг в здравоохранении заключается в системе принципов, методов и мер, которые базируются на комплексном изучении спроса пациентов и целенаправленном формировании предложений медицинских услуг, обеспечивающих реализацию социального принципа — сохранение и улучшение здоровья граждан, оказания им высококвалифицированной профилактической, диагностической, лечебной и реабилитационной помощи [6].

Медицинский маркетинг — это предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением услуг от ее производителя к потребителю (пациенту).

Уже сегодня повсеместно происходит переход от сметно-бюджетного финансирования к договорным отношениям с собственником. Медицинскому учреждению предстоит самому позаботиться о наполнении своего бюджета из разных источников: государственного заказа, доходов от ОМС, ДМС, а также платных медицинских услуг. Главными задачами их менеджмента станут разработка эффективных маркетинговых стратегий по управлению как продвижением медицинских услуг, так и расходованием средств, полученных из различных источников. Следовательно, руководитель медицинского учреждения должен становиться не просто администратором, а управленцем.

Рыночная ориентация медицинского учреждения на потребителя / пациента должна сводиться к тому, чтобы на основе качественных и количественных характеристик текущего и перспективного потребительского спроса, организовать деятельность всех своих подразделений и служб таким образом, чтобы требуемая медицинская услуга была доставлена в необходимом количестве и нужного качества, в определенное место и по оптимальной цене.

Маркетинг, как философия, присуща всем сферам деятельности, в том

числе и оказанию медицинских услуг. Тем не менее создание подразделений маркетинга в медучреждениях на сегодняшний день скорее исключение, чем правило.

Медицинский социальный маркетинг можно развивать в нескольких направлениях: привлечение клиентов, повышение рейтинга для имиджа, использование сайта Ростовского научно-исследовательского онкологического института (РНИОИ)¹.

Медицинские специализированные форумы, сайты, группы и «паблики» — это и есть те площадки, с помощью которых формируется престиж медицинских учреждений. В наше время прежде чем пойти на прием к врачу, пациенты в первую очередь узнают рейтинг учреждения и отзывы о клинике. Как правило, пользователи визуально сравнивают количество положительных и отрицательных отзывов, соответственно результат уже становится решением — обращаться в данную клинику или нет. Конечно, чем больше пользователь обнаружит позитивной информации, тем выше будет его доверие к избранному медицинскому учреждению.

Медицинские учреждения обычно дорожат своей репутацией. Разовые посты и комментарии вряд ли создадут результат, который будет эффективен продолжительное время. Контроль над репутацией должен происходить постоянно. Для реализации данных пожеланий каждому медицинскому учреждению просто необходимо иметь на каждом интернет-ресурсе хотя бы по одному авторитетному аккаунту. Именно их мнения будут влиять на решения потенциальных клиентов о доверии и посещении конкретного учреждения. Если репутация медицинского учреждения будет стремительно подниматься вверх,

¹ Ростовский научно-исследовательский онкологический институт (РНИОИ) — крупный федеральный онкологический центр на Юге России.

то черные пиарщики начнут активно принимать меры, чем могут нанести сильнейший урон уже сформированной репутации. Чтобы этого не допустить, нужно регулярно проводить мониторинг своих площадок и опровергать негативные отзывы, будет лучше, если они будут подкреплены фото, чеками и другими документами.

Что касается рекламы, которая влияет на имидж, она действует более эффективно, если заранее продумать метод ее подачи. Как правило, одного комментария бывает недостаточно. Сначала нарабатывается авторитет пользователя, далее пишутся рекомендательные посты, которые мотивируют других читателей посетить предложенный сайт или выбранное учреждение. Если отнестись к данным методам серьезно и работать на результат, то можно обзавестись новыми клиентами, которые в свою очередь расскажут о клинике своим друзьям и знакомым.

Термин «меланома» происходит от греческого *melas, melanos* (темный, черный). Меланома кожи одна из наиболее злокачественных опухолей человека с очень агрессивным, часто непредсказуемым течением, бурным лимфогенным и гематогенным метастазированием, высокой смертностью [7]. Существует редко встречающийся и чрезвычайно трудный для неинвазивной диагностики беспигментный вариант меланомы кожи.

Меланома кожи является уникальной опухолью, способной демонстрировать редкое многообразие клинического течения. Кроме того, прогноз и исход заболевания у пациентов зависят от многочисленных факторов, характеризующих как первичную опухоль, так и организм больного.

В настоящее время меланома стала представлять реальную угрозу для значительного числа людей. Среднегодовой прирост заболеваемости этой опухолью в мире составляет около 5 % и

может считаться одним из самых высоких среди всех злокачественных опухолей, уступая только раку легкого [1].

В различных регионах показатели заболеваемости меланомой существенно отличаются. Так, в России ежегодно меланомой кожи заболевают свыше 5700 человек и более 2200 человек умирают от нее [6]. В 2012 г. стандартизованный показатель заболеваемости меланомой кожи у мужчин составил 2,9 %, у женщин — 3,2 %. За 10 лет (2003–2012 гг.) прирост данного показателя у мужчин составил 35 %, у женщин — 41 % при среднегодовом темпе прироста 4,2 и 3,5 % соответственно.

Рост числа онкологических заболеваний связан с нарушением целостности защитного озонового слоя атмосферы, за счет чего солнечное излучение, достигающее поверхности Земли, становится все более агрессивным. В современных культурных традициях загорелая кожа является неотъемлемым атрибутом красоты. Это предполагает более длительное пребывание на солнце с максимальной степенью обнажения кожи. Рост продолжительности жизни также способствует тому, что суммарная доза облучения (инсоляции), полученная в течение жизни, неуклонно увеличивается. С другой стороны, существует тенденция повышения чувствительности кожи к действию солнечных лучей. При ультрафиолетовом облучении кератиноцитов¹ возникает их пролиферация и апоптоз, то есть гибель клеток, а при ультрафиолетовом облучении меланоцитов лишь пролиферация, способствующая малигнизации (озлокачествлению).

Избыточная инсоляция приводит не только к повреждению кератиноцитов и меланоцитов, но и вызывает специфическую иммуносупрессию, связанную с

¹ Кератиноциты — клетка эпителиальной ткани эктодермального происхождения, промежуточные филаменты которой представлены белком кератином.

нарушением функции естественных клеток-киллеров, что сопровождается повышенным риском развития опухолей кожи, включая меланому. Среди других факторов риска меланомы в настоящее время выделяют: фототип кожи по Fitzpatrick I–II (рыжие или светлые волосы, голубые глаза, светлая кожа, склонная к солнечным ожогам), значительное число доброкачественных меланоцитарных невусов на коже индивидуума, присутствие лентиго и веснушек, наличие трех и более атипичных меланоцитарных невусов. Необходимо обратить внимание, что чрезмерное посещение солярия, а также принятие естественных солнечных ванн подвергают людей опасности возникновения меланомы кожи. Придается значение трем и более эпизодам тяжелых солнечных ожогов кожи в течение жизни, а также семейному возникновению случаев меланомы у близких родственников.

Ионизирующая радиация, обладая выраженными мутагенными свойствами, является универсальным фактором канцерогенеза¹ многих опухолей, включая меланому [5].

В научной литературе неоднократно описаны случаи возникновения меланомы после травмы. Однако травма неизмененной кожи вряд ли имеет какое-либо серьезное значение для последующего развития меланомы. Наблюдения показывают, что наиболее важным и наиболее частым экзогенным фактором меланомы кожи является травма предшествующих пигментных невусов. Среди однократных травм наиболее часто имели место ушибы, ссадины и порезы пигментных невусов. Среди больных с хроническим травмированием пигментных невусов наиболее часто отмечена постоянная (хроническая) травматизация последних одеждой или обувью.

¹ Канцерогенез — сложный многоэтапный процесс, ведущий к глубокой опухолевой реорганизации нормальных клеток организма.

Определенную роль в возникновении меланомы кожи играют социально-экономические факторы, прогрессирующее влияние которых связано с изменением образа жизни, развитием промышленности и цивилизации в целом. Больные меланомой кожи, как правило, имеют более высокий социальный статус, нежели пациенты с другими злокачественными опухолями. Отмечено, что чаще заболевания меланомой кожи наблюдается среди городского населения, нежели среди сельского.

Доказано также более частое возникновение опухоли у людей, злоупотребляющих спиртными напитками. Механизм этого влияния заключается в том, что спирт индуцирует секрецию меланостимулирующего гормона в гипофизе. Также есть данные о влиянии некоторых медикаментов на частоту возникновения меланомы кожи, таких как эстрогенсодержащие гормональные препараты. К эндогенным факторам риска развития меланомы кожи относятся: наследственные факторы; эндокринные факторы; репродуктивные факторы у женщин; иммунные нарушения; расовая и этническая предрасположенность; уровень пигментации организма; антропометрические показатели.

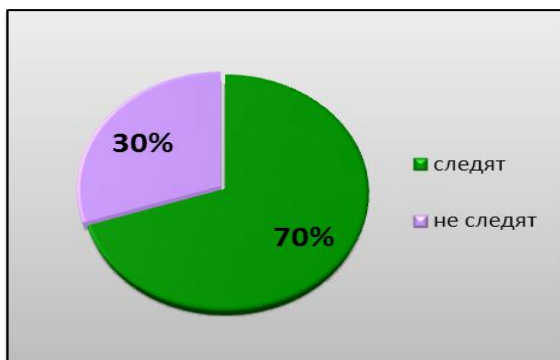
Были выявлены самые ранние симптомы малигнизации пигментных невусов и относительно поздние (неблагоприятные) симптомы, сопровождающие первичную опухоль. К первым клиническим симптомам малигнизации пигментных невусов относятся: шелушение поверхности; изменение окраски; горизонтальный рост невуса (по поверхности кожи); появление асимметрии (фестончатости) краев невуса; ко вторым — вертикальный рост невуса (над поверхностью кожи); изменение консистенции невуса (уплотнение); чувство распирания, зуда и жжения; изъязвление и мокнутие поверхности; кровоточивость; воспаление в области невуса; появление сателлитов в окружающей невус коже.

Первые симптомы соответствуют начальным этапам превращения невуса в меланому. Вторые свидетельствуют о том, что у пациента имеет место меланома кожи с глубокой инвазией кожи и неблагоприятным прогнозом.

Определяя цель статьи как рассмотрение философии социального маркетинга и его непосредственного влияния на жизнь человека и общества в целом, мы обращаемся к некоммерческому сектору — здравоохранению. Мы говорим о людях как о главном богатстве любого государства, следовательно, охрану здоровья населения необходимо отнести к одной из самых значимых проблем. Обращая внимание конкретно на онкологические заболевания, а именно — меланому, мы выяснили, что маркетинг в данной области развит очень слабо. А если какие-либо приемы и существуют, то они крайне неэффективны.

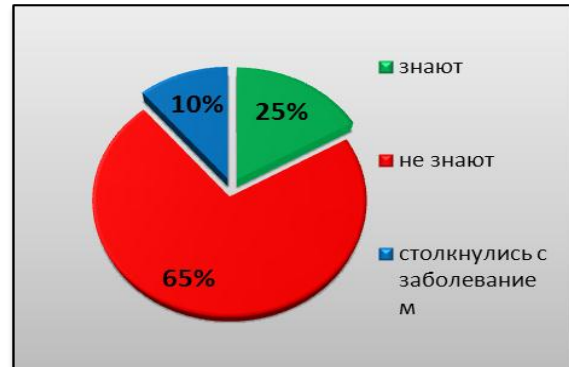
Нами проведен социологический опрос для выявления уровня осведомленности населения о меланоме. Общее число опрошенных составило 128 человек. Были заданы следующие вопросы.

1. Следите ли Вы за своим здоровьем?



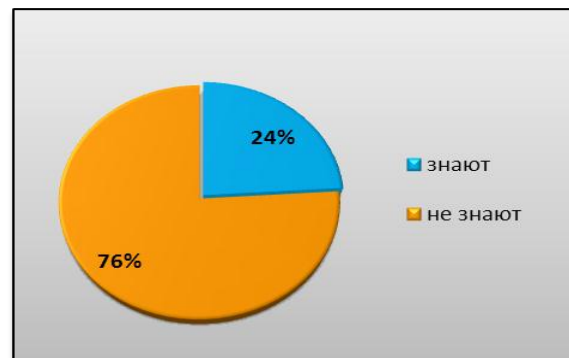
Большая часть опрошенных людей (около 70 %) ответили на вопрос положительно. Однако это не дает полной уверенности в том, что каждый из этих людей знает о новых невусах на своем теле.

2. Знаете ли Вы, что такое меланома?



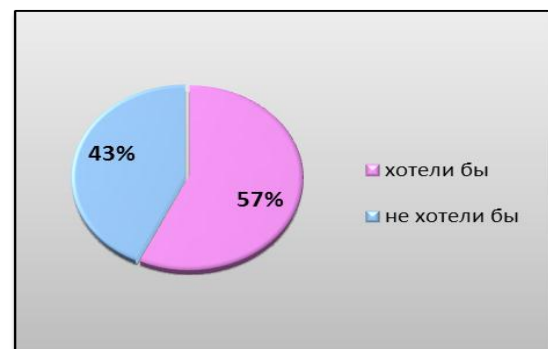
Только четверть опрошенных знали, что такое меланома, 10 % столкнулись с данным заболеванием лично либо у родственников, а 65 % не знали, что такое меланома.

3. Знаете ли Вы самые распространенные причины возникновения меланомы?



Всего 24 % респондентов знали о самых распространенных причинах возникновения меланомы.

4. Обратились бы Вы в больницу для полного обследования, если бы знали, что такое меланома?



Более половины опрошенных нами людей (57%) хотели бы пройти полное обследование для выявления данного заболевания.

Таким образом, мы пришли к выводу, что большинство людей не только не знают, что необходимо бороться с меланомой, но и даже не имеют представления о ее сущности и характерных

признаках проявления. Основной задачей нашей работы является мотивация населения к беспокойству о данной болезни посредством использования социального маркетинга.

Социальный маркетинг оказывает влияние на общественное поведение с целью обретения выгоды целевой аудитории и всего общества (рис. 1).



Рисунок 1 — Модель социального маркетинга и общественная среда онкологической службы РНИОИ

Сегодня присутствие социального маркетинга необходимо в бюджетных организациях, в том числе в онкологической службе РФ. Его основная цель — оказать благотворное влияние на общественное поведение.

Основываясь на миссии онкологической службы, руководству клиник необходим анализ сильных и слабых сторон организации, внешних угроз и возможностей (SWOT-анализ). Руководители клиник функционируют во внешнем окружении, которое состоит из трех компонентов:

– *общественная среда* — группы и организации, проявляющие интерес к деятельности данной организации;

– *конкурентная среда* — группы и организации, конкурирующие с данным учреждением за внимание и преданность целевой аудитории;

– *макросреда* — крупномасштабные фундаментальные силы, формирующие потенциальные возможности или представляющие угрозы для данной организации.

По нашему мнению, для руководителей клиник в современных условиях развития здравоохранения необходимо особое внимание уделять взаимодействию с общественной средой, которая включает: государственные органы; законодательную власть; общественность; средства массовой информации; онкологических больных и их родственников; администрацию и сотрудников клиники; исследования в области онкологии; образовательные учреждения; спонсоров; волонтеров.

Таким образом, для успешного выполнения миссии в онкологической организации в рамках проведения поли-

тики социального маркетинга, учреждение должно выстраивать прочные связи со всеми участниками общественной среды и четко представлять себе, каким образом можно влиять на их поведение:

- ознакомить население с проблемой меланомы кожи через средства массовой информации;
- заставить людей обращать внимание на свое здоровье;
- решить проблему диагностики на ранней стадии;
- определить основные меры профилактики во избежание появления меланомы (беседы врачей, информационные программы на телевидении, использование сайта медицинского учреждения).

Факторы, которые могут привлечь внимание людей к беспокойству о болезни можно обозначить следующим образом:

- государственный характер: государство финансирует деятельность медицинских учреждений, обеспечивает развитие материально-технической базы, подготовку кадров;
- научность: соответствие медицинских знаний современному состоянию науки и практики;
- массовость: участие всех медработников, а также вовлечение специалистов других ведомств и общественных организаций;
- доступность: при изложении материала нужно избегать непонятных медицинских терминов, речь должна быть доступна для понимания;
- целенаправленность: работу следует проводить по выбранному направлению дифференцированно с учетом понимания информации различными группами населения;
- оптимистичность: для достижения эффекта важно неустанно подчеркивать возможность успешной борьбы с заболеваниями и не формировать у людей «чувство обреченности»;

- актуальность: выбор направления работы должен быть актуальным в данный момент времени.

Мы предлагаем на базе РНИОИ при участии действующего совета молодых ученых и специалистов создать сектор из молодых ученых — «Сектор по проблеме злокачественных заболеваний кожи» [8]. Деятельность сектора по охране здоровья должна быть направлена на формирование максимального настроения населения к выраженному беспокойству о своем здоровье. Необходимо широко использовать факультативные формы обучения населения (школы здоровья), организовывать мероприятия по формированию общественного мнения, поднимающего престиж здоровья через СМИ (ТВ, радио, печать, кино), а также заниматься проведением социологических исследований.

Здоровый образ жизни предполагает позитивное отношение к здоровью как отдельного человека, так и общества в целом и обеспечивает активное долголетие при высоком уровне здоровья и работоспособности. Формирование здорового образа жизни — это комплекс общегосударственных мероприятий, направленных, с одной стороны, на формирование ответственного в отношении здоровья поведения, с другой стороны, на создание условий, предоставляющих равные возможности его реализации всем гражданам во всех сферах деятельности.

Вернемся к вопросу о том, каким же образом необходимо использовать маркетинговые инструменты в области онкологических заболеваний на примере меланомы кожи. Мы предлагаем развивать социальное партнерство между РНИОИ, предприятиями города и населением. В рамках Социального партнерства предполагается:

- проведение Дня борьбы с меланомой, Дня профилактики онкологических заболеваний на базе РНИОИ;
- включение в программу стандартного обследования (диспансериза-

цию сотрудников предприятий с профессиональными вредностями в отношении кожных заболеваний);

- создание различных социальных программ, например, стимулирование сотрудников со стороны работодателя (материальное поощрение / увольнение, формирование беспокойства или даже страха за свое будущее);

- создание психологической поддержки больным меланомой кожи;

- распространение информации в Интернете и социальных сетях (использование сайта РНИОИ);

- финансирование со стороны государства или других видов спонсорской помощи, для создания и проведения государственных программ (рис. 2).



Рисунок 2 — Схема социального партнерства

Таким образом, социальный маркетинг — это процесс формирования мировоззрения у людей, которое ведет к усвоению ими новых взглядов. Изменение позиции заставит людей изменить собственное поведение, что окажет благотворное влияние на решение социальной проблемы, в которую они оказались вовлечены (проблема заболевания меланомой кожи). Основной целью социального маркетинга является индукция адекватного восприятия целевой аудиторией социального замысла, для чего разрабатывались и совершенствовались социальные программы, влияющие на улучшение жизни каждого человека в отдельности и общества в целом.

Библиографический список

1. Дрейзина, Я. В. Неинвазивная диагностика меланомы кожи : дисс. канд. мед. наук. — Ростов н/Д, 2006.

2. Котлер, Ф., Картаджайя, Х., Сетиаван, А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее — к человеческой душе. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

3. Котлер, Ф. [и др.]. Основы маркетинга. — М.: Вильямс, 2012.

4. Кустов, В. И., Сагайдак, С. Б., Пономаренко, Н. Н. К эпидемиологии злокачественной меланомы // Вопросы онкологии. — 1987. — № 6. — Т. 33. — С. 35–39.

5. Позднякова, В. В. Неoadъювантная химиотерапия в комплексном

лечении больных меланомой кожи I–III стадий : автореф. дисс. д-ра мед. наук, 2006.

6. Пржедецкий, Ю. В., Пржедецкая, Н. В. Социальный маркетинг, миссия и общественная среда онкологической службы // Евразийский онкологический журнал. — 2014. — № 3. — С. 52.

7. Медицинская энциклопедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.medical-enc.ru>.

8. Ростовский научно-исследовательский онкологический институт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.rnoi.ru>.

Bibliographic list

1. Dreizina, Y. V. Non-invasive diagnosis of skin melanoma : diss. of candidate of medical sciences. — Rostov-on-Don, 2006.

2. Kotler, Ph., Kartadzhayya, H., Setiawan, A. Marketing 3.0: From Products to consumers, and further — to the human

soul. — M. : Mann, Ivanov and Ferber, 2011.

3. Kotler, Ph. [etc.]. Basics of marketing. — M. : Williams, 2012.

4. Kustov, V. I., Sagaidak, S. B., Ponomarenko, N. N. By the epidemiology of malignant melanoma // Problems of oncology. — 1987. — № 6. — Vol. 33. — P. 35–39.

5. Pozdnyakova, V. V. Neochemotherapy in complex treatment of patients with a melanoma of skin of the I–III stages : abstract of diss. of Dr. of medicine sciences. — M., 2006.

6. Przhedetskiy, Yu. V., Przhedetskaya, N. V. Social marketing, mission and public environment of oncological service // Euroasian oncological magazine. — 2014. — № 3. — P. 52.

7. Medical encyclopedia [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.medical-enc.ru>.

8. Rostov research oncological institute [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.rnoi.ru>.

С. Н. Резников

РЕКОНФИГУРАЦИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ МОДЕЛИ РОСТА РАЗВИВАЮЩИХСЯ ЭКОНОМИК

Аннотация

В статье представлено обоснование сложности современного развития цепей поставок в системе глобального товарного обмена, порождаемой изменением модели роста стран emerging markets, экономика которых сегодня активно трансформируется в сторону развития внутреннего рынка и потребления, замкнутых на внутрирегиональные поставки и кооперацию.

Ключевые слова

Цепь поставок, потребление, региональная кооперация, цепь накопления стоимости, стимулирование спроса.

RECONFIGURATION OF GLOBAL SUPPLY CHAINS CHANGES IN MODEL OF GROWTH DEVELOPING ECONOMICS

Annotation

In article presents the rationale of the complexity of modern supply chains in the global commodity exchange generated by the change in emerging markets countries, growth model, whose economies are now actively transformed towards the development of the internal market and consumption, closed on intraregional cooperation and delivery.

Keywords

Supply chain, consumption, regional cooperation, accumulation value chain, stimulating demand.

Появление концепции декаплинга, в рамках которой был теоретически обозначен водораздел между ростом промышленно развитого Севера и бедного Юга, сегодня получает мощную фактографическую подпитку и меньшую концептуальную подпорку со стороны теорий, которые пытаются объяснить, как будет формироваться модель роста мировой экономики в близлежащей перспективе.

Во-первых, сложности институционально-рыночной перестройки цепей накопления стоимости в развивающихся экономиках можно дифференцировать на циклические и структурные.

Во-вторых, инволюция глобализации системы мировых товарных обменов приобретает все более отчетливое эмпирическое оформление, тем самым указывая на тот факт, что модель экспортно ориентированного роста в мировой экономике в перспективе не может быть признана удовлетворительной как в стратегическом, так и в чисто экономическом отношении. Лакмусовой бумагой положительной верификации этого посыла выступил кризис 2008–2009 гг., а также современные тенденции развития экономик, которые испытывают массу сложностей в процессе сжатия экспортных рынков, на которые они оказались ориентированы.

В результате одновременного воздействия циклических и структурных факторов страны БРИКС испытали торможение экономического роста, поскольку циклический спад здесь оказался одновременно и длительным, и глубоким. В послекризисный период политика активного бюджетного и денежного стимулирования обеспечила определенный рост цен на товары сырьевого экспорта и сообщила импульс глобального роста мировому хозяйству, которое начало постепенно восстанавливаться. Однако после 2011 г. конъюнктура рынка поменялась, действие данных факторов начало ослабевать, а на рынках сырьевых товаров произошла коррекция цен в сторону их понижения.

Примечательным является тот факт, что в Китае и России замедление экономического роста носит не только циклический, но и структурный характер. Так, в Китае экспансивная политика роста посредством накопления капитала и миграции рабочей силы из сельской местности в города привела к созданию профицита промышленных мощностей и постепенному снижению отдачи от них. Исчерпание избытка рабочей силы к 2020 г. и замедление роста производительности факторов производства сформируют масштабные и фундаментальные предпосылки для будущего

существенного замедления экономического роста.

Можно констатировать, что именно на уровне макроэкономических параметров функционирования экономики и механики модели ее роста сегодня воспроизводятся условия, которые ограничивают потенциал развития отдельных экономик и в перспективе блокируют возможности масштабного товароснабжения глобальных экспортных рынков в результате утраты традиционных конкурентных преимуществ экономик быстроразвивающихся.

«Так, в ближайшие десятилетия будет радикально снижаться роль дешевой рабочей силы как сравнительного преимущества в мировой экономике. Между тем именно этот фактор позволил странам Восточной и Юго-Восточной Азии ворваться в круг лидеров по темпам экономического роста во второй половине XX в. — первом десятилетии XXI в. Постепенное повышение зарплат и завершение демографического перехода будут способствовать размыванию этих преимуществ» [2, с. 6].

Таким образом, в системе глобальных товарных обменов эмпирически вызревают новые макроэкономические детерминанты, которые априори сформируют новую модель экономического роста развивающихся экономик. Последние, вероятно, не смогут активно интегрироваться в глобальный рынок и развивать производственно-сбытовые цепочки на основе использования прежних конкурентных преимуществ.

Остальные развивающиеся экономики будут проходить иной эволюционный путь экономического и промышленного подъема, формирующийся в новых условиях масштабного сдвига к экономичным капиталоемким технологиям, что означает массовое замещение труда капиталом. Сложность данной траектории роста будет автоматически дополнена неблагоприятными институциональными условиями в наиболее трудоизбы-

точных странах, к которым можно отнести государства Африки, а также беднейшие страны Азии [9, с. 36–40].

Можно зафиксировать и теоретически развернуть два важных эмпирических следствия этого разворота в факторах и условиях трансформации глобальных цепей поставок.

1. Развитие промышленной базы, ориентированной на использование квалифицированного труда в условиях взрывного роста эффективности использования квалифицированного труда в 2020–2030 гг., может существенно изменить баланс конкурентных преимуществ в пользу экономически развитых стран. Данные страны уже проводят политику стимулирования роста экономики без роста населения, тестовой площадкой отработки модели которой сегодня выступает Япония. Следует обратить внимание на тот факт, что в основе решоринга (возврат обрабатывающей промышленности в национальную экономику) сегодня лежит не столько государственная экономическая политика, сколько реальный механизм сравнительных цен, подстегивающий процесс замещения затратно емких технологий и ресурсов более экономичными. Менее динамичное развитие ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий в ЕС, где так и не произошла революция сланцевого газа, сохранение чрезвычайно высоких затрат на рабочую силу в рамках прежней *welfare state* обусловили менее динамичный процесс решоринга, в котором механизм сравнительных цен срабатывает автоматически.

В настоящее время развивающиеся экономики постепенно утрачивают один из основных драйверов их экспансионистского роста на глобальных рынках, связанный со сравнительными ценовыми преимуществами. Испытав циклический и/или структурный спад, а также постепенно повышая уровень жизни населения, эти страны усиливают роль внутреннего и внутрирегиональных рынков

сбыта продукции. Так, экономика Китая становится менее эластичной к изменению объемов товарного экспорта, вклад которого в ВВП страны (включая услуги) не превышает 5 %. Основную роль в стимулировании роста страны играет инвестиционный спрос (48 %), внутреннее потребление домохозяйств (35 %), а также государственное потребление (13 %) [5, с. 42–52].

Пример Китая является весьма показательным при обосновании предположений перехода к новой модели конфигурации цепей поставок развивающихся экономик (прежде всего Восточной Азии), поскольку модель роста китайской экономики с 2000-х гг. была подчеркнута экспортно ориентированной. Она представляла собой рыночной аналог директивного перераспределения капитала в пользу корпоративного сектора экономики, реализованного в России в послевоенный период XX в.

Переток капитала из сферы конечного потребления в производительный сектор экономики был обеспечен политикой дешевых денежных средств, сдерживанием темпов роста заработной платы, поддержанием высокого уровня сбережений населения, государственным стимулированием процессов создания производственной инфраструктуры. Внутреннее потребление активно росло лишь в последние годы при опережающем экспорт в динамике роста импорта. Все это позволяет сделать вывод о том, что в процессе построения мощной внутренней экономики рост ВВП Китая при неумолимой значимости экспорта обеспечивался преимущественно за счет наращивания объемов внутреннего инвестиционного спроса.

Восстановление объемов торговли развивающихся стран в перспективе будет определяться рядом факторов [3, с. 317]: высокой ликвидностью, то есть быстрым наращиванием денежной базы; позитивными демографическими тенденциями; снижением реальных про-

центных ставок; не обремененными большими долгами потребителями; банковским сектором с невысоким отношением займов к ВВП. Данным критериям в наибольшей степени соответствуют пять развивающихся стран — Турция, Бразилия, Малайзия, Индия и Индонезия. Отдельные из них в силу специфики сложившегося хозяйственного комплекса активно привлекают избыточную ликвидность из-за рубежа, что отчасти становится и слабой стороной, например, Турции, которая имеет второй после США дефицит текущего счета платежного баланса (в среднем 10 % ВВП). Несмотря на замедление на внутреннем рынке в период кризиса, турецкая экономика не скатилась в рецессию благодаря экспорту в страны Ближнего Востока, уровень потребления которых оставался относительно стабильным из-за дорогой нефти.

Следует отметить такой не менее важный проблемный аспект, как устойчивость модели роста, которая обеспечивается посредством сочетания экспансионистской политики, поддерживающей экономический рост, и антикризисных стабилизационных мер. Речь идет о том, что развитые и развивающиеся экономики проводят разную внутреннюю макроэкономическую политику и опираются на различную ресурсную базу. Например, укрепляя слабые звенья экономики очередными бюджетными вливаниями, развитые страны использовали собственную финансовую основу, а развивающиеся — импортную. Однако не меньшая проблема здесь состоит в том, что затягивание данной политики чревато усилением структурных дисбалансов. Так, сегодняшний рост японской экономики на фоне относительной слабости других экономических центров развитого мира (ЕС, США) свидетельствует, прежде всего, о наличии серьезного структурного дисбаланса, обусловленного широким набором стимулирующих мер. Постепенное свертывание програм-

мы денежного стимулирования, обеспечивающей слабость иены, несет в себе серьезные риски, которые могут быть ослаблены только в процессе незамедлительного проведения структурных реформ в экономике Японии.

2. Поскольку экспортно ориентированное развитие снижает рыночную устойчивость цепей поставок, в реальной рыночной практике будет наблюдаться углубление процессов региональной интеграции и товарно-сбытовой кооперации. Формирование модели внутренне ориентированного роста экономик и/или роста, ориентированного на региональные рынки, в перспективе не является рукотворным, а обусловлено естественным ходом эволюционного развития экономик, в частности, Юго-Восточной Азии, стратегической задачей которых является отыскание оптимального баланса между экспортной ориентацией и импортозамещением. Сложность реализации этой двуединой задачи обусловлена ускорением процесса расширения внутреннего рынка данного региона и ростом объемов внутрирегиональной торговли. «Однако косвенные экспортные связи, охватывающие огромные потоки промежуточных товаров и капиталов, обуславливают сохранение сильной зависимости региона от спроса в развитых странах» [5, с. 44].

В контексте рассматриваемой проблематики текущей и перспективной трансформации глобальных цепей поставок с учетом изменения модели роста экономик важно отметить, что институциональное обновление цепей создания добавленной стоимости является производным от достаточно сложного процесса индустриализации отраслевого хозяйства, в рамках которой инвестиции, спрос и экспорт находятся в сложной взаимозависимости. Все эти факторы играют важную роль, например, в развитии китайской экономики, где внутренний инвестиционный спрос

формирует необходимую промышленную платформу для расширения экспорта. Вместе с тем индустриализация Поднебесной в течение последних двух десятилетий была бы невозможной в условиях сохранения автаркии, которая была снята в процессе активной либерализации внешнеэкономической деятельности, создания экспортно ориентированных производств.

В перспективе можно прогнозировать постепенное выравнивание уровней инвестиционного и потребительского спроса в ВВП КНР, в том числе за счет использования производственной базы обрабатывающей промышленности и ее постепенной переориентации на внутренний рынок. С точки зрения цепей поставок в Юго-Восточной Азии это имеет принципиальное значение с учетом монополизации товарных потоков восточноазиатских стран со стороны Китая, который может частично переориентировать их на свой внутренний рынок в процессе более активного перераспределения доходов от корпоративного сектора к потребительскому.

В качестве важного императива дальнейшей перестройки паназиатских производственно-сбытовых цепей можно отметить, что рецессия и глубина экономического спада (с точки зрения обуславливающих его причин структурного порядка) в развитых странах в перспективе не могут обеспечить стабильного и/или растущего спроса на товары восточноазиатского экспорта. Это де-факто ограничивает число вариантов надежной и экономически эффективной реконфигурации их цепей поставок, которые должны формироваться в рамках процесса дальнейшего углубления региональной экономической интеграции. Принципиальным условием последней выступает расширение емкости внутренних рынков региона, прежде всего за счет роста среднего класса, формирующего спрос на широкую ассортиментную линейку товаров и услуг. В отличие

от ЕС, продуктом интеграции промышленно развивающейся Азии должна стать структура «открытого регионализма», имеющая потенциал дальнейшего глобального расширения.

С точки зрения теории логистики, формирующей когнитивную платформу современного научно-практического анализа и синтеза цепей создания добавленной стоимости в системе глобальных товарных обменов, основной вывод в результате обобщения рассмотренных выше посылов состоит в следующем. Современная и будущая конфигурация цепей поставок формируется в результате сложной институциональной эволюции производственного и торгового бизнеса, стратегия развития которого оказывается вложенной в более широкий спектр условий и факторов, определяющих потенциал и направления модели роста экономик [6, с. 60–62]. В течение двух десятилетий наблюдался ряд фазовых переходов в поступательном развитии производственного бизнеса, индустриализация которого в Юго-Восточной Азии определялась формированием внутрирегиональных производственно-сбытовых цепочек. Конечный продукт последних был ориентирован на рынки богатого Севера. Кризис 2008–2009 гг. показал неустойчивость сложившейся модели, рецессия в экономически развитых странах постепенно ослабила перспективы достижения стабильных объемов сбыта в США и Европе, а инерционно довлеющие макроэкономические подвижки в экономике самой Юго-Восточной Азии постепенно девальвировали ее сравнительные конкурентные преимущества, формируя стимулы для углубления процесса регионализации товарных потоков. При всей ясности данного резюме следует подчеркнуть, что процесс формирования внутрирегионального рынка в Азии и уплотнения территориальной аллокации цепей создания добавленной стоимости не является три-

виальным. В силу эмпирически внятно обозначившегося контура будущих цепей поставок их относительно легко идентифицировать, но более трудно «прописать» модель устойчивого, сбалансированного и динамичного развития такого рынка.

Эмпирически мы показали, что процесс современной эволюции цепей поставок оказался крайне сложным и был катализирован большим числом факторов. Их одномоментное воздействие привело к относительно быстрой и, что самое главное, радикальной смене фаз развития цепей накопления стоимости. Дешевая рабочая сила и трудоемкая структура промышленных мощностей обеспечили подъем быстроразвивающихся экономик Азии. Однако сегодня выравнивание конкурентных преимуществ обнулило этот драйвер роста, стимулируя процесс ускоренной регионализации цепей поставок.

Конфигурация цепей поставок в рамках модели замкнутого (на регион) цикла работает, прежде всего, на снижение долгосрочных рисков Китая, который больше других стран включен в большую и сложную глобальную цепь поставок. В этом смысле потенциал КНР в части стимулирования внутреннего спроса, развития сферы конечного потребления и повышения доходов населения сильно ограничен. Ускоренное старение населения и сокращение рабочей силы приведут к замедлению роста китайской экономики, сокращению накоплений и росту социальных расходов. У Индии как второй крупной экономики региона имеются иные проблемы, связанные с низким уровнем образования и занятости: слабый рост этой страны является следствием длительной квазисоциалистической политики, в результате которой частный сектор оказался излишне зарегулирован и бюрократизирован. Однако большую проблему для Индии составляет асимметричное построение ее экономики,

которая опирается в основном на рост сектора капиталоемких услуг, требующего квалифицированной рабочей силы и оттого неспособного заполнить пробел в занятости.

Не разбирая детально специфику построения модели роста экономик Азии, можно выделить ее общие черты, которые с той или иной точностью воспроизводились в Японии, Южной Корее, Тайване или Китае.

Во-первых, при колоссальной ставке на экспорт важно отметить, что внутренние рынки бедных стран не способны вывести их из отсталости. Это формирует определенные ограничения в части наращивания объемов внутреннего конечного потребления, что имеет принципиальное значение. «В конце XX — начале XXI в. циклическая динамика хозяйственных величин и пропорций в Азии была связана с отставанием структуры потребления от производственной структуры при одновременной интенсификации межотраслевого взаимодействия» [8, с. 36]. Вполне очевидно, что инерционное давление этой институциональной асимметрии будет сохраняться еще долгое время. Уже один этот факт не позволяет оптимистично оценивать перспективы ускоренной перестройки цепей накопления стоимости в Азии. Надо заметить, что сегодня структура спроса и предложения в системе товароснабжения внутреннего рынка стран Азии характеризуется его существенной диффузией: множество мелких групп разноукладных поставщиков и продавцов не является консолидированным, а сами они не имеют значимой в маркетинговом отношении доли рынка.

Во-вторых, высокая динамика экономического роста этих стран была обеспечена за счет экстремального повышения доли инвестиций в ВВП при одновременном снижении уровня потребления, то есть рост экспортно ориентированных производств был обеспечен за счет сжатия внутреннего потребления.

В-третьих, гибкий рынок труда при традиционно высокой трудовой культуре азиатских стран обеспечил возможность экстенсивного роста, особенно на этапе превалирования трудоемких обрабатывающих производств.

Отсюда возникает вопрос о том, насколько реальной является переориентация промышленной базы цепей создания стоимости на внутренние и внутрирегиональные рынки Юго-Восточной Азии. Следует обратить внимание на тот факт, что перестройка цепей накопления стоимости должна происходить в рамках решения двудеиной задачи переориентации на внутренние потребительские рынки и сохранения приемлемой динамики роста промышленного производства.

Внутренние рынки региона должны адсорбировать именно растущий объем производства готовой продукции, что является крайне сложным. «В сравнительно бедных странах спрос мал и неинтересен в том смысле, что спектр потребляемых продуктов ограничен и может или не может достаточно хорошо соответствовать продукции, которую эти страны производят сравнительно успешно» [10, с. 87].

Изначально индустриализация Азии не была ориентирована на решение данной задачи: на первое место вышел экспорт. Сегодня же существуют серьезные институциональные и макроэкономические факторы, препятствующие ускоренной инверсии экспортно ориентированных цепей создания добавленной стоимости. Так, в Китае накопления домохозяйств в перспективе не смогут поддерживать быстрый экономический рост, что означает необходимость проведения более глубоких структурных реформ, включая легализацию рынка корпоративных заимствований, предложение на котором сегодня характеризуется высокорисковыми инвестициями и выходит за рамки законодательного поля. Запредельный рост

объемов теневого банкинга в Китае позволяет провести тревожную параллель с рынком субстандартной ипотеки в США, что означает необходимость в незамедлительном установлении контроля над этим рынком. Высокую динамику роста крайне сложно поддерживать экономически развитой Японии, для которой по-прежнему острыми остаются проблемы старения населения, не покидающей страну дефляции и нулевых ставок, стремительный рост внутреннего и внешнего долга. В системе внутрирегиональной торговли между КНР и странами Юго-Восточной Азии происходит устойчивое снижение доли Японии (а также США и ЕС). Это формирует риски дестабилизации внутрирегиональных цепей со стороны Страны восходящего солнца, роль которой в создании трансграничных производственных сетей и технологических цепей по-прежнему велика.

Помимо этого важно отметить сохраняющуюся зависимость региона не только от рынков сбыта в странах богатого Севера, но и импорта технологий, трансферта промышленных инноваций. В развивающихся экономиках сохраняется опасный дисбаланс расходов и сбережений, имеет место неравномерное распределение сырьевых энергетических ресурсов. Финансовые рынки ряда стран региона остаются неустойчивыми по причине перепада конъюнктуры мирового фондового рынка, а также риска потери контроля над крупными потоками краткосрочных капиталов. В силу высокой динамики роста приток спекулятивных капиталов в быстроразвивающиеся экономики стимулирует рост курса национальной валюты, снижая конкурентоспособность экспорта и усиливая инфляционное давление, что автоматически приводит к образованию пузырей на фондовом рынке. На протяжении длительного времени азиатские экономики занижали обменный курс через ускоренное накопление валютных резер-

вов, которое становилось важным макроэкономическим компонентом общей стратегии экспортно ориентированного роста. «Такой была стратегия Японии, Кореи, Тайваня и Сингапура несколько десятилетий назад, когда они еще были «бедными» и догоняли развитые страны; такова в последние десятилетия стратегия государств Юго-Восточной Азии, которые поддерживают валютный курс на уровне 20–40 % ППС (Китай ниже всех, около 20 % ППС)» [4, с. 132].

Переориентация производственной инфраструктуры на региональные рынки сбыта будет представлять собой экспортную модель развития в рамках преференциальных торговых соглашений в формате единой интеграционной группировки. С другой стороны, возникает вопрос относительно того, каким образом будет происходить трансформация некогда профицитных торговых балансов и насколько активным окажется приток иностранного капитала.

Библиографический список

1. Альбеков, А., Резников, С. Глобализация vs регионализация современных цепей поставок : моногр. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2014.
2. Афонцев, А. Мировая экономика в поисках новой модели роста // Мировая экономика и международные экономические отношения. — 2014. — № 2.
3. Молдин, Д., Теппер, Д. Развязка. Конец долгового суперцикла и его последствия : пер. с англ. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.
4. Попов, В. Стратегии экономического развития. — М. : изд. дом Высшей школы экономики, 2011.
5. Потапов, М. Состояние и перспективы экономического развития Восточной Азии // Мировая экономика и международные экономические отношения. — 2014. — № 1.
6. Резников, С. «Производство» и «оборот» финансов: проблема дивер-

генции материальных и финансовых потоков в базовых экономических процессах // Интеграл. — 2012. — № 6 (68).

7. Резников, С. Эволюционные особенности развития цепей создания добавленной стоимости: сравнительный анализ // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2015. — № 2 (50).

8. Рынок и социальные проблемы: Восток — Россия : сб. ст. — М. : ИВ РАН, Центр стратегической конъюнктуры, 2013.

9. Сибрук, Дж. Мировая бедность : пер. с англ. — М. : Книговек, 2014.

10. Спенс, М. Следующая конвергенция: будущее экономического роста в мире, живущем на разных скоростях : пер. с англ. ; под ред. О. Филаточевой. — М. : изд-во Института Гайдара, 2013.

Bibliographic list

1. Albekov, A., Reznikov, S. Globalization and regionalization of modern supply chains : monograph. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2014.

2. Afontsev, A. World economy is in search of a new growth model // World economy and international economic relations. — 2014. — № 2.

3. Mauldin, D., Tepper, D. Isolation. End of Debt Supercycle and its consequences. — М. : Mann, Ivanov and Ferber, 2013.

4. Popov, V. Strategy of economic development. — М. : Publishing house of Higher School of Economics, 2011.

5. Potapov, M. Condition and prospects of economic development in East Asia // World economy and international economic relations. — 2014. — № 1.

6. Reznikov, S. «Production» and «turnover» of finance: problem of the divergence of material and financial flows in the underlying economic processes // Integral. — 2012. — № 6 (68).

7. Reznikov, S. Evolutionary features of the development chain added value: a comparative analysis // Vestnik of Rostov state university of economics (RINH). — 2015. — № 2 (50).

8. Market and social problems: East — Russia : comp. — М. : Institute of oriental studies, Center for strategic study, 2013.

9. Seabrook, J. World poverty. — М. : Knigovvek, 2014.

10. Spence, M. Next convergence: future economic growth in the world, living at different speeds / ed. by O. Filatocheva. — М. : Publishing house of Gaidar Institute, 2013.

С. А. Фильцев

РЫНОЧНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ДЕВЕЛОПЕРОВ В СЕГМЕНТЕ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация

В статье рассматриваются предпосылки и условия трансформации стратегий развития девелоперов рынка индустриальной складской недвижимости. Анализ последних позволил автору обосновать необходимость удешевления стоимости фондирования, которое может выступить важным фактором расширения и диверсификации инвестиций в склады, обеспечивающим снижение стоимости аренды, увеличение доли капиталовложений со стороны end-users, включающих склады в свою бизнес-модель и/или цепь поставок.

Ключевые слова

Склад, девелопмент, аренда, инвестиции, стратегия, инвестиционные фонды.

EVOLUTION OF MARKET DEVELOPMENT STRATEGIES DEVELOPERS SEGMENT INDUSTRIAL WAREHOUSE

Annotation

Article discusses the prerequisites and conditions for the transformation of strategies for the development of industrial developers in the market warehouse real estate. Analysis of past allowed the author to justify the need to reduce the cost of funding that can act as an important factor in the expansion and diversification of investments in warehouses, ensuring decrease the cost of rent, increasing the share capital by the end-users, including warehouses in its business — model and / or supply chain.

Keywords

Warehouse, development, leasing, investment strategy, investment funds.

В современной науке существует устоявшееся понятие «инфраструктура», определение которого указывает на функцию обеспечения нормального функционирования рынка, например товарного. Контекст общего употребления этого термина в целом не является размытым и коррелирует с набором некоторых функций и видов деятельности, которые носят обеспечительный характер по отношению к деятельности основной, которую они призваны обеспечивать. В литературе выделяется понятие «социальный капитал» общества, который аккумулирует государство, несущее на себе бремя развития инфраструктуры, ибо заметим, что только оно и наделено функцией фискального сбора в экономике. Однако рост размеров этой экономики уже не позволяет сравнивать ее масштабы в нынешнем веке с XIX или XX вв. Рынок вырос и требует все больших затрат для инфраструктурного обеспечения своего развития. В бизнесе появилось понятие корпоративной социальной ответственности, возникло такое явление, как социальное предпринимательство. Государство делегирует выполнение функций по развитию инфраструктуры в формате государственно-частного партнерства, которое в отдельных более рентабельных сферах трансформировался в государ-

ственно-частное партнерство, где инициатива развития инфраструктурных проектов исходит уже от бизнеса.

В товарном секторе экономики активное развитие сферы обращения и концентрация капитала в этом сегменте привели к росту инвестиций в торговую и складскую инфраструктуру. Однако, в силу спекулятивного характера этих инвестиций, правильным будет дефинировать ее как торговую и складскую недвижимость. Данное уточнение имеет устойчивые эмпирические основания, которые мы и разберем в настоящей статье.

Итак, на наш взгляд, современное участие бизнеса в развитии складской недвижимости характеризуется рядом особенностей.

Во-первых, в этом сегменте доминирующим является участие частного капитала, а не государства. Заметим, что складская логистика имеет важное обеспечивающее значение для нормальной работы рынка, его потребительского сегмента и т. д. Это, вне всяких сомнений, — элемент инфраструктуры, инвестиции в который и их возврат определяют затратно-емкость процесса распределения продукции: эти затраты закладываются в цену и оплачиваются конечным потребителем. Уровень этих затрат в российской экономике в 1,5–2 раза пре-

вышает аналогичный показатель в развитых зарубежных экономиках.

Во-вторых, частный капитал инвестирует в строительство складов в основном в спекулятивных целях, что полностью диссонирует с задачей развития инфраструктуры как таковой. Эволюция рынка складов в России хорошо показывает этот факт. До 2007–2008 гг. внимание частного капитала было развернуто в сторону торговой недвижимости, доходность вложений в которую зашкаливала. По мере насыщения этого рынка и выхода в FMCG торговых сетей, дефицит качественного предложения складских объектов стал очевиден. С этого момента начал расти рынок складов, который превратился в один из наиболее перспективных сег-

ментов для спекулятивных вложений. Такого рода сделки составляют до 70–80 % от общего объема вложений, что не позволяет нам рассматривать склады как элемент инфраструктуры.

Кризисы 2008–2009 гг. или 2014–2015 гг. являются индикаторами конъюнктурного изменения объема инвестиций в складские объекты, изменения стоимости аренды, что прямо отражается на издержкостях рыночного оборота товарной продукции. Как показывают проведенные нами расчеты, динамика роста инвестиций в склады постепенно снижается (рис. 1), а кризисы выступают в качестве точек бифуркации (обрывающих повышательный тренд), после которых рынок относительно быстро восстанавливается.

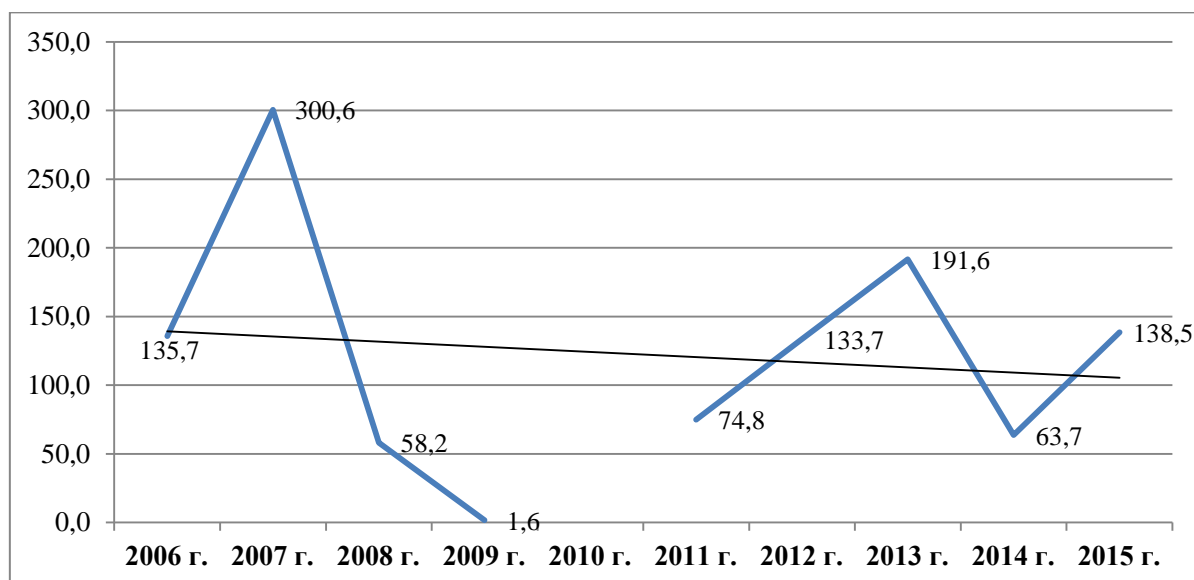


Рисунок 1 — Динамика инвестиций в склады, в % к предыдущему году*

* На графике данные за 2010 г. исключены по причине чрезвычайно низкой базы по 2009 г., дающей слишком большой коэффициент роста, искажающий общую визуализацию тренда. Данные за 2015 г. — прогнозные.

В-третьих, логистические операторы, оказывающие транспортно-складские услуги не являются основным инвестором в складскую индустриальную недвижимость, в отличие, например, от торговых сетей, которые

предъявляют масштабный спрос на качественные склады. «Так, доля покупок складских площадей крупными торговыми компаниями и под собственные нужды за первое полугодие 2015 г. составила около 29 % от общего объема

сделок на российском рынке против 10 % в 2014 г. Особенно это актуально сейчас для крупных продуктовых операторов — гипермаркетов и дискаунтеров, которые во времена кризиса активно развиваются за счет смещения покупательского спроса в низкий ценовой сегмент («Дикси», X5 Retail Group, «Лента», «Верный»)» [3, с. 49]. То есть, более 2/3 рынка индустриальной складской недвижимости формируется за счет предложения со стороны девелоперов, интерес которых к этому сегменту является чисто спекулятивным.

Логистические операторы и торговые сети, дистрибуторские компании предъявляют спрос на склады и самостоятельно строят их с целью включения в цепь поставок или оказания логистических услуг сторонним организациям (логистические операторы, дистрибуторы). Различные девелоперы и инвестиционно-банковские группы, инвестиционные фонды предъявляют спрос на склады и/или занимаются их строительством исключительно в спекулятивных целях. То есть, в силу капиталоемкости строительства складов, профильный торговло-логистический бизнес имеет ограниченные возможности для их самостоятельного строительства или покупки. При этом крупные инвестиционные группы, исходя из достаточно высокого уровня доходности таких проектов (15–20 % годовых) поддерживают развитие индустриальной складской недвижимости. Классическая бизнес-модель складского проекта образует длинную цепочку отношений: проектирование и строительство — сдача в долгосрочную аренду — продажа инвестиционному фонду. Слабым звеном в этой цепи является последний этап в силу ограниченности числа инвестиционных фондов, которым были бы интересным долгосрочные инвестиции в складские активы (западных фондов насчитываются единицы) [5, с. 68].

Таким образом, складская логистика делится на две части: обслуживание и

активы. Развитие логистического сервиса обеспечивают торговые и логистические операторы, а создание складских активов — крупные девелоперы и инвестиционные группы. При этом на рынке наблюдается своего рода эволюция стратегий развития в сегменте индустриальной складской недвижимости, переходными точками в трансформации которых выступают кризисы, а также синхронизация спроса и насыщения рынка.

До кризиса 2008–2009 гг. на рынке преобладали две стратегии. «Стратегия первая — это покупка готовых объектов либо организация совместных предприятий (joint venture) с локальными девелоперами для создания объектов. Этой стратегии придерживалась компания Raven Russia, что и вывело ее в лидеры данного сегмента.

Вторая стратегия — это создание собственными силами складских и индустриальных объектов, т. е. полностью самостоятельный девелопмент. Эту стратегию выбрали такие компании, как Radius Group (на тот момент Giffels Management Russia), «РосЕвроДевелопмент», MLP» [3, с. 47].

Обе модели были реализованы в условиях дешевого валютного фондирования, снижения ставок капитализации, что формировало предпосылки к росту стоимости складских активов. Общим местом стратегий являлся выход из активов через некоторое время.

После кризиса 2008–2009 гг. на рынке появилась новая стратегия поиска специальных ситуаций и предложений складов по низкой цене, которая не имела аналогий в других секторах рынка коммерческой недвижимости. Активно данная стратегия была использована группой компаний «БИН», которая наращивала портфель своих логистических активов посредством поиска специальных предложений по комфортной цене, используя большое кредитное плечо от российских банков, прежде всего Сбербанка.

В настоящее время практически все операторы рынка за исключением ГК «БИН» реализуют стратегию самостоятельного девелопмента и строительства логистических объектов собственными силами.

«Иной стратегии, отличной от двух предыдущих, придерживается компания PNK Group — это стратегия вертикально интегрированной компании, когда компания сочетает в себе инвестиции, девелопмент, генподряд и производство строительных материалов. Последние несколько лет группа систематически наращивает объем ввода площадей. И если в 2009 г. компания начала со 140 тыс. кв. м / год, то в 2014 г. построила в России около 450 тыс. кв. м. При этом компания реализует стабилизированные активы для того, чтобы продолжать свою девелоперскую деятельность. Из введенных на московский рынок 1,45 млн кв. м (1,83 млн кв. м в России) помещений класса А с 2003 г. компания продала более двух третьих своих активов, оставшись вла-

дельцем всего 221,5 тыс. кв. м, которые в том числе предлагаются на продажу» [3, с. 47–48].

Таким образом, по мере развития рынка, его постепенного насыщения, усиления конкуренции девелоперов, скупки инвесторами наиболее привлекательных объектов в 2000-х гг., а также кризисного колебания рыночной конъюнктуры на рынке крупные девелоперские компании перешли от менее простых стратегий к конкурентным стратегиям. При этом изменение самого рынка открывает различные перспективы роста для его ключевых операторов, которых можно разделить на: спекулятивных инвесторов, покупающих актив, генерирующих стабильный денежный поток и имеющих потенциал роста рыночной стоимости в условиях роста стоимости аренды и снижения ставок капитализации; end-users, инвесторов — реальных пользователей активов, которые сегодня обеспечивают 60–70 % инвестиций в качественные складские объекты, приобретаемые для собственных нужд.



Рисунок 2 — Структура инвестиций в склады в 2005-2015 гг., млн долл.*

* Составлен автором на основе численного анализа данных источника [3]. Данные за 2015 г. — прогнозные.

В условиях кризисного изменения рынка 2014–2015 гг. снижение ставок аренды открывает определенные возможности для end-users, которые могут использовать более низкие цены для покупки складских активов по себестоимости строительства. Аналогичный интерес проявляют и спекулятивные инвесторы, которые готовы приобрести складские объекты на привлекательных условиях и в дальнейшем получить доход, учитывая относительно высокую скорость восстановления рынка складов. С учетом роста интереса к таким активам со стороны западных фондов (Morgan Stanley, Hines) можно предположить высокую конкуренцию на стороне спроса на качественные объекты по кризисным ценам. Такая стратегия является экономически обоснованной, поскольку сокращение объемов строительства в 2014–2015 гг. приведет к уменьшению спекулятивного предложения складских объектов в 2016 г., прежде всего в Московском регионе: в кризис девелоперы сократили объемы строительства, которое в основном носило адресный характер (built-to-suit). Снижение

доли свободных площадей приведет к повышению ставок аренды, которые будут сохраняться в течение 1–2 лет, пока на рынке не появится дополнительный объем предложения.

В целом, современное развитие рынка складов в значительной степени определяется спросом и девелоперской активностью крупных операторов, которые имеют преимущественно спекулятивный спрос на этом рынке. То есть доля складов, которые строятся логистическими и производственно-торговыми компаниями с целью их непосредственного использования в разы меньше, чем объемы спекулятивного строительства и/или покупок крупными девелоперскими компаниями и/или инвестиционными фондами. При этом на рынке постепенно увеличивается конкуренция, уходят в прошлые стратегии поиска специальных предложений активов (ГК «БИН», Raven Russia), наиболее конкурентное предложение обеспечивает именно самостоятельный девелопмент. Общая эволюция стратегий на рынке с середины 2000-х гг. по настоящее время представлена нами в таблице 1.

Таблица 1 — Трансформация стратегий развития на рынке складской недвижимости

До кризиса 2008–2009 гг.		Межкризисный период 2010–2014 гг.	
Стратегия	Условия реализации	Стратегия	Условия реализации
Покупка готовых объектов; кооперация с локальными девелоперами (joint venture) для создания объектов. ГК «БИН», Raven Russia и др.	Дешевое валютное финансирование. Устойчивый тренд на снижение ставок капитализации — рост стоимости активов	Поиск специальных ситуаций продажи логистических активов по сниженным ценам. Долгосрочное владение проектами. ГК «БИН»	Кризисные колебания рыночной конъюнктуры. Волатильность цен на склады со стороны предложения. Значительное кредитное плечо со стороны банков (Сбербанк)
Самостоятельное создание складских объектов. PNK Group, Raven Russia и др.		Самостоятельный девелопмент. Нарастивание активов собственными силами. PNK Group, Radius Group, АТ-Недвижимость и др.	Кризисное снижение цен на активы в сегменте складской и индустриальной недвижимости
		Агрессивный вход на рынок с целью эффективных инвестиций в складскую недвижимость. Morgan Stanley, Hines, крупные инвестфонды	

Тем не менее активность этих крупных операторов является относительно низкой и неустойчивой: «даже в рекордный 2013-й год общая сумма инвестиционных сделок в складской недвижимости составила всего 15 % от всех инвестиций в российскую коммерческую недвижимость. А это более чем в два раза превышает показатели 2011 и 2012 гг.» [5, с. 68]. Кроме того, фонды предъявляют спрос на крупные объекты площадью 5–70 тыс. кв. м и придерживаются сложной системы корпоративных регламентов. Возникает парадоксальная ситуация, в которой конечный спрос и готовность арендаторов строить не подкрепляются реальным конечным инвестиционным спросом на складские объекты. Решение данной проблемы возможно за счет более активного включения в инвестиционный процесс, не зарубежных институциональных инвесторов, а более мелких российских частных. Инвестиции в склад представляются сегодня менее рентабельной формой размещения капитала и не получили широкого распространения среди региональных инвесторов. Между тем именно склады представляют собой эффективный инструмент для долгосрочных инвестиций и диверсификации инвестиционного портфеля. Немалую проблему составляет незнание рынка складов и высокие риски строительства. Сегодня строительство склада площадью 15–20 тыс. кв. м требует 800–900 млн руб., из которых 8–9 млн долл. могут быть частные инвестиции, остальное — банковский кредит. Средняя доходность от инвестиций собственного капитала составляет 15–20 % годовых в течение 10–12 лет.

Необходимо учитывать тот факт, что инвестиции в складскую недвижимость имеют относительно более высокую привлекательность на рынке:

- относительная доступность, так как объем инвестиций в торговую или офисную недвижимость сопоставимой площади и формата в разы больше;

- понятная концепция и прогнозируемая доходность (означает более низкие риски в процессе реализации проекта);

- простая структура управления складским активом, формализация условий взаимоотношения с арендаторами.

Таким образом, в настоящее время слабым звеном в общей конфигурации складского девелопмента является низкий инвестиционный спрос, который сконцентрирован среди крупных компаний. Фактором снижения уровня консолидации рынка и роста конкуренции на нем может быть участие частных инвесторов или пула небольших частных инвесторов, которые могут эффективно разместить свои капиталы и получить ликвидный объект. Для снижения стоимости распределения продукции в России необходимо найти новые источники инвестиционного развития складов. Приход частного инвестора позволит сбалансировать рынок и снизить стоимость аренды. Показателем здесь является даже кризисный 2014-й год, когда рост тарифа был ограничен в высококонкурентной среде рынка, а большинство операторов рынка были вынуждены брать на себя валютные риски — сокращать маржу из-за курсовой разницы [7, с. 64].

Все это позволяет нам заключить, что дальнейшее развитие рынка складов может быть ускорено за счет расширения состава инвесторов — прихода инвесторов частных.

Если обратиться к теоретическим посылам, представленным нами в начале статьи, то современное развитие рынка складов может быть разложено на две составляющие: институциональное и рыночное. В институциональном росте государство сегодня принимает минимальное участие. При этом рыночный рост сталкивается с проблемой дефицита частных инвестиций. На рынке обозначился явный недостаток тех, кто готов приобрести и управлять активом, стабильно генерирующим денежный поток.

В развитии рынка логистики наблюдается активное участие спекулятивного капитала: рынок складов — это не рынок девелопмента, а прежде всего рынок спекулятивных инвестиций. С середины 2000-х гг. этот рынок активно развивался на волне роста потребления, развития се-

тевого ритейла. Пройдя через два кризиса, ритейлеры отказались от стратегий экстенсивного роста и пространственной диверсификации, стали оптимизировать форматы, отказываться от мультиформатного сбыта, специализироваться. В долгосрочной перспективе можно ожидать снижения динамики прироста спроса на новые склады, что приведет к некоторой стабилизации стоимости аренды вследствие возросшей конкуренции.

Основная проблема состоит в том, что круг инвесторов на рынке ограничен. В условиях удорожания стоимости фондирования институциональные инвесторы и крупные девелоперские компании сократили свою активность, хотя снижение ставки ЦБ РФ в пять раз с 17 до 11 % в течение 2015 г. в определенной степени разряжает ситуацию на рынке заемного капитала.

Снижение стоимости фондирования, на наш взгляд, могло бы сгенерировать серьезный импульс для развития рынка. Возможность самостоятельного формирования логистических активов получают конечные пользователи (end-users), которые смогут включить склады в свою бизнес-модель или цепи поставок, сократить затраты и риски. Частные инвесторы в условиях снижения финансовых рисков и сроков окупаемости проектов смогут более активно выходить на рынок и инвестировать в строительство складов. Увеличение предложения приведет к снижению стоимости аренды и, соответственно, снижению логистических издержек рыночного оборота товарной продукции. Девелопмент качественных объектов обеспечит не только оказание базовых транспортно-логистических услуг, но и переход к комплексным решениям с организацией сложных интеграционных сервисов.

Библиографический список

1. Альбеков, А., Резников, С. Глобализация vs регионализация современных цепей поставок : моногр. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2014.

2. Арсенин, Е. Идут на склад // CRE Коммерческая недвижимость. — 2015. — № 31.

3. Богданова, Э., Дзюба, О. Инвестиционная активность на складском рынке // CRE Коммерческая недвижимость. — 2015. — № 19 (263).

4. Пархоменко, Т. Теоретико-методологические основы применения логистического форсайтинга в стратегически значимых отраслях // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2015. — № 2 (50).

5. Платонов, П. Склады как объект частных российских инвестиций // CRE Коммерческая недвижимость. — 2014. — № 15 (236).

6. Реуцкая, Е. Нескладная история // CRE Коммерческая недвижимость. — 2014. — № 18 (239).

7. Ясько, О. Удар по логистике: отставить панику! // CRE Коммерческая недвижимость. — 2014. — № 17 (238).

Bibliographic list

1. Albekov, A., Reznikov, S. Globalization vs regionalization of modern supply chains : monograph. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2014.

2. Arsenin, E. Go to warehouse // CRE Commercial real estate. — 2015. — № 31.

3. Bogdanov, A., Dziuba, A. Investment activity in warehouse market // CRE Commercial real estate. — 2015. — № 19 (263).

4. Parkhomenko, T. Theoretical and methodological basis for use of logistical forsayting in strategically important sectors // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2015. — № 2 (50).

5. Platonov, P. Warehouses as an object of private Russian investment // CRE Commercial real estate. — 2014. — № 15 (236).

6. Reutsky, E. Awkward history // CRE Commercial real estate. — 2014. — № 18 (239).

7. Jasko, A. Strike logistics: aside panic! // CRE Commercial real estate. — 2014. — № 17 (238).

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

*А. Л. Быкадоров, Н. А. Долгушевский,
Т. А. Заруцкая, Э. А. Мамаев*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТ ПО ЭЛЕКТРОБЕЗОПАСНОСТИ В СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Аннотация

В статье представлен методический подход к оценке экономической эффективности внедрения новых устройств и реализации мероприятий, направленных на повышение электробезопасности в структурных подразделениях железнодорожного транспорта. Разработан порядок оценки эффективности инновационных проектов при внедрении новой единицы техники в ОАО «РЖД». Реализация предлагаемого подхода продемонстрирована на примере научно-технической разработки «Методические рекомендации по выбору мест установки «Устройств защиты для нескольких секций фидерной зоны» на контактной сети переменного тока 25 кВ» для структурного подразделения Центральной дирекции инфраструктуры филиала ОАО «РЖД» — службы электрификации и электроснабжения.

Ключевые слова

Экономическая эффективность, производственный травматизм, эффективность инновационных проектов, чистый дисконтированный доход.

*A. L. Bykadorov, N. A. Dolgushevskiy,
T. A. Zarutskaya, E. A. Mamaev*

ECONOMIC ASSESSMENT OF ELECTRICAL SAFETY OPERATIONS MANAGEMENT EFFICIENCY IN RAILWAY SERVICE BUSINESS UNITS

Annotation

Article presents the methodical approach to assessment of economic efficiency of implementing new devices and performing actions aimed to improve electrical safety in railway service business units. The procedure of assessing efficiency of innovation projects implementing new equipment units in JSC «Russian Railways» has been developed. Implementation of the suggested approach has been demonstrated using the example of «Research development, guidelines on choosing installation locations for «Protection devices for multiple feeder zone sections» in 25 kV AC overhead line» for the business unit of Central Infrastructure Directorate of JSC «Russian Railways» subsidiary — power supply and electrification service.

Keywords

Damage, economic efficiency, industrial injury rate, innovation project efficiency, net discounted income.

Железнодорожный транспорт является одной из травмоопасных сфер деятельности, работники ОАО «РЖД» подвержены рискам травмирования, в том числе и со смертельным исходом.

Из распределения происшествий со смертельным исходом (рис. 1) видно, что около четверти приходится на поражение электрическим током [2].

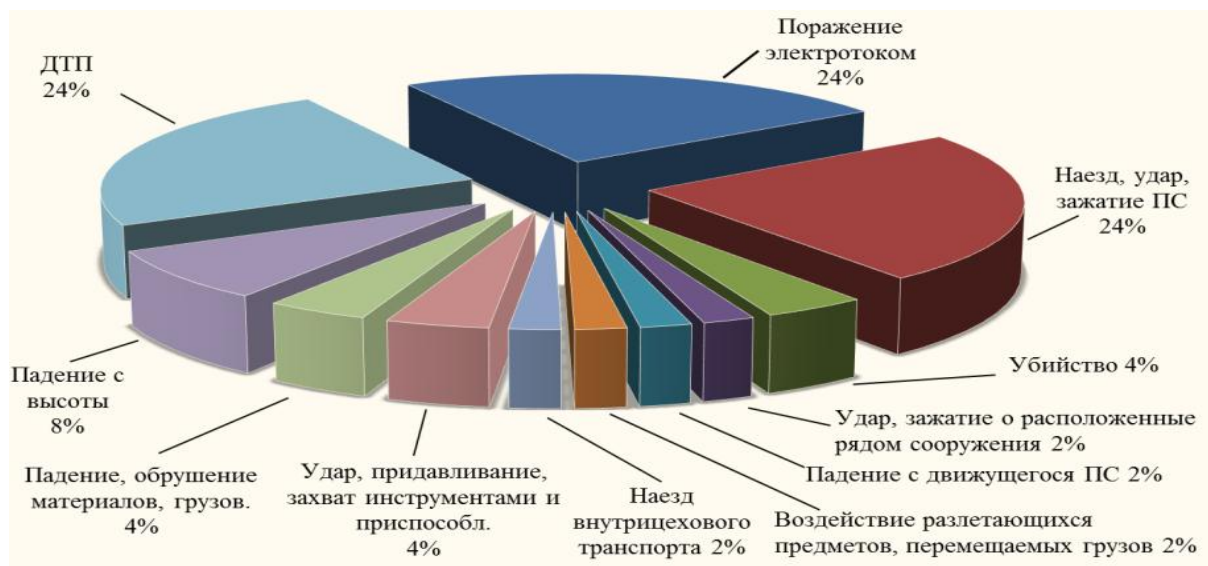


Рисунок 1 — Распределение травмирования со смертельным исходом в ОАО «РЖД» по видам происшествий

Основные причины производственного травматизма в структурных подразделениях ОАО «РЖД» и пример-

ное их процентное соотношение по данным за 2012–2014 гг. представлены на рисунке 2.

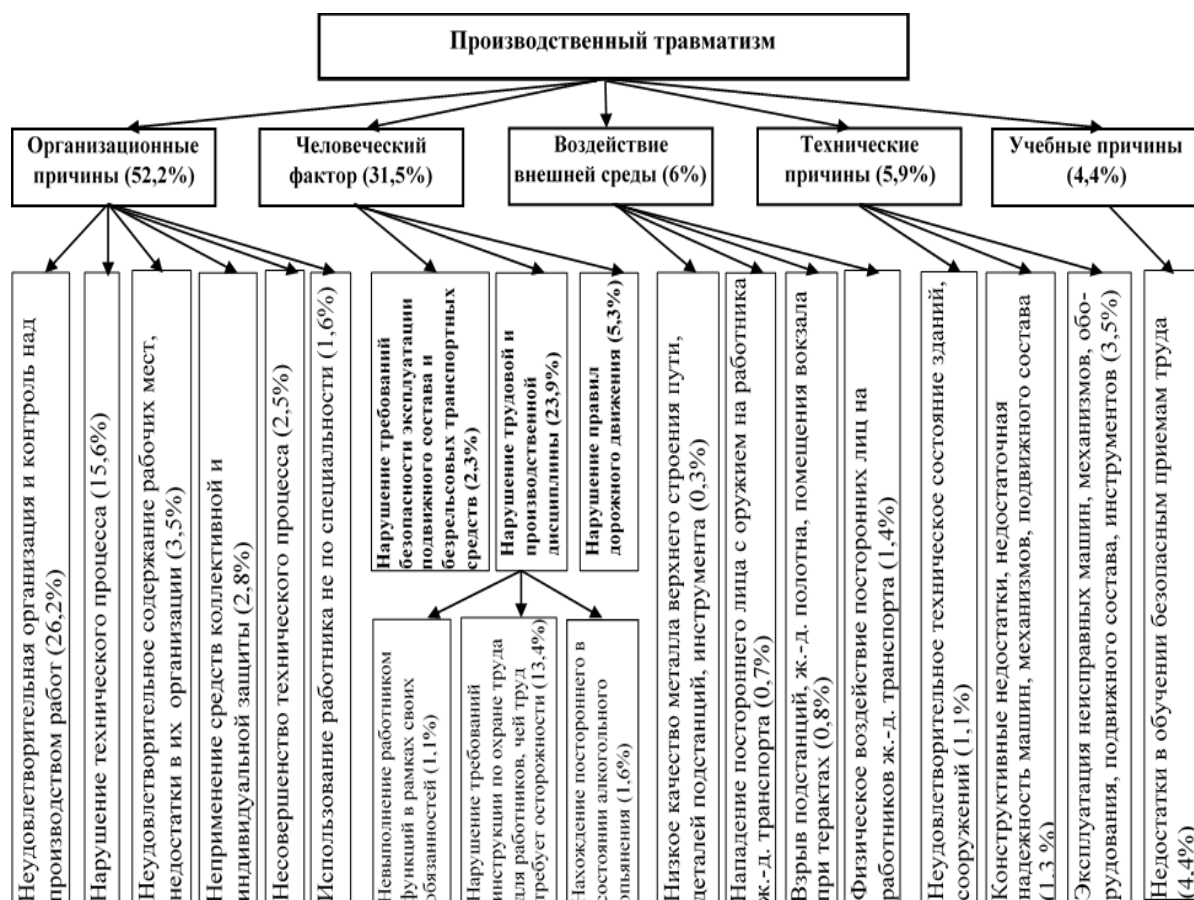


Рисунок 2 — Основные причины производственного травматизма в структурных подразделениях ОАО «РЖД»

ОАО «РЖД» уделяет особое внимание охране труда в структурных подразделениях. Для принятия мер по снижению смертельных случаев и случаев травмирования в структурных подразделениях вводят дополнительные средства для повышения безопасности, разрабатываются различные мероприятия, внедряется новое оборудование и технологии, направленные на вывод работников из опасных зон. Все эти средства являются весьма затратными, требуют финансирования и здесь встает вопрос об их экономической эффективности.

Сегодня в России отсутствует единая методика по расчету экономической эффективности (ущерба) по выбытию трудовых ресурсов и оценки экономической эффективности при внедрении средств повышающих уровень охраны труда на производстве [3–7], несмотря на то что это является важным аспектом для модернизации или замены морально устаревших технологий и усиления позиций охраны труда на производстве. Экономическая оценка предлагаемых к внедрению мероприятий по повышению безопасности труда, направленная на рациональное и эффективное использова-

ние выделяемых на эти цели финансовых ресурсов, имеет большое значение для народного хозяйства. В общем виде задача имеет две составляющие: определение ущерба от производственного травматизма со смертельным исходом, оценка экономической эффективности при внедрении средств, повышающих уровень охраны труда на производстве.

Определение ущерба от производственного травматизма со смертельным исходом связано с возмещением ущерба семьям погибших — возникает не совсем этический вопрос о стоимости человеческой жизни. Но если об этом говорить с позиции современной экономики, то стоимость человеческой жизни является одним из основных ее ресурсов [8]. Например, преждевременная смертность и утрата трудоспособности работниками означает их выбытие из производственного процесса и приводит к существенным потерям ВВП [9].

В общем виде схема определения суммарного материального ущерба от гибели работников в компании ОАО «РЖД» представлена на рисунке 3, без учета страховых выплат по обязательному социальному страхованию.

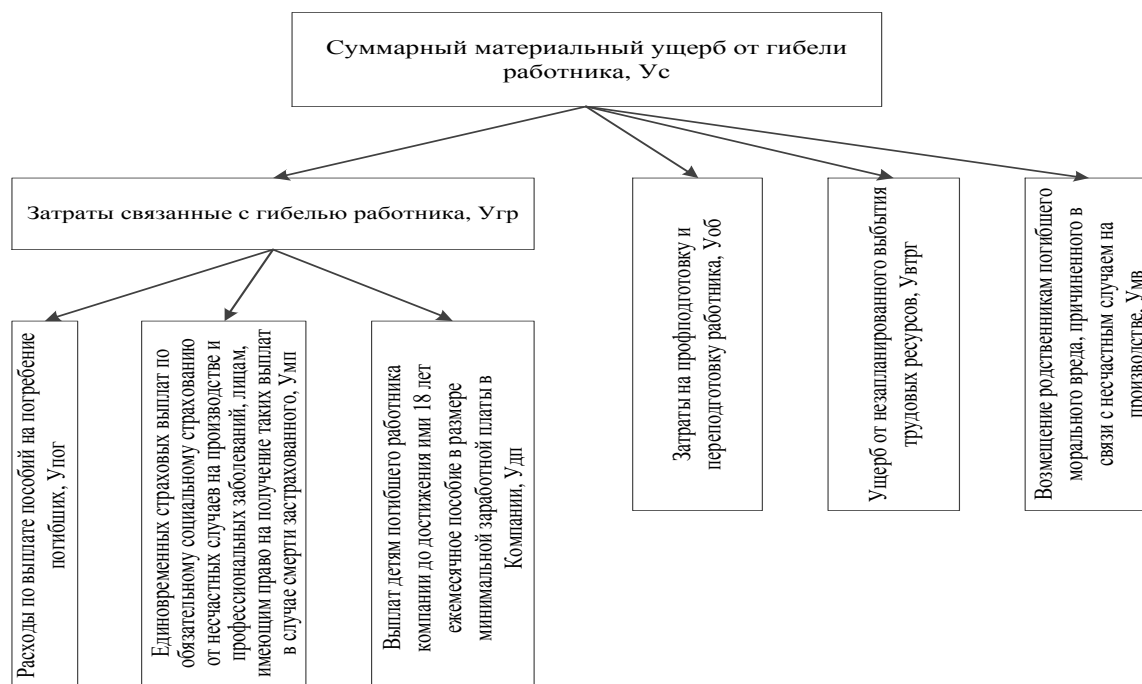


Рисунок 3 — Схема определения суммарного материального ущерба от гибели работников в компании ОАО «РЖД»

При внедрении новой единицы техники порядок оценки эффективности инновационных проектов в ОАО «РЖД» должен включать следующие этапы:

1) рассмотрение проекта на протяжении его полного жизненного цикла (расчетного периода);

2) моделирование денежных потоков, включающих все связанные с осуществлением проекта доходы и расходы за расчетный период;

3) приведение разновременных платежей (доходов и расходов) к базовому периоду (дисконтирование);

4) сопоставление денежных потоков, полученных при возможной реализации научно-технического проекта, с денежными потоками, существующими без использования проекта;

5) учет наиболее существенных последствий осуществления научно-технического проекта, в том числе последствий, которые могут быть оценены только качественно;

6) учет факторов неопределенности и рисков, сопровождающих реализацию инновационного проекта;

7) количественная и качественная оценка эффективности инновационного проекта. В качестве основных показателей оценки эффективности используют-

ся чистый дисконтированный доход (NPV) и срок окупаемости (PP).

Рассмотрим реализацию предлагаемого подхода для структурного подразделения Дирекции инфраструктуры службы электрификации и электроснабжения ОАО «РЖД» (далее будем называть его Компанией) и проекта внедрения научно-технической разработки (НТР) «Методические рекомендации по выбору мест установки «Устройств защиты для нескольких секций фидерной зоны (УЗС)» на контактной сети переменного тока 25 кВ». Оценим эффективность повышения безопасности работ в структурном подразделении за счет нового способа размещения УЗС на линии. Основной эффект от внедрения — это снижение вероятности поражения наведенным напряжением, расширение и стабилизация зоны со сниженной опасностью. В основу расчета эффекта положим снижение суммарного материального ущерба, вызванного случаем смертельного травматизма в хозяйстве электрификации и электроснабжения, где первичной причиной явилось поражение наведенным напряжением при работе на контактной сети.

Ущерб от производственного травматизма [4]. Затраты компании, связанные с гибелью работников, состоят из:

$$U_{Г.Р.} = U_{П.Г.} + U_{М.П.} + U_{П.К.} + U_{Г.З.} + U_{Д.П.},$$

где $U_{П.Г.}$ — расходы по выплате пособий на погребение погибших, руб. (23000 руб.);

$U_{Г.З.}$ — выплаты семьям или нетрудоспособным иждивенцам работников Компании, погибших вследствие несчастного случая на производстве (1 млн руб.);

$U_{Д.П.}$ — выплаты детям погибшего работника Компании до достижения ими 18 лет, ежемесячное пособие в размере минимальной заработной платы в Компании, руб. (сумма ежемесячного пособия составляет 2300 руб.¹).

¹ Здесь и далее использованы официальные данные ОАО РЖД за 2014 г. Письмо ЦЭТ-

Выплаты ежемесячного пособия будут производиться детям до достижения возраста 24 лет. Для ребенка в возрасте 4-х лет выплаты составят 552 000 руб.; для ребенка в возрасте 2-х лет — 607 200 руб.; суммарные выплаты — 1 159 200 руб. Затраты компании, связанные с гибелью работника, составят 2 182 200 руб.

Затраты предприятия на профессиональную подготовку и переподготовку работающих, принимаемых на работу взамен выбывших в связи с травмой, определяются по формуле [4]:

11/49 от 16.03.2015 «Об исходных данных к технико-экономическому обоснованию».

$$Y_{об.} = K \times C,$$

где K — количество выбывших из-за травм и профессиональных заболеваний;
 C — стоимость обучения одного человека, руб., 45 000 руб. (ГОСТ 12.1.038-82 «Предельно допустимые значения напряжений прикосновения и токов»).

Потери при незапланированном выбытии трудовых ресурсов Компании из производственной деятельности в результате гибели $Y_{втр.}$ одного человека рекомендуется определять по формуле [4]:

$$Y_{втр.} = H_T \times T_{р.д.} = 242323,5 \text{ руб.},$$

где H_T — доля прибыли, недоданная одним работающим, руб./день;
 $T_{р.д.}$ — потеря рабочих дней в результате гибели одного работающего.

Чистая прибыль компании на первое полугодие составила 2,3 млрд руб., при численности работников ($Ч_p$) 841 745 чел. Доля прибыли, недоданная одним работающим, определяется по формуле:

$$H_T = \frac{П_{чг}}{Ч_p \times 365} = 15 \text{ руб./день},$$

где $П_{чг}$ — чистая прибыль за год;
 247 — количество рабочих дней в году.

Из предположения, что погибшему работнику было 30 лет, потеря рабочих дней ($T_{р.д.}$) в результате гибели работающего составит:

$$T_{р.д.} = 30 \times 365 = 10\,950 \text{ дня},$$

где 30 — число лет, оставшихся до пенсии (работник мужского пола);
 365 — количество дней в году.

Суммарный материальный ущерб компании от производственного травматизма будет: $Y_c = Y_{г.р.} + Y_{об.} + Y_{втр.} + Y_{мв} = 2\,469\,523,5 \text{ руб.}$

Расчет экономической эффективности от применения УЗС-3 при стандартном размещении на секции контактной сети. Оценим теоретически экономическую эффективность УЗС-3 в снижении поражающего тока наведенного напряжения. Определим вероятность того, что при ошибочном касании электромонтером отключенной контактной подвески наступит смертельный случай. Числовую ось от 0 до 1 разделим на 12 равных частей в соответствии с таблицей значений неотпускающего тока и от длительности действия (рис. 4).

Значения неотпускающего тока в зависимости от длительности действия												
t, c	>1	1	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0,01 0,08
I, mA	6	50	65	75	90	105	125	140	160	190	400	650
Относительные значения неотпускающего тока	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Рисунок 4 — Относительные значения неотпускающего тока в зависимости от длительности действия

При этом среднее значение поражающего тока ($I_{пор.}$) в середине секции с 5 по 15 км по расчетам составило 190 мА. Соответственно, продолжительность воздействия тока не должна превышать 0,2 с. Тогда в случае попадания в зону поражения электрическим током при двухстороннем включении УЗС-3 и стандартном размещении вероятность наступления смертельного случая определится по формуле:

$$P_{ij} = \frac{1}{N} k,$$

где N — число предельно допустимых значений переменного тока 50 Гц, при продолжительности воздействия тока t , с ($N = 12$);

k — относительное значение неотпускающего тока в зависимости от длительности действия (от 1 до 12);

i — одностороннее (1) или двухстороннее (2) включение УЗС;

j — порядковый номер.

Тогда вероятность наступления смертельного случая при двухстороннем включении УЗС-3 и его стандартном размещении на секции контактной сети составит: $P_{21} = 0,83$.

Оценим в денежном эквиваленте вероятность наступления смертельного случая. При наступлении смертельного случая вероятность равна 1 ($P = 1$), а ущерб составляет 2 469 524 руб.

$$Y_p = \frac{\sum_{n=1}^m Y_{ij}}{m} = \frac{Y_{21} + Y_{11}}{2} = \frac{2049705 + 1815100}{2} = 1932403 \text{ руб.}$$

Тогда ущерб с учетом вероятности наступления смертельного случая составит: $U = U_c - U_p = 2\,469\,524 - 1\,932\,403 = 537\,121$ руб.

Стоимость одного УЗС-3 с учетом проектирования, монтажа и пусконаладочных работ составляет 3150 тыс. руб. (без НДС). Так как на защищаемой секции двухпутного участка контактной сети установлено 4 шт. УЗС-3, то плановая себестоимость на одну секцию двухпутного участка контактной сети составит: $3150 \times 4 = 12\,600$ тыс. руб.

Амортизационные отчисления: $12\,600/10 = 1260$ тыс. руб. / год. Расходы по техническому обслуживанию и профилактическому осмотру УЗС-3, установленных на секции двухпутного участка контактной сети, примем укрупненно в размере 10 % от стоимости объекта: $12\,600 \times 0,1 = 1260$ тыс. руб. / год. Ожидаемая экономия текущих затрат от использования УЗС-3 ожидается за счет снижения ущерба от вероятности наступления смертельного случая: 537,121 тыс. руб.

Приток денежных средств по проекту: $537,121 + 160 = 697,121$ тыс. руб. / год. Инвестиционные затраты составляют: 12 600 тыс. руб. Налог на имущество определяется исходя из среднегодовой остаточной стоимости: 263,34 тыс. руб.

Определим денежный эквивалент вероятности наступления смертельного случая из пропорции. При двухстороннем включении УЗС-3 и стандартном расположении: $Y_{21} = 2\,049\,705$ руб.

При одностороннем включении УЗС-3 и стандартном расположении: $Y_{11} = 1\,815\,100$ руб.

Определим суммарный денежный эквивалент вероятности наступления смертельного случая при стандартном размещении УЗС на секции контактной сети по формуле:

2

Ожидаемый годовой чистый дисконтированный доход (ЧДД) за плановый период 10 лет при стандартном размещении УЗС-3 на секции контактной сети двухпутного участка получился отрицательный: -400,44 тыс. руб. при ставке дисконтирования 10 %.

Оценка экономической эффективности УЗС-3 в снижении поражающего тока наведенного напряжения с использованием результатов НТР. При двухстороннем включении УЗС-3 в середине секции наблюдается минимальное значение наведенного напряжения, его среднее значение составляет 170 В. При этом среднее значение поражающего тока ($I_{пор}$) в середине секции с 5 по 15 км составит 85 мА, что в 2,23 раза ниже, чем при стандартном расположении. Соответственно, продолжительность воздействия поражающего тока не должна превышать 0,7 с.

Вероятность наступления смертельного случая при двухстороннем включении УЗС-3 и его размещении на секции контактной сети в соответствии с результатами НТР составит: $P'_{21} = 0,41$. При одностороннем включении УЗС-3 и его размещении на секции контактной сети, в соответствии с НТР, зона работы со сниженной опасностью расширилась и имеет протяжен-

ность 10 км. Максимальное значение наведенного напряжения по краям зоны составляет 200 В, а поражающий ток — 100 мА. Вероятность наступления смертельного случая при одностороннем включении УЗС-3: $P'_{11} = 0,5$.

В денежном эквиваленте вероятность наступления смертельного случая. При двухстороннем включении УЗС-3 и его размещении на секции контактной сети в соответствии с НТР: $U'_{21} = 1\,012\,504$ руб. При одностороннем включении УЗС-3 с НТР: $U'_{11} = 1\,234\,762$ руб. Суммарный денежный эквивалент вероятности наступления смертельного случая при размещении УЗС-3 с НТР составит: $U'_p = 1\,123\,633$ руб. Ущерб с учетом вероятности наступления смертельного случая составит НТР: $U_{нтр} = U_c - U'_p = 2\,469\,524 - 1\,123\,633 = 1\,345\,891$ руб.

Расчет экономической эффективности от применения УЗС-3 на секции контактной сети с использованием результатов НТР. Плановая себестоимость на одну секцию контактной сети двухпутного участка размещения УЗС-3 с использованием НТР увеличилась на 5 % и составит — 13 230 тыс. руб. Амортизационные отчисления 1323 тыс. руб./год. Расходы по техническому обслуживанию и профилактическому осмотру УЗС-3 -1323 тыс. руб./год. Ожидаемая экономия текущих затрат от использования УЗС-3 — 1345,891 тыс. руб. Приток денежных средств по проекту: $1345,891 + 1323 = 2668,891$ тыс. руб./год. Инвестиционные затраты 13 230 тыс. руб. Налог на имущество: 276,507 тыс. руб. Срок окупаемости: $T_{ок} = 9,5$ лет.

Ожидаемый годовой чистый дисконтированный доход (ЧДД) за плановый период 10 лет от результатов использования НТР оценивается в размере 59,93 тыс. руб. Средний годовой эконо-

мический эффект составит 5,993 тыс. руб. на одну секцию контактной сети двухпутного участка.

В результате расчетов ЧДД при размещении УЗС-3 на секции контактной сети с использованием результатов НТР получился положительным, это говорит о том, что вложение инвестиций в данный проект экономически эффективно, прибыльность инвестиций выше нормы дисконта. Кроме того, основным эффектом от применения результатов НТР — «Разработка и обоснование методических рекомендаций по выбору мест установки «Устройств защиты для нескольких секций фидерной зоны» на контактной сети переменного тока 25 кВ» позволит расширить и стабилизировать зону работы со сниженной опасностью, снизить вероятность поражения наведенным напряжением, а значит, повысить уровень безопасности при работе на контактной сети. Применение результатов НТР приведет к уменьшению случаев смертельного травматизма и сохранит жизнь и здоровье членов бригады.

Библиографический список

1. Анализ состояния условий и охраны труда в ОАО «РЖД» за 2014 г. — М., 2015.
2. Р-03112199-0502-00. Методика оценки и расчета нормативов социально-экономического ущерба от дорожно-транспортных происшествий. — М.: Министерство транспорта Российской Федерации, 2001.
3. Методика оценки размера ущерба, вызванного авариями на опасных производственных объектах ОАО «РЖД», несчастными случаями на производстве, профессиональными заболеваниями, происходящими с работниками структурных подразделений ОАО «РЖД» № ВП-14188 от 26.11.2007.
4. Методика расчета ущерба компании от несчастных случаев на произ-

водстве, происшедших с работниками ОАО «РЖД» от 22.12.2012.

5. Методика расчета и подтверждения экономического эффекта от использования результатов научно-технических работ в деятельности ОАО «РЖД» по кругу ведения ЦЭ № 2889р от 30.12.2008.

6. СТО РЖД 08.005–2011. Инновационная деятельность в ОАО «РЖД». Порядок оценки эффективности инновационных проектов.

7. Марцинкевич, В. И., Соболева, И. В. Экономика человека. — М.: Аспект пресс, 1995.

8. Прохоров, Б. Б. [и др.]. Общественное здоровье и экономика. — М.: МАКС Пресс, 2007.

9. Коллективный договор открытого акционерного общества «Российские железные дороги» на 2014–2016 гг. от 09.12.2013.

Bibliographic list

1. Analysis of conditions and labor safety in Russian Railways for 2014. — М.: Russian Railways, 2015.

2. R-03112199–0502–00. Methods of assessing and calculating rates of social and economic damage caused by road ac-

cidents. — М.: Ministry of Transport of Russian Federation, 2001.

3. Methods of assessing the amount of damage caused by accidents in hazardous facilities of Russian Railways, industrial accidents, occupational illnesses that occur with employees of Russian Railways business units № VP–14188 from 26.11.2007.

4. Methods of calculating amount of company's damage from industrial accidents that occurred with Russian Railways employees from 22.12.2012.

5. Methods of calculating and confirming economic efficiency from using results of research activities in Russian Railways operations in what refers to competence of power supply and electrification department № 2889r from 30.12.2008.

6. STO Russian Railways 08.005–2011. Innovation-driven activities in Russian Railways. Procedure of assessing innovation project efficiency.

7. Marcinkevich, V. I., Soboleva, I. V. Human economy. — М.: Aspect Press, 1995.

8. Prohorov, B. B. [etc.]. Public health and economy. — М.: Max Press, 2007.

9. Collective contract of Russian Railways open joint stock company for 2014–2016 from 09.12.2013.

А. М. Выжитович

ОЦЕНКА РИСКА ИЗМЕНЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТИ В ПРОЦЕССАХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ АУТСОРСИНГА

Аннотация

В статье уделено внимание проблеме оценки и управления рисками стратегий аутсорсинга в процессах реструктуризации промышленных предприятий. Актуальность этой темы предопределена масштабностью происходящих процессов реструктуризации на отечественных промышленных предприятиях, главным образом в целях получения налоговой экономии в связи с появлением возможности применения упрощенной системы налогообложения и в связи со стремлением к повышению качества выполнения функций за счет специализации подразделений холдингов. Автор представляет методику оценки рисков изменения текущей ликвидности в процессах реструктуризации и приводит результаты практических расчетов, на основании которых доказывает эффективность системы управ-

ления рисками изменения текущей ликвидности за счет реструктуризации. Посредством минимизации рисков потери ликвидности, достигаемой за счет реструктуризации и повышения эффективности отдельных подразделений холдинга, появляется возможность оказания взаимной финансовой поддержки в неблагоприятных ситуациях и, таким образом, содействия общему финансовому благополучию холдингов.

Ключевые слова

Оценка рисков, текущая ликвидность, стратегия, аутсорсинг, реструктуризация.

A. M. Vyzhitovich

ASSESSMENT OF RISK OF CHANGE OF CURRENT LIQUIDITY IN PROCESSES OF RESTRUCTURING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES WITH APPLICATION OUTSOURCING

Annotation

In article the attention is paid to the problem of risk assessment and management strategies of outsourcing in the restructuring processes of industrial enterprises. The relevance of this topic predetermined by the magnitude of the ongoing restructuring processes in Ukrainian enterprises mainly in order to obtain tax savings in connection with the advent of application of the simplified system of taxation, and in connection with the pursuit of quality improvement functions, with specialized units of holdings. The author presents the methodology of risk assessment changes the current liquidity in the restructuring processes and the results of practical calculations, on the basis of which proves the effectiveness of the risk management system changes the current liquidity due to restructuring. By minimizing the risk of loss of liquidity, achieved through restructuring and improving the efficiency of individual units of the holding, there is the possibility of providing mutual financial support in adverse situations and, thus, to contribute to the overall financial prosperity of holdings.

Keywords

Assessment of risks, current liquidity, strategy, outsourcing, restructuring.

В целях повышения экономической эффективности в последнее время многие крупные предприятия принимают решение о реорганизации. Главным образом такие решения мотивированы стремлением получить налоговую экономию за счет появления возможности применения упрощенной системы налогообложения [5, 6]. Другим мотивом является повышение уровня специализации самостоятельных предприятий на отдельных функциях [1, 4]. Так или иначе встает вопрос о необходимости оценки рисков изменения ликвидности в процессах реструктуризации промышленных предприятий [3, 7]. Поэтому одним из аспектов оценки целесообразно-

сти применения стратегий аутсорсинга в процессах реструктуризации промышленных предприятий является оценка рисков изменения ликвидности. Этим обусловлена постановка цели настоящей статьи — доказательство возможности управления рисками управления ликвидности в процессах реструктуризации промышленных предприятий с применением аутсорсинга. Для достижения поставленной цели в рамках настоящей статьи решаются задачи разработки методики оценки рисков изменения текущей ликвидности в процессах реструктуризации промышленных предприятий, подтверждения практическими результатами возможности управления рисками в

процессах реструктуризации промышленных предприятий.

В качестве условного примера в рамках исследования, проведенного в 2015 г., рассмотрен практический опыт передачи функций от ОАО «Промспектр» аутсорсеру ООО «Альфа» по производству технологической оснастки и специального инструмента, в том числе штампов для плоской штамповки, литьевых форм для изготовления деталей из композитных материалов, для литья деталей из цветных металлов, изготовления деталей сложной геометрии и высокой точности для предприятий региона, выполнение

заказов и услуг предприятия ОАО «Промспектр». Наименования предприятий изменены ввиду необходимости соблюдения коммерческой тайны. Реструктуризация произведена фактически в 2003 г. Рассматриваемый подход не зависит от ее периода.

Оценка текущей ликвидности аутсорсера ООО «Альфа» и предприятия, передавшего функции на аутсорсинг в 2003 г. ОАО «Промспектр», проведена по данным балансов до реорганизации и в первый год после реорганизации и представлена в таблице 1.

Таблица 1 — Оценка текущей ликвидности

ОАО «Промспектр»		ООО «Альфа»	Два предприятия
Коэффициент текущей ликвидности	До реорганизации	После реорганизации	После реорганизации
	1,375	1,364	1,462

Коэффициент текущей ликвидности в соответствии с разработанной ав-

$$K_{т.л.} = \frac{OA}{ТП} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ + З_{тмц} + НДС_{тмц} + OA_{прочие}}{ТП}, \quad (1)$$

где OA — оборотные (текущие) активы;
ДС — денежные средства;
КФВ — краткосрочные финансовые вложения;
ТП — текущие пассивы (краткосрочные обязательства);

$Z_{тмц}$ — запасы товарно-материальных ценностей;

$НДС_{тмц}$ — налог на добавленную стоимость по приобретенным товарно-материальным ценностям, подлежащий возмещению из бюджета;

$OA_{прочие}$ — прочие оборотные активы [2].

Данный коэффициент показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть покрыта оборотными активами в краткосрочном периоде. Считается, что значение этого коэффициента

тором методикой рассчитывается по формуле:

должно находиться в диапазоне от 1 до 2. Если значение коэффициента текущей ликвидности ниже нижней границы данного диапазона, то предприятие не обладает достаточной ликвидностью в краткосрочном периоде. Если значение коэффициента текущей ликвидности выше верхней границы данного диапазона, то считается, что предприятие нерационально использует оборотные активы, но при этом признается имеющим высокую ликвидность в краткосрочном периоде.

Рассчитаем данный коэффициент для аутсорсера и организации, передающей функции на аутсорсинг.

1) для аутсорсера коэффициент текущей ликвидности рассчитаем по формуле:

$$K_{т.л. \text{ аутсорсера}} = \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{ТП_y}, \quad (2)$$

где $ДС_y$ — остаток денежных средств, приходящийся на принятые функции;

$ДЗ_y$ — дебиторская задолженность, относящаяся к принятым функциям;

$З_{ТМЦ_y}$ — запасы, относящиеся к принятым функциям;

$НДС_{ТМЦ_y}$ — налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, приходящийся на принятые ТМЦ;

$ТП_y$ — текущие пассивы (краткосрочные обязательства), приходящиеся на принятые функции.

В качестве примечания отметим, что краткосрочные финансовые вложения и прочие оборотные активы в данном случае считаются неделимым активом и остаются на балансе организации, передающей функции на аутсорсинг.

2) для организации, передающей функции на аутсорсинг, коэффициент текущей ликвидности рассчитаем по формуле:

$$K_{т.л. \text{ н.о.}} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{ТП - ТП_y}. \quad (3)$$

Интегральный коэффициент срочной ликвидности, являющийся индикатором общей срочной ликвидности раз-

$$K_{т.л. \text{ интегр.}} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{ТП - ТП_y} + \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{ТП_y}. \quad (4)$$

Финансовая эффективность по коэффициенту срочной ликвидности рассчитывается как разница между инте-

$$\Delta K_{т.л.} = \left(\frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{ТП - ТП_y} + \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{ТП_y} \right) - \quad (5)$$

$$\frac{ДС + КФВ + ДЗ + З_{ТМЦ} + НДС_{ТМЦ} + ОА_{прочие}}{ТП}$$

Очевидно, что финансовая эффективность по коэффициенту текущей ликвидности имеет место быть, когда значение $\Delta K_{т.л.} > 0$.

Результаты таблицы 1 свидетельствуют о некотором ухудшении ситуации с текущей ликвидностью реорганизованного предприятия ОАО «Промспектр» после реорганизации. При этом наблюдается благоприятная ситуация в этом аспекте у нового предприятия ООО «Альфа», которое образовалось в процессе реорганизации, за счет чего образовалась более или менее

делившихся предприятий, рассчитывается как сумма двух предыдущих показателей по формуле:

гральным показателем и коэффициентом ликвидности до реорганизации по формуле:

удовлетворительная ситуация с текущей ликвидностью при ее оценке по балансам двух названных предприятий в совокупности.

Произведем оценку риска изменения текущей ликвидности с позиции аутсорсера. При изменении величины денежных средств риск изменения текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^1_{с.л. \text{ аутсорсера}} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n}, \quad (6)$$

где n — количество процентов изменения;
 m — количество вариантов;
 P_n — вероятность изменения на n %.

Далее применяются те же обозначения. При изменении величины дебиторской задолженности (далее — ДЗ) риск изменения текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^3_{с.л.аутсорсера} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{ТП_y^2} P_n}{\sum_{n=0}^m n}. \quad (8)$$

Произведем оценку риска изменения коэффициента текущей ликвидности с позиции организации, передающей функции на аутсорсинг.

При изменении величины оставшихся или переданных денежных средств, величины краткосрочных финансовых вложений, величины дебиторской задолженности риск изменения текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^6_{с.л.н.ф.} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП - ТП_y)^2} P_n}{\sum_{n=0}^m n}. \quad (10)$$

При изменении величины текущих пассивов организации, передающей функции на аутсорсинг риск изменения

$$R^7_{с.л.н.ф.} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП - ТП_y)^2} P_n}{\sum_{n=0}^m n}, \quad (11)$$

где P_n — вероятность изменения величины текущих пассивов организации, передающей функции на аутсорсинг, на n %.

Интегральный коэффициент текущей ликвидности, являющийся индикатором общей текущей ликвидности разделившихся предприятий, рассчиты-

$$R^2_{с.л.аутсорсера} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n}. \quad (7)$$

При изменении величины текущих пассивов риск изменения текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^1_{с.л.н.ф.} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП - ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n}. \quad (9)$$

При изменении величины текущих пассивов аутсорсера риск изменения текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

вается как сумма двух предыдущих показателей.

При изменении величины оставшихся денежных средств риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^1_{с.л.интегральный} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП - ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n} \quad (12)$$

где P_n — вероятность изменения величины оставшихся денежных средств на n %.

При изменении величины переданных денежных средств риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^2_{с.л.интегральный} = - \frac{\sum_{n=0}^m n \left(\frac{1}{ТП - ТП_y} + \frac{1}{ТП_y} \right) P_n}{\sum_{n=0}^m n} \quad (13)$$

где P_n — вероятность изменения величины переданных аутсорсеру денежных средств на n %.

При изменении величины краткосрочных финансовых вложений риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^6_{с.л.интер.} = \frac{\sum_{n=0}^m n \left(\frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП - ТП_y)^2} + \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП_y)^2} \right) P_n}{\sum_{n=0}^m n}, \quad (16)$$

где P_n — вероятность изменения величины текущих пассивов аутсорсера на n %.

При изменении величины текущих пассивов организации, передаю-

$$R^7_{с.л.интер.} = - \frac{\sum_{n=0}^m n \left(\frac{ДС + КФВ + ДЗ - ДС_y - ДЗ_y - З_{ТМЦ_y} - НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП - ТП_y)^2} + \frac{ДС_y + ДЗ_y + З_{ТМЦ_y} + НДС_{ТМЦ_y}}{(ТП_y)^2} \right) P_n}{\sum_{n=0}^m n}, \quad (17)$$

где P_n — вероятность изменения величины текущих пассивов организации, передающей функции на аутсорсинг, на n %.

$$R^3_{с.л.интегральный} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП - ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n} \quad (14)$$

где P_n — вероятность изменения величины краткосрочных финансовых вложений на n %.

При изменении величины дебиторской задолженности риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

$$R^4_{с.л.интегральный} = \frac{\sum_{n=0}^m n \frac{1}{ТП - ТП_y} P_n}{\sum_{n=0}^m n} \quad (15)$$

где P_n — вероятность изменения величины дебиторской задолженности на n %.

При изменении величины текущих пассивов аутсорсера риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

щей функции на аутсорсинг, риск изменения интегрального показателя текущей ликвидности можно рассчитать по формуле:

Результаты расчетов по оценке риска изменения текущей ликвидности при изменении денежных средств для обеих сторон и в совокупности представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Оценка риска изменения коэффициента текущей ликвидности

при изменении денежных средств

Показатели	Значения при различных вариантах изменений						Итог
	1	2	3	4	5	6	
количество процентов изменения величины денежных средств	1 %	5 %	10 %	20 %	30 %	50 %	116 %
вероятность изменения величины денежных средств на п %	100 %	80 %	60 %	25 %	10 %	1 %	
<i>ОАО «Промспектр»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	
риск изменения коэффициента текущей организации, передающей функции на аутсорсинг							0,0007 %
<i>ООО «Альфа»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	9471	9471	9471	9471	9471	9471	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности аутсорсера							0,0018 %
<i>Два предприятия</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности (интегральный показатель)							0,0005 %

Результаты расчетов, представленные в таблице 2, свидетельствуют о достижении снижения риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении денежных средств (интегральный показатель составляет 0,0005 %, что ниже индивидуальных

значений аналогичных показателей по предприятиям).

Результаты расчетов по оценке риска изменения текущей ликвидности при изменении краткосрочных финансовых вложений для обеих сторон и в совокупности представлены в таблице 3.

Таблица 3 — Оценка риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении краткосрочных финансовых вложений

Показатели	Значения при различных вариантах изменений						Итог
	1	2	3	4	5	6	
количество % изменения величины КФВ	1 %	5 %	10 %	20 %	30 %	50 %	116 %
вероятность изменения величины КФВ на п %	100 %	80 %	60 %	25 %	10 %	1 %	
<i>ОАО «Промспектр»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	23979	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности							0,0007 %
<i>ООО «Альфа»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	9471	9471	9471	9471	9471	9471	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности аутсорсера							0,0018 %
<i>Два предприятия</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности (интегральный показатель)							0,0005 %

Результаты расчетов, представленные в таблице 3, свидетельствуют о достижении снижения риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении краткосрочных финансовых вложений (интегральный показате-

ль составляет 0,0005 %, что ниже индивидуальных значений аналогичных показателей по предприятиям).

Результаты расчетов по оценке риска изменения текущей ликвидности при изменении дебиторской задолжен-

ности для обеих сторон и в совокупности представлены в таблице 4.

Таблица 4 — Оценка риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении дебиторской задолженности

Показатели	Значения при различных вариантах изменений						Итог
	1	2	3	4	5	6	
количество процентов изменения величины ДЗ	1 %	5 %	10 %	20 %	30 %	50 %	116 %
вероятность изменения величины ДЗ на п %	100 %	80 %	60 %	25 %	10 %	1 %	
<i>ОАО «Промспектр»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности организации, передающей функции на аутсорсинг							0,0007 %
<i>ООО «Альфа»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	9471	9471	9471	9471	9471	9471	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности аутсорсера							0,0018 %
<i>Два предприятия</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	
риск изменения коэффициента текущей ликвидности (интегральный показатель)							0,0005 %

Результаты расчетов, представленные в таблице 4, свидетельствуют о достижении снижения риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении ДЗ (интегральный показатель составляет 0,0005 %, что ниже

индивидуальных значений аналогичных показателей по предприятиям).

Результаты расчетов по оценке риска изменения текущей ликвидности при изменении текущих пассивов для обеих сторон и в совокупности представлены в таблице 5.

Таблица 5 — Оценка риска изменения коэффициента текущей ликвидности при изменении текущих пассивов

Показатели	Значения при различных вариантах изменений						Итог
	1	2	3	4	5	6	
количество процентов изменения величины текущих пассивов	1 %	5 %	10 %	20 %	30 %	50 %	116 %
вероятность изменения величины текущих пассивов на п %	100 %	80 %	60 %	25 %	10 %	1 %	
<i>ОАО «Промспектр»</i>							
текущие пассивы, тыс.руб.	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	23 979	
риск изменения коэффициента срочной ликвидности организации, передающей функции на аутсорсинг							0,00064015 %
<i>ООО «Альфа»</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	9471	9471	9471	9471	9471	9471	
риск изменения коэффициента срочной ликвидности аутсорсера							0,00205941%
<i>Два предприятия</i>							
текущие пассивы, тыс. руб.	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	33 450	
риск изменения коэффициента срочной ликвидности (интегральный показатель)							0,00049406 %

Результаты расчетов, представленные в таблице 5, свидетельствуют о

достижении снижения риска изменения коэффициента текущей ликвидности

при изменении текущих пассивов (интегральный показатель составляет 0,000494063 %, что ниже верхнего предела значений аналогичных показателей по предприятиям).

Таким образом, результаты расчетов рисков изменения ликвидности свидетельствуют об эффективности управления рисками стратегий аутсорсинга в процессах реструктуризации ОАО «Промспектр». Улучшение показателей общей ликвидности в процессе реорганизации свидетельствует о достижении возможности устойчивого развития образовавшихся в результате реорганизации предприятий. При изменении ликвидности одного из предприятий в отрицательную сторону за счет достижения минимизации риска изменения общей ликвидности более благополучное предприятие может оказывать содействие менее благополучному по погашению краткосрочных обязательств.

Библиографический список

1. Безпалов, В. В. Механизм реструктуризации системы управления промышленным предприятием: моногр. — М.: Кнорус, 2013.

2. Выжитович, А. М. Моделирование ключевых параметров и системы оценки эффективности стратегий аутсорсинга // Экономика и предпринимательство. — 2014. — № 12. — Ч. 4. — С. 621–626.

3. Крыжановский, В. Г. Реструктуризация предприятия. — М.: ПРИОР: МАИ, 2006. — С. 4.

4. Мазур, И. И., Шапиро, В. Д. [и др.]. Реструктуризация предприятий и

компаний: справоч. пособие. — М.: Высшая школа, 2008. — С. 156.

5. Тренев, В. Н., Ириков, В. А. [и др.]. Реформирование и реструктуризация предприятия: Методика и опыт. — М., 1998. — С. 25.

6. Тутунжан, А. Х. Реструктуризация предприятий в условиях перехода к рыночной экономике. — М.: Экономика, 2000. — С. 65.

7. Франсис, Ж. Гуияр, Джеймс, Н. Келли. Преобразование организации. — М.: Дело, 2000.

Bibliographic list

1. Bezpалov, V. V. Mechanism restructuring of industrial enterprise management system: monograph. — М.: Knorus, 2013.

2. Vyzhitovich, A. M. Modelling of key parameters and systems of the estimation of efficiency of strategy of outsourcing // Journal of economy and entrepreneurship. — 2014. — № 12 (4). — P. 621–626.

3. Kryzhanovskiy, V. G. Restructuring. — М.: PRIOR, 2006. — P. 4.

4. Mazur, I. I., Shapiro V. D. [etc.]. Restructuring companies. — М.: Vyshaya Shkola, 2008.

5. Trenev, V. N., Irikov V. A. [etc.]. Reforming and restructuring enterprises: methodology and experience. — М., 1998. — P. 25.

6. Tutunjan, A. Kh. Restructuring of the enterprise under the conditions of transition to a market economy. — М.: Economics, 2000. — P. 65.

7. Francis, J. Guiyar, James, M. Kelly. Transformation of the organization. — М.: Delo, 2000.

С. П. Гризориadis

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ ТЕРРИТОРИИ НА БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Аннотация

Методика оценки инновационного потенциала электроэнергетического комплекса Ставропольского края соответствует методологическим принципам, которые были положены в основу мониторинга эффективности инновационной политики регионов ЮФО и СКФО, включающим критериальные показатели, имеющие четкую логическую структуру по техническому, технологическому, кадрово-интеллектуальному, информационному блокам. Моделирование системы инфраструктурного обеспечения оптимальных параметров региональных инновационных кластеров связано с необходимостью учета особенностей рыночной модели функционирования и институционального характера электроэнергетического комплекса, а также учета динамической составляющей социально-экономического развития территорий. В связи с этим отбор потенциально значимых инвестиционных проектов в электроэнергетическом комплексе, реализуемых в рамках государственно-частного партнерства, должен быть основан на расчете интегральных многомерных параметров прироста финансово-экономических и социально-инфраструктурных благ с учетом имеющихся ресурсных ограничений.

Ключевые слова

Инновационный потенциал, электроэнергетика, территория, государственно-частное партнерство, промышленность.

S. P. Grigoriadis

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF POWER INDUSTRY OF TERRITORY ON BASIS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

Annotation

Technic of assessment of innovative potential of electrical power complex of Stavropol region corresponds to the methodological principles which were the basis for monitoring of efficiency of innovative policy of regions of the Southern federal district and North Caucasus federal district, the including criteria indicators having accurate logical structure on technical, technological, personnel intelligently, information to blocks. Modeling of system of infrastructure ensuring optimum parameters of regional innovative clusters is connected with need of the accounting of features of market model of functioning and institutional character of an electrical power complex, and also to consider a dynamic component of social and economic development of territories. In this regard selection of potentially significant investment projects in an electrical power complex realized within public-private partnership has to be based on calculation of integrated multidimensional parameters of a gain of the financial and economic and social and infrastructure benefits taking into account the available resource restrictions.

Keywords

Innovative potential, power industry, territory, public-private partnership, industry.

Предлагаемая методика оценки инновационного потенциала электроэнергетического комплекса Ставропольского края соответствует методологическим принципам, которые были положены в основу оценки эффективности инновационной политики регионов ЮФО и СКФО. В связи с этим критериальные показатели имеют четкую логическую структуру, которая состоит из технического, технологического, кадрово-интеллектуального и информационного блоков.

Специфика функционирования электроэнергетического комплекса предопределяет необходимость разделения технико-технологической структурной составляющей инновационного потенциала на два самостоятельных блока. Технический потенциал характеризуется структурой использования и обновления основных фондов, которые являются базой для успешного внедрения в генерацию и передачу электроэнергии передовых технологий. Основными показателями в этом блоке выступают следующие: коэффициент обновления основных фондов, коэффициент выбытия основных фондов, степень износа основных фондов, удельный вес полностью изношенных основных фондов. При этом следует учитывать, что данные критерии, за исключением первого, вносят отрицательный вклад в совокупный инновационный потенциал электроэнергетического комплекса.

Технологический потенциал напрямую связан с техническим состоянием инфраструктурных возможностей электроэнергетического комплекса и показывает степень эффективности внедрения и использования передовых технологий. Поэтому критерии, включенные в данный блок, показывают инновационную активность организаций электроэнергетического комплекса Ставропольского края: доля энергетических ресурсов, производимых с использованием возобновляемых источников

энергии, в общем объеме энергетических ресурсов; удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации; удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров.

Кадрово-интеллектуальная составляющая инновационного потенциала представляет собой совокупность научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, что характеризует показатель доли затрат на НИОКР. Также необходимо учитывать качество имеющихся трудовых ресурсов (критерий «удельный вес работников с высшим образованием») и возможности повышения его квалификации в связи с внедрением новых технологий (критерий «удельный вес затрат в инвестициях, связанных с переподготовкой персонала в инновационной сфере»). Также следует отметить, что данный блок является одним из ключевых при анализе эффективности использования инновационного потенциала электроэнергетического комплекса [3].

Одним из ключевых аспектов оценки инновационного потенциала выступает его информационная составляющая, которая связана с наличием нематериальных активов, баз данных, соответствующего программного обеспечения, сетей передачи данных и т. д. Результирующим критерием будет выступать показатель доли затрат в инвестициях организаций электроэнергетического комплекса на информационные технологии.

Таким образом, предложенная структура показателей позволяет в полной мере оценить составляющие инновационного потенциала электроэнергетического комплекса Ставропольского края с учетом критериев, которые не только характеризуют инновационную активность организаций, но и позволяют проанализировать составляющие, оказывающие прямое воздействие на эффективность внедрения передовых инновационных технологий.

Исходные данные для расчетов представлены в таблице 1. Для расчета интегрального показателя инновационного потенциала электроэнергетического комплекса с целью приведения значений показателей к единому масштабу использован метод нечетко-множественного описания, алгоритм которого подробно рассмотрен. Значение интегрального показателя инновационного потенциала

электроэнергетического комплекса, равное 5,73 на 9,7 %, меньше значения инновационного потенциала Ставропольского края (6,34). Это обусловлено тем, что хозяйственная деятельность электроэнергетического комплекса связана с высокой фондоемкостью и фондовооруженностью, что обуславливает необходимость постоянного обновления основных фондов [2].

Таблица 1 — Динамика показателей, характеризующих составляющие инновационного потенциала электроэнергетического комплекса Ставропольского края [2]

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Технический				
Коэффициент обновления основных фондов, %	8,9	12,7	13,1	11,4
Коэффициент выбытия основных фондов, %	0,3	0,3	0,5	0,4
Степень износа основных фондов, %	42,0	41,9	39,2	39,2
Удельный вес полностью изношенных основных фондов, %	14,9	15,8	12,2	12,2
Технологический				
Доля энергетических ресурсов, производимых с использованием возобновляемых источников энергии, в общем объеме энергетических ресурсов, %	24,9	24,7	27,1	35,4
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, %	4,3	4,7	4,9	4,7
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, %	0,7	0,6	0,4	0,8
Кадрово-интеллектуальный				
Доля затрат на НИОКР, %	3,2	4,4	3,9	4,1
Удельный вес затрат в инвестициях, связанных с переподготовкой персонала в инновационной сфере, %	0,2	0,4	0,6	0,3
Удельный вес работников с высшим образованием, %	27,4	26,9	26,5	26,8
Информационный				
Удельный вес затрат в инвестициях на ИТТ, %	1,2	0,9	1,3	1,3

Отрицательное значение технической составляющей инновационного потенциала (-11,94) свидетельствует о недостаточности объемов инвестиционных средств, направляемых на обновление основных фондов. При этом особого внимания заслуживает значение показателя, характеризующего удельный вес полностью изношенных основных фондов.

Необходимость технического обслуживания последних отвлекает значительные финансовые ресурсы, которые можно было бы направить непосредственно на внедрение современных технологий генерации и передачи электроэнергии.

Таким образом, данная ситуация свидетельствует о том, что недостаточный уровень инновационного потенци-

ала структурообразующей отрасли является негативным фактором, который не позволяет региону, с одной стороны, эффективно использовать имеющийся потенциал, а с другой, выступает ограничением для дальнейшей диверсификации экономики Ставропольского края в сторону ее инновационного развития.

Эффективное социально-экономическое развитие субъектов РФ предполагает необходимость моделирования системы управления инфраструктурного обеспечения экономической активности, учитывающей особенности рыночной модели функционирования и институционального характера электроэнергетического комплекса. В связи с этим экономико-математическая модель должна учитывать динамическую составляющую развития социально-экономической системы, а также обладать прогностическими возможностями на основе анализа характера институци-

$$Q_{IPR} = \alpha_1 \varphi_{экон} + \alpha_2 g_{соц} + \alpha_3 h_{экол}, \quad (1)$$

где $\varphi_{экон}$, $g_{соц}$ и $h_{экол}$ — это среднearифметические значения из безразмер-

$$\varphi_{экон} = \frac{1}{3}(\varphi_1 + \varphi_2 + \varphi_3); g_{соц} = \frac{1}{2}(g_1 + g_2); h_{экол} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^{m_1} h^s. \quad (2)$$

$\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 = 1$ — это относительные коэффициенты значимости прироста экономического, социально-инфраструктурного и экологического эффекта для территории.

В результате инновационные проекты в электроэнергетическом комплексе при оценке возможности их финансирования в рамках ГЧП получают комплексную трехразмерную оценку в виде относительных характеристик эффективности.

Апробация модели была проведена на примере трех инновационных проектов, направленных на развитие электроэнергетического комплекса Ставропольского края и повышения уровня инфраструктурного обеспечения региона: 1) строительство Буденновской

ональных воздействий, которые регулируют инфраструктурную поддержку субъектов предпринимательства как факторов устойчивого развития.

Предложенная модель позволяет учитывать роль реализации инфраструктурных инновационных проектов в электроэнергетическом комплексе в обеспечении социально-экономического развития регионов на основе определения средневзвешенного значения отобранных групп показателей и дальнейшего ранжирования инновационных проектов по степени их влияния на инфраструктурное обеспечение территорий и возможности их реализации в рамках государственно-частного партнерства (ГЧП) [1].

Интегральные оценки эффективности инновационных проектов в электроэнергетическом комплексе определяются по формуле:

ных коэффициентов вкладов проекта по отобранному частным показателям:

ТЭС с парогазовыми установками (ПГУ) на территории регионального индустриального парка; 2) комплексная реконструкция и модернизация каскада Кубанских ГЭС; 3) строительство Кисловодской солнечной электростанции.

В таблице 2 приведены многомерные оценки вкладов проектов и интегральные показатели их финансово-экономической и социальной эффективности. Как видно из таблицы 2, первое место по совокупной системе критериев занимает проект по строительству Буденновской ТЭС. Он имеет высокую интегральную оценку как за счет финансово-экономической составляющей (5,205), что обуславливает и относительно высокое значение показателя бюджетной эффективности: $\varphi_3 = 1,480$,

так и социально-инфраструктурной эффективности (0,794). Проект по строительству Кисловодской солнечной электростанции, несмотря на самые низкие итоговые оценки по финансово-экономической составляющей (1,415), также является приоритетным для ре-

ализации в рамках ГЧП. Он имеет достаточную оценку по социально-инфраструктурной составляющей, так как позволит снизить дефицит электроэнергии в Минераловодском районе, а также самые высокие значения по показателю экологического воздействия.

Таблица 2 — Оценка эффективности инновационных проектов по отобранным группам [2]

Показатели	1	2	3
1. Финансово-экономическая эффективность			
1.1. Финансовая эффективность (φ_1)	2,770	1,090	0,300
1.2. Предпочтительность источников финансирования (φ_2)	0,955	0,985	0,925
1.3. Бюджетная эффективность (φ_3)	1,480	0,241	0,191
Итого по блоку 1	5,205	2,315	1,415
2. Социально-инфраструктурная эффективность			
2.1. Снижение дефицитности ресурса (g_1)	0,507	0,189	0,553
2.2. Рост благосостояния населения (g_2)	0,287	0,050	0,115
Итого по блоку 2	0,794	0,239	0,668
3. Экологический эффект ($h_{экол}$)	0,011	0,109	0,760
Интегральное значение	6,010	2,663	2,843

Таким образом, полученные результаты дают возможность обоснованного и комплексного отбора инновационных проектов, направленных на развитие региональных экономических подсистем на основе предлагаемых бизнес-планов, а также их реализации в рамках ГЧП. Универсальность модели может быть повышена за счет трансформации критериев отбора или весовых коэффициентов в зависимости от степени социально-экономического развития территории, дефицитности видов ресурсов или специфики их функционирования.

Библиографический список

1. Варнавский, В. Г. Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления // Отечественные записки. — 2004. — № 6. — С. 13–17.

2. Промышленность России. 2013 : стат. сб. — М. : Росстат, 2014.

3. Трысячный, В. И., Григориадис С. П. Формирование ресурсной базы инновационного потенциала // Вестник Сев-КавГТИ. — 2014. — № 16. — С. 86–89.

Bibliographic list

1. Varnavskiy, V. G. Public-private partnership in Russia: formation problems // Domestic notes. — 2004. — № 6. — P. 13–17.

2. Industry of Russia. 2013 : stat. compilation. — M. : Rosstat, 2014.

3. Trisyachniy, V. I., Grigoriadis S. P. Formation of resource base of innovative potential // Messenger of NCSTI. — 2014. — № 16. — P. 86–89.

М. Х. Даудов

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ РЕГИОНАЛЬНОГО ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация

В статье представлен сложный период трансформации региональных внешних и внутренних драйверов социально-экономического роста, охарактеризованы последствия введения торгово-экономических ограничений и санкций, проводится комплекс мероприятий, направленных на развитие сельского хозяйства и туристско-рекреационного комплекса, долгосрочных, стратегических проектов, которые послужат значительными драйверами социально-экономического роста, констатируется увеличение показателей турпотоков в регион.

Ключевые слова

Региональная экономика, туристско-рекреационный комплекс, развитие, результативность, трудовые ресурсы.

М. Ch. Daudov

IMPLEMENTATION OF REGIONAL PROGRAMS OF IMPORT SUBSTITUTION IN ECONOMY OF CHECHEN REPUBLIC

Annotation

Article presents a difficult period of transformation of the regional internal and external drivers of socio-economic growth, characterized by the effects of the introduction of economic and trade restrictions and sanctions, the complex of measures aimed at the development of agriculture and tourism and recreation complex, long-term, strategic projects that will serve as a significant driver of socio-economic growth, notes an increase in indicators of tourist traffic in the region.

Keywords

Regional economy, tourist and a recreation complex, development, efficiency, labor resources.

Ряд торгово-экономических ограничений и санкций, целенаправленно сформированных, чтобы обрушить отечественную экономику, не стал фатальным именно благодаря устойчивости социально-экономической системы в рамках федеральной целостности России. В последние годы экономика Чеченской Республики, как одна из инновационно развивающихся частей, субъектов Российской Федерации, демонстрирует устойчивые показатели социально-экономического роста. В рамках региона наблюдается значительный

рост развития малого предпринимательства, производственных отраслей и обрабатывающих отраслей, сельскохозяйственных территорий и крестьянского хозяйства, используются энергоэффективные технологии, новаторские организационно-управленческие платформы, способные придать существенный рост экономике и обеспечение новых рабочих мест.

Действительно, то, что за последние 5–10 лет Чеченская Республика продемонстрировала устойчивый экономический рост, и это обоснованное след-

ствие применения научно-методической выверенной программы развития исследуемой территории, как части России, но и в последнее время, отяготившись кризисным состоянием, регион демонстрирует стабильный рост, практически адекватный успешному функционированию предыдущих лет. Так, согласно данным регионального фонда статистики в Чеченской Республике наблюдается положительный результат разумного управления социально-экономической системой региона на основе взвешенного инструментария современного менеджмента, роста показателей адекватной адаптации к изменениям рынка. Даже в сложный период трансформации внешних и внутренних драйверов социально-экономического роста, Республика сумела достойно удерживать внутрисистемные отраслевые традиции надежного функционирования, покоря рубежи значительного экономического эффекта и фондоотдачи. Средний рост за 2015 г. в разрезе отраслей специализации составил более 5 %.

Динамично растущая экономика исследуемого региона нуждается в значительных финансовых инвестициях, которые, по сути, дотационный территориальный субъект получает не только в рамках целевых федеральных средств, но и внутренних и иностранных капиталовложений, показавших внушительный рост именно с развитием программ импортозамещения в регионе. Рост реального сектора экономики региона, несмотря на кризисный дисбаланс, позволил существенно уменьшить общий уровень безработицы, инициируя развитие трудового, научно-интеллектуального потенциала. В рамках программ самообеспечения регион стремится к независимости, развивая собственный производственный комплекс, показывая успехи в сельском хозяйстве и равномерное увеличение потребления.

В регионе проводится комплекс мероприятий, направленных на разви-

тие сельского хозяйства и туристско-рекреационного комплекса, реализуются долгосрочные, стратегические проекты, которые послужат значительными драйверами социально-экономического роста, детерминирующими развитие региональной системы и повышая ее устойчивость. Следует отметить, что, наряду с реализацией комплексных федеральных программ стратегического развития территории, равномерно растет показатель налоговых поступлений из Чеченской Республики в общегосударственный бюджет, показывая в общем объеме рост около 5 % в год.

Нефтедобыча и нефтепереработка, как основные отрасли, сырьевые артерии, получившие наибольшее развитие в рамках исследуемого региона, должны быть дополнены, как статьи регионального стратегического развития иными сферами, которые позволят проявить наиболее значимые конкурентные преимущества, обеспечить долгосрочное устойчивое функционирование. Промышленность нефтедобычи, как и иные сырьевые отрасли экономики нашей огромной страны, в рамках дальнейшего фундаментального развития предполагают постепенное отстранение от нефтегазовой направленности, и это общероссийская тенденция. Чеченская Республика обладает массой потенциальных преимуществ, среди которых:

- развитие аграрной инфраструктуры, позволяющей обеспечить наибольшую урожайность сельскохозяйственных операций;
- развитие трудового потенциала;
- развитие обрабатывающих производств;
- экологическая стабильность;
- развитие энергосберегающих технологий.

Развитие инфраструктуры обеспечит не только технико-технологическую часть экономического роста, но и оптимизацию процессов производства и доставки сельскохозяйственной продук-

ции. Конкуренспособная продукция не может существенно наращивать стоимость по пути доведения до конечного потребителя, поэтому залогом результативности продукции аграрного комплекса должно служить не только исключительно высокое качество.

В мире происходят глобальные изменения, но, четко представляя всю сложность перестройки экономики в результате экономической войны и санкций Евросоюза, необходимо подчеркнуть, что они создают благоприятный фон для развития программ рационального импортозамещения, способных инициировать уверенный рост ориентации на внутренние потребности. Львиная доля присутствия сырьевой направленности ошибочна в рамках стратегической региональной политики роста, не приносит долговременного результата и не предполагает справедливого рыночного развития, что научно подтверждается на протяжении последних лет. Ориентируясь на опыт ведущих мировых держав, заочно адаптированный под нужды регионального импортозамещения, следует отметить, что региональная социально-экономическая система нуждается в независимом развитии инфраструктуры, обеспечивающих отраслей, так как подождать результата от текущих управленческих решений и федеральных целевых программ придется в течение еще нескольких лет и главное, чтобы вспомогательные отрасли были наготове обеспечивать растущие потоки товаров.

В направлении развития инфраструктурного обеспечения симбиоз экономических интересов, ориентированных на экономический эффект, позволяет выявить и первоочередно обеспечить оптимальное развитие производственного комплекса и обслуживающих отраслей. В данном отношении необходимо подчеркнуть, что гарантировать высокую результативность может лишь комплексное региональное развитие,

многогранное и научно выверенное, построенное на примерах успешной реализации интеграционных проектов внутри страны и за ее пределами. Избежать диссонанса в данном процессе достаточно сложно, особенно в отношении тех отраслей, которые обозначены убыванием конкурентного продукта со стороны Украины, освободив на рынках соседних регионов ниши определенных продуктов.

Высокий уровень безработицы, который, к сожалению, сформирован на значении 13 % на конец 2015 г., помогает на федеральном уровне нивелировать комплексные мероприятия по реализации благоприятных экономических преобразований и развитию отечественного хозяйственного комплекса. Таким образом, ситуация с санкциями является переломным моментом, вынужденным, но успешным решением к изменению спроса и развитию внутреннего рынка.

Политика санкционного воздействия не может быть эффективной, причем в любой ситуации можно найти положительные решения, или, как происходит сейчас, реализовать уже давно научно обоснованные и теоретико-эмпирически выверенные исследовательские решения. Ведь сырьевая направленность экономики не имеет стратегических перспектив, а истощает ресурсы и корректирует природные условия, но таким образом невозможно добиться долгосрочного эффекта и результативности развития. Действительно, необходимо восстанавливать потенциал импорто ориентированных отраслей. При этом надо отметить, что Чеченская Республика была еще во время советской власти входила в ряд субъектов федерации, имеющих стратегическое значение, то есть в данном случае обладают значительным с экономической точки зрения нефтегазовым потенциалом, который с течением времени был значительно разрушен вследствие военных действий. Восстановительные

работы позволили ввести в эксплуатацию более половины объектов нефтеперерабатывающего комплекса, но до сих пор определенные мощности необходимо обеспечивать финансовыми дотациями, для того чтобы использовать их, развивая нефтегазовую отрасль.

Санкционные методы, примененные против нашей страны, заставили все регионы бороться, чтобы народное хозяйство огромного государства не дрогнуло под воздействием кризиса, ведь экономические войны несут именно разрушительную цель. Поэтому направить финансирование именно на реализацию энергоемких технологий, позволяющих существенно повысить эффективность производственных процессов, достаточно трудная задача, но таким образом, возможно развивать региональную политику, реализуя научно обоснованные и результативные программные решения, реализуя необходимые относительно не только самообеспечения, но и востребованные на внешнем рынке продукты и технологии.

Понятно, что кризисные явления в экономике России, связанные с введением против нашей страны санкций, и сложная ситуация в мировой экономике, не могли не сказаться на региональной экономике. Однако предварительные итоги уходящего года вселяют оптимизм и веру в то, что скоординированные действия органов власти и четкая реализация политики руководства республики позволили смягчить или минимизировать воздействие кризиса на экономику Чеченской Республики. Понятно также и то, что какие бы действия ни предпринимали региональные власти, отдельные негативные факторы не могут не коснуться каждого субъекта России. На стадии реализации в 2015 г. находились 37 инвестиционных проектов общей стоимостью более 203 млрд руб. Наиболее крупные — строительство спортивно-оздоровительного туристического комплекса «Грозненское море»,

комплекса «Шали-Сити», всепогодного горнолыжного курорта «ВЕДУЧИ», Грозненской ТЭС, инновационного строительного технопарка «Казбек», многофункционального комплекса «Башня Ахмат» и т.д. Эти проекты позволят создать около 7 тысяч новых рабочих мест. Реализация указанных инвестиционных проектов обеспечит республику собственной конкурентоспособной продукцией, создаст экономический эффект для республиканского бюджета в отношении формирования доходной части по налогам, отчисляемым в региональный бюджет, позволит улучшить инвестиционную привлекательность Чеченской Республики, а также будет способствовать повышению уровня инновационного развития и соответственно конкурентоспособности, которые являются на сегодняшний день приоритетными задачами для социально-экономического развития [6].

Придавая понимание экономической взаимосвязи регионов и места в нем Чеченской Республики в первую очередь в интересах программ регионального импортозамещения, насыщения отечественного рынка, необходимо подчеркнуть, что в Республике реализуется ряд проектов высокой социально-экономической значимости, способных обеспечить высокий рост экономической значимости региона. Необходимо констатировать, что присутствие в регионе высококультурных наследий и прекрасных природно-климатических условий существенно привлекательно для развития туристско-рекреационного комплекса, который во время этого кризиса показывает стабильный ежегодный прирост. Все больше туристов отправляются на озеро Кезенойам, завораживающее красотой, находящееся на высоте 1800 метров, в горах на юго-востоке Республики, где реализуется строительство и ввод в эксплуатацию современных гостиниц и коттеджей, готовых принять туристов со всей страны.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чеченской Республике в 2015 г. цены на потребительском рынке выросли на 114,8 %: промышленные товары подорожали на 5,4 %, а сельскохозяйственная продукция на 14,4 %. Северо-Кавказский федеральный округ занимает 1,0 % территории России, на его долю приходится 6,6 % населения страны. Сводный индекс цен на продукцию инвестиционного назначения повысился на 4,9 %. Средняя номинальная заработная плата за 2015 г. уменьшилась по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 0,3% и составила 21877,7 руб., в реальном выражении — 84,3 %. Численность населения Чеченской Республики на 1 декабря 2015 г. увеличилась на 22,7 тыс. человек, а к ноябрю 2015 г. естественный прирост населения составил 23439 человек. Объем продукции сельского хозяйства по данным в хозяйствах всех категорий в 2015 г. составил 17221,7 млн руб., тогда как в 2014 г. он составлял 105,9 %. Перевезено грузов транспортом в 2015 г. на 7,0 % больше, чем за соответствующий период предыдущего года. Грузооборот уменьшился на 2,4 %. Уменьшился за прошлый год и индекс промышленного и обрабатывающего производства, добыча полезных ископаемых, производство и распределение электроэнергии, газа и воды [3].

Следует отметить, что для Чеченской Республики развитие туристско-рекреационного комплекса в данный момент высокоактуально, но и более десяти лет назад данный потенциал природно-климатических условий так же рассматривался, но не являлся первоочередной задачей, так как восстановительный рост необходим был другим стратегически важным отраслям, ведь экономика исследуемого субъекта существенно пострадала во время военных действий. И теперь туристический бизнес приобретает новую актуаль-

ность, научно базирующуюся на масштабных исследованиях и методической практике и нуждающуюся в реализации потенциально выгодных условий. Значение, которое данная отрасль приобретает сейчас, невозможно игнорировать, учитывая тот факт, что в России освободился огромный сегмент отдыхающих, для услуговой категории которых в турбизнесе в наибольшей степени подходили Турция и Египет, теперь недоступные российским туристам. Образовалась определенная рыночная ниша неудовлетворенного спроса, или туристов, временно дезориентированных в выборе путешествий, и таким образом сформирована экономическая обоснованность развития курортной зоны, транслируя методы наиболее доступные практике бенчмаркинга, проектов успешно реализованных ранее на российской территории. Речь не идет о слепом копировании, ведь заключение о совершенстве механизмов не может быть однозначно принято вне периода адаптации.

В Чечне отмечается увеличение турпотока. Только за первый квартал 2016 г. Чечню посетили 20 тысяч туристов, в то время как за весь 2015 г. эта цифра составила 62 тысячи. Чечню посещали туристы как из регионов России, так и стран ближнего и дальнего зарубежья, в регионе увеличивается количество и расширяется география туристических маршрутов. На данный момент их 16, но в перспективе планируется ввести еще два — веломаршрут через Аргунское ущелье и конный маршрут из Итум-Калинского района в Веденский. Кроме того на правительственном уровне разрабатывается возможность создания новых туристических маршрутов для жителей Китая, Москвы и Санкт-Петербурга. В республике зарегистрировано 222 памятника истории, культуры, архитектуры и градостроительства, среди которых озеро Кезеной-Ам, памятник Зелимхану Ха-

рачоевскому рядом с водопадом Девичья коса, древние городища в селениях Хой, водопады в селах Буни и Босхой и пик Босхой-Лам [1].

Именно на российских туристов ориентировано развитие горнолыжных курортов, включая реконструкцию дорог, строительного-монтажных работ, а ведь несколько лет назад данное направление существовало вообще с исключительно проектной стороны, теперь существуют предпосылки к наращиванию оборотов развития горнолыжного бизнеса, так как трудолюбие народа и человеческий потенциал снова позволили реализовать исследуемому региону экономическое чудо.

Великолепие природы Кавказских гор венчает зимний курорт Ведучи, который был недавно открыт и направлен не только на развитие самого курорта, но и взаимное отраслевое обеспечение вспомогательной инфраструктуры, полноценное использование трудового потенциала и культурного наследия. Развитие сельскохозяйственной промышленности, в первую очередь натуральных продуктов питания, в качестве одной из обеспечивающих туристско-рекреационный комплекс отраслей, также несет перспективы создания новых рабочих мест.

Библиографический список

1. В 2016 г. Чечню посетили 20 тысяч туристов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.chechnya.rusplt.ru/index/2016-godu-chechnyu.

2. Ерошкина, Л. А. Становление и развитие межбюджетных отношений // Финансы. — 2012. — № 7. — С. 10–14.

3. Индексы промышленного производства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.gks.ru.

4. Минько, Э. В., Минько, А. Э. Методы прогнозирования и исследования операций. — М. : Финансы и статистика, 2012.

5. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 г. : [утв. Правительством РФ 31.01.2013].

6. 2015 г.: Итоги и оценки [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.grozny-inform.ru/news/express/67151.

Bibliographic list

1. In 2016 Chechnya was visited 20 thousand tourists [Electronic resource]. — Mode of access : www.chechnya.rusplt.ru/index/2016-godu-chechnyu.

2. Eroshkina, L. A. Formation and development of inter-budgetary relations // Finance. — 2012. — № 7. — P. 10–14.

3. Industrial production indices [Electronic resource]. — Mode of access : www.gks.ru.

4. Minko, E. V., Minko, A. E. Forecasting methods and operations research. — M. : Finance and statistics, 2012.

5. Main activities of Government of Russian Federation for the period until 2018 : [approved by Government of Russian Federation from 31.01.2013].

6. 2015: Results and evaluation [Electronic resource]. — Mode of access : www.grozny-inform.ru/news/express/67151.

К. Ф. Механцева

**СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ
ПРОЦЕССОВ УСТОЙЧИВОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Аннотация

В статье на основе анализа современных требований к построению систем менеджмента качества предлагается выделять в процессной модели промышленных предприятий на уровне процессов управления такие два ключевых процесса, как управление устойчивым развитием и управление инновационным развитием. Современная процессная модель предполагает применение цикла PDCA, что и легло в основу предлагаемых моделей двух ключевых процессов. Обе модели позволяют идентифицировать деятельность в каждом процессе, реализуя таким образом возможность повышения результативности и эффективности промышленного предприятия в целом.

Ключевые слова

Промышленное предприятие, устойчивое развитие, инновационное развитие.

К. Ph. Mechantseva

**MODERN POSSIBILITIES OF SUSTAINABLE AND INNOVATIVE
DEVELOPMENT PROCESSES MODELING ON INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Annotation

In article on the base on the analysis of current requirements for quality management system building the author proposed to extract in the industrial enterprise process model on the management processes level such two key processes as the process of sustainable development management and innovative development management. Modern process model involves the use of PDCA cycle, which formed the basis of the proposed models of two key processes. Both models allow the identification of activities in each process, thus realizing an opportunity to improve the effectiveness and efficiency of industrial enterprise in the whole.

Keywords

Industrial enterprise, sustainable development, innovative development

Критические изменения экономической ситуации в мире как никогда требуют от современного бизнеса новизны, гибкости и толерантности «со скоростью мысли». Если в прошлом веке деятельность организации была сосредоточена на производстве, его поставщиках и потребителях, то новый век существенно расширил границы самих предприятий и организаций, диверсифицируя деятельность за счет управления совершенно иными объектами: изменениями, инновациями, энергоэффективностью, рисками, устой-

чивым развитием и т. д. [15]. Громоздкость функционального подхода к управлению очевидна. Процессный подход к управлению, являясь основной для моделирования и анализа деятельности современных организаций, становится одним из самых действенных инструментов повышения эффективности бизнеса. Многочисленные и весьма разновекторные взгляды на его реализацию как теоретиков, так и практиков свидетельствуют о его востребованности и требуют обобщения [17]. С этих позиций концепция

TQM, реализованная в семействе стандартов ISO 9000, превратилась в уникальную площадку, на которой формируется новое знание о процессном подходе.

Стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [14] является базовым в семействе стандартов 9000 и содержит теперь не только представления о процессном подходе, но и модель процесса. Действующая в настоящее время версия стандарта (пятая), была опубликована в 2015 г. Четыре предыдущие версии публиковались соответственно в 1987, 1994, 2000 и 2008 гг. При этом принципиальные изменения на концептуальном уровне документ претерпел в 2000 г. — категория «качество» из экономической превратилась в экономико-статистическую за счет нового определения, а 22 элемента системы менеджмента качества были заменены процессным подходом. Не менее революционные изменения произошли и в версии 2015 г., которая существенно развивает представления о процессном подходе, отраженные в следующих ключевых изменениях:

- менеджмент процессов включает цикл «планируй — делай — проверяй — действуй» (PDCA) и риск-ориентированное мышление; впервые в стандартах приведено схематичное изображение любого процесса с иллюстрацией взаимосвязи его элементов;

- цикл PDCA может быть реализован в каждом процессе, а также для всей системы менеджмента качества, что «позволяет организации обеспечить ее процессы необходимыми ресурсами, осуществлять их менеджмент, определять и реализовывать возможности для улучшения»;

- введено понятие «среда организации», которое неразрывно связано с системой менеджмента качества и ее процессами, а также требованиями всех заинтересованных сторон.

В соответствии с требованиями раздела 8 «Деятельность на стадиях жизненного цикла продукции и услуг»

предприятие должно «планировать, внедрять процессы, необходимые для выполнения требований к поставке продукции и предоставлению услуг», а также «осуществлять управление этими процессами».

Точечный анализ ISO 9001 2015 г. показывает, что современные системы менеджмента качества эволюционируют именно на основе процессного подхода. Теперь не только система процессов, но и сам процесс опираются на методологию PDCA «планируй — делай — проверяй — действуй», тем самым концентрируя внимание на последовательности действий процесса, которые не упоминаются в его определении. Тогда с позиции моделирования любого процесса возникает необходимость расширения представлений о процессном подходе и его ключевых определений, а моделирование процесса может быть реализовано путем представления деятельности в процессе по этапам цикла PDCA.

Практика российских промышленных предприятий, реализующих процессный подход при построении систем менеджмента качества и не только их, весьма обширна. Исследования показывают [18], что чаще всего процессная модель включает три группы процессов: основные (базовые) процессы, обеспечивающие (вспомогательные) процессы и процессы менеджмента, в то время как несколько лет назад встречалось разделение на две группы — добавляющие ценность и не добавляющие ценность. Анализ интегрированных систем менеджмента качества показывает [20], что группа процессов менеджмента расширяется в зависимости от интеграции систем, построенных на базе дополняющих стандартов, совместимых с семейством ISO 9000. Тогда совершенно логично именно к этой группе процессов — группе процессов менеджмента — отнести и процессы «управление устойчивым развитием» и «управление инновациями» [16, 17].

Процесс «управление устойчивым развитием» является в соответствии с BS 8900:2006 [2, 3] «возможностью для инноваций», поэтому мы считаем его приоритетным в паре процессов «управление устойчивым развитием» и «управление инновациями». Процесс «управление устойчивым развитием» может быть разработан на основе BS 8900:2006, в котором сформулированы требования к реализации принципов устойчивого развития на основе определения задач и соответствующей им программы устойчивого развития организации с выделением причастных сторон и ресурсов. Там же представлен пример матрицы зрелости устойчивого развития, позволяющий оценить результаты управления устойчивым развитием организации. В поддержку данному стандарту может выступать и Руководство по отчетности в области устойчивого развития [7], в котором «предложены принципы отчетности, раскрытия информации и стандартные рекоменда-

ции для подготовки отчетов по устойчивому развитию организаций независимо от их размера, отрасли или расположения». В Руководстве также представлено международное справочное пособие для всех тех, кто заинтересован в раскрытии экологических, социальных и экономических показателей и взаимоотношений с другими организациями. В дочернем стандарте BS 8901:2009 [3] указано, что «организация должна определить, документально оформить, реализовать, поддерживать и совершенствовать систему управления устойчивым развитием в соответствии с требованиями, а также определить способы выполнения этих требований», что в свете реализации процессного подхода по ISO 9001:2015 позволяет говорить о процессе «управление устойчивым развитием» как о наилучшем управленческом решении [10]. Наиболее значимая часть модели процесса с точки зрения его реализации представлена нами в таблице 1.

Таблица 1 — Моделирование процесса «управление устойчивым развитием» в цикле PDCA

Plan (планируй)
идентификация заинтересованных сторон и их потребностей; формирование (пересмотр) миссии предприятия; разработка (корректировка или актуализация) политик; разработка (корректировка или актуализация) организационной стратегии развития; разработка (корректировка или актуализация) системы измеримых целей устойчивого развития, включающей риски; формирование программы устойчивого развития организации
Do (делаю)
развертывание целей в области устойчивого развития организации; реализация деловых (бизнес-стратегий) и функциональных стратегий; реализация среднесрочных проектов; разработка (корректировка или актуализация) сети процессов и самих процессов
Check (проверяю)
мониторинг системы измеримых целей устойчивого развития, включающей риски
Action (действую)
формирование (и возможно) регистрация Отчета об устойчивом развитии организации

Выделенный процесс «управление инновациями» является чрезвычайно востребованным для российских промышленных предприятий, поскольку поддержка инновационной деятельно-

сти остается одним из самых актуальных вопросов в научной и бизнес-среде, а также на государственном уровне. Реализация принятой в 2011 г. Стратегии инновационного развития РФ до 2020 г.

[19] позволила России подняться в рейтинге INSEAD [12] с 52-го места в 2011 г. на 49-е в 2014, однако кризис 2014 г. приравнял вопрос управления инновациями к условию выживания российских промышленных предприятий в новых экономических условиях.

В отличие от управления устойчивым развитием, методология управления инновациями имеет в своем арсенале не только богатую историю, но и целый набор моделей — модель технологического толчка [5], совмещенную модель инновационного процесса [11, 6], цепную модель [9], японскую модель [8], интеграционную и сетевую модель [1], модель инновационного отбора «Ворота» [4], модель создания нового знания [13] и др. Однако конвергенция этих достижений пока не произошла на уровне европейских стандартов [21].

Заявленная ISO серия стандартов в области менеджмента инноваций еще не разработана, хотя структура ее определена и включает 7 частей: Вступление и терминологию, Инструменты оценки инноваций, Управление креативностью, Менеджмент Взаимоотношений, Руководство по применению проектного мышления в качестве стратегической методологии устойчивых инноваций, Стратегическое управление знаниями. В стандарте ISO 9000:2015 инновация определена как «новый или измененный объект, создающий или перераспределяющий ценность», а в примечании указано, что «деятельность, результатом которой является инновация, как правило, управляема», поэтому наиболее значимую часть данного процесса мы предлагаем реализовать в следующей последовательности действий (табл. 2).

Таблица 2 — Моделирование процесса «Управление инновациями» в цикле PDCA*

Plan (планируй)
маркетинговое исследование (классификация известных потребностей); маркетинговое исследование (выявление потребностей); формирование набора характеристик продукции (product), услуги (service), технологии (technology), процесса (process) или системы (management system); маркетинговое исследование (классификация выявленных потребностей); формирование набора показателей
Do (делай)
разработка предложения инновации на основе изменения структуры характеристик; разработка проекта внедрения инновации; оценка эффективности проекта внедрения инновации, включая риски; реализация проекта внедрения инновации; разработка товарной политики; установление уровня и определение динамики изменения цены; разработка программы продвижения; разработка программ сбыта
Check (проверяй)
анализ системы показателей качества, результативности и рисков; идентификация методов анализа показателей качества; группировка показателей качества по характеристикам продукции (product), услуги (service), технологии (technology), процесса (process) или системы (management system)
Action (действуй)
установление нормативных документов по стандартизации и применению правил, норм и требований, обеспечивающих скорейшее распространение инноваций в организации; совершенствование деятельности предприятия на уровне подпроцессов, процессов, сети процессов; итоговое координирование мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия

Процессный подход на современном этапе, превратившись в требование к системам менеджмента качества, стал общепризнанным инструментом моделирования деятельности современных промышленных предприятий и организаций, нацеленных на долгосрочный и устойчивый успех. Его применение в рамках предыдущих версий семейства стандартов ISO 9000 эволюционировало от моделей процесса производства продукции через цепочку основных процессов до системы процессов с переносом акцентов в последней на процессы менеджмента и, таким образом, модели организации в целом. Впервые стандарты ISO, разработанные на платформе SL, дают возможность не только интеграции подсистем менеджмента, но и на основе стратегического видения направлений развития распространить практику моделирования на процессы, реализующие последние научные и практические достижения в самых разных областях знаний. Риск-ориентированное мышление на уровне процессов планирования может стать действенным инструментом фильтрации упомянутых выше достижений, что поможет промышленным предприятиям избежать серьезных потерь на пути реализации стратегии их развития.

С этих позиций наиболее актуальными задачами процессного моделирования в системах менеджмента промышленных предприятий станут:

1) идентификация процессов управления помимо регламентированных группами стандартов, гармонизированных с семейством 9000, которые теперь могут быть обозначены как «процессы управления развитием», поскольку именно эта группа представлена в ISO 9001:2015 наибольшим числом процессов;

2) идентификация входов и выходов процессов управления развитием в соответствии с моделью процесса по ИСО 9001:2015 как взаимосвязей, обес-

печивающих целостность системы процессов;

3) оценка сбалансированности системы процессов с точки зрения достижения запланированных результатов.

Решение именно этих задач в кризисный период российской экономики обеспечит промышленным предприятиям не только и не столько их выживание, сколько именно дальнейшее развитие.

Библиографический список

1. Example of systems integration and networking model. Source: Trott (1998), cited in Mahdi (2002, Ref. 61, p. 45).

2. BS 8900:2006 «Guidance for managing sustainable development».

3. BS 8901:2009 «Specification for sustainability management system for events».

4. Cooper, R. G. Winning at new products. Accelerating the process from idea to launch. — Cambridge (MA) : Perseus Publishing, 2001.

5. Dodgson, M., Rothwell, R. (eds.). Handbook of industrial innovations. — Aldershot : Brookfield, 1994.

6. Freeman, C. National system of innovation // Historical perspective. Cambridge Journal of Economics. — London : Pinter, 1995.

7. GRI Sustainability Reporting Guidelines (G4).

8. Imai, K., Nonaka, I., Takeuchi, H. Managing the new product development game. Uneasy Alliance. — Boston : Harvard Business School Press, 1985.

9. Kline, S. J., Rosenberg, N. Overview of innovation // Positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth / ed. by R. Landau and N. Rosenberg. — Washington : National Academy Press, 1986.

10. Mekhantseva, K. Organization quality and sustainable development management board: statistical model & it's realization // Recent economic crisis and future development tendencies: proceedings

of 7th International conference of association of economic universities of South and Eastern Europe and the Black Sea Region (ASECU. — Rostov-on-Don, 2011).

11. Rothwell, R. Towards the Fifth-generation innovation process // *International marketing review*. — 1994. — № 1. — Vol. 11. — P. 7–31.

12. Global innovation index 2014 [Electronic resource]. — Mode of access : www.globalinnovationindex.org.

13. Trott, P. Innovation management and new product development. — 3rd ed. — New York : Pearson Education Limited, 2005.

14. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Требования : [утв. Приказом Росстандарта № 1391-ст от 28.09.2015].

15. Механцева, К. Ф. Статистическое моделирование качества организации: теория, методология, практика : дисс. ... д-ра экон. наук. — Ростов н/Д, 2008.

16. Механцева, К. Ф. Статистическое моделирование реализации стратегии современного промышленного предприятия на основе процессного подхода // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. — 2015. — № 2 (50). — С. 100–107.

17. Механцева, К. Ф., Карпова, О. К., Юрков, А. А. Экономическое моделирование процессов управления современных организаций в аспектах инновационного и устойчивого развития. — Ростов н/Д, 2012.

18. Скрипко, Л. Е. Процессный подход в управлении качеством : учеб. пособие. — СПб. : изд-во СПбГУЭФ, 2011.

19. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. : [утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации № 2227-р от 08.12.2011].

20. Хохлачева, С. В. Самооценка интегрированной системы менеджмента качества // *Методы менеджмента качества*. — 2015. — № 4.

21. Хохлявин, С. А. Менеджмент инноваций на основе европейских стандартов // *Мир стандартов*. — 2015. — № 1.

Bibliographic list

1. Example of a systems integration and networking model. Source: Trott (1998), cited in Mahdi (2002, Ref. 61, p. 45).

2. BS 8900:2006 «Guidance for managing sustainable development».

3. BS 8901:2009 «Specification for a sustainability management system for events».

4. Cooper, R. G. Winning at new products. Accelerating the process from idea to launch. — Cambridge (MA) : Perseus Publishing, 2001.

5. Dodgson, M., Rothwell, R. (eds.). Handbook of industrial innovations. — Aldershot : Brookfield, 1994.

6. Freeman, C. National system of innovation // *Historical perspective*. Cambridge Journal of Economics. — London : Pinter, 1995.

7. GRI Sustainability Reporting Guidelines (G4).

8. Imai, K., Nonaka, I., Takeuchi, H. Managing the new product development game. Uneasy Alliance. — Boston : Harvard Business School Press, 1985.

9. Kline, S. J., Rosenberg, N. An overview of innovation // *Positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth* / ed. by R. Landau and N. Rosenberg. — Washington : National Academy Press, 1986.

10. Mekhantseva, K. Organization quality and sustainable development management board: statistical model & it's realization // *Recent economic crisis and future development tendencies: proceedings of 7th International conference of association of economic universities of South and*

Eastern Europe and the Black Sea Region (ASECU). — Rostov-on-Don, 2011.

11. Rothwell, R. Towards the Fifth-generation innovation process // International marketing review. — 1994. — № 1. — Vol. 11. — P. 7–31.

12. Global innovation index 2014 [Electronic resource]. — Mode of access : www.globalinnovationindex.org.

13. Trott, P. Innovation management and new product development. — 3rd ed. — New York : Pearson Education Limited, 2005.

14. GOST P ISO 9001-2015. National standard of Russian Federation. Quality management system. Requirements : [Order of Rosstandart № 1391 from 09.28.2015].

15. Mekhantseva, K. Ph. Statistical modeling of quality of the organization: theory, methodology, practice : diss. of Dr. of economic sciences. — Rostov-on-Don, 2008.

16. Mekhantseva, K. Ph. Statistical modeling of realization of strategy of the

modern industrial enterprise on the basis of process approach // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2015. — № 2 (50). — P. 100–107.

17. Mekhantseva, K. F., Karpova, O. K., Yurkov, A. A. Economic modeling of management processes of the modern organizations in aspects of an innovative and sustainable development. — Rostov-on-Don, 2012.

18. Skripko, L. E. Process approach in quality management. — SPb. : Publishing house of SPSUEF, 2011.

19. Strategy of innovative development of Russian Federation for the period till 2020: [Order of Government of Russian Federation № 2227-r from 12.08.2011].

20. Hokhlacheva, S. V. Self-assessment of integrated quality management system // Quality management methods. — 2015. — № 4.

21. Hokhlyavin, S. A. Management of innovations on the basis of the European standards // World of standards. — 2015. — № 1.

М. А. Пономарёва, Р. В. Шеховцов, Л. Р. Хайбуллин

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРИОРИТЕТОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Аннотация

В статье обосновывается необходимость совершенствования используемых в российской практике подходов к определению стратегических приоритетов социально-экономического развития региона, показаны место и роль системы приоритетов в процессе разработки социально-экономической политики региона, рассмотрена зарубежная практика и подходы к формированию приоритетов социально-экономического развития региона, предложены основные направления совершенствования методологии формирования согласованной системы приоритетов социально-экономического развития региона.

Ключевые слова

Регион, социально-экономическая политика региона, стратегические приоритеты развития, стратегическое управление, социально-экономическое развитие.

M. A. Ponomariova, R. V. Shekhovtsov, L. R. Khaibullin

IMPROVEMENT OF METHODOLOGY OF FORMATION OF STRATEGIC PRIORITIES SOCIO-ECONOMIC POLICY OF REGION

Annotation

The necessity of improving susche-sponding today in the Russian practice approaches to the definition of strategic priorities of socio-economic development of the region; shows the place and role of the system of priorities in the general procedure of development of socio-economic policies in the region, considered foreign practice and approaches to their identification; The basic directions of improvement of methodology of formation of a coherent system of priorities of socio-economic development of the region.

Keywords

Region, socio-economic policy in the region, the development of strategic priorities, strategic management, socio-economic development.

Проблема определения системы приоритетов экономической политики, реализуемой в российских регионах, является одной из ключевых в рамках развивающего стратегического управления в Российской Федерации и ее субъектах. Объективно выделение приоритетных направлений социально-экономического развития региона (как и страны в целом) обусловлено ограниченностью имеющихся ресурсов как бюджетных, так и частного сектора. Это требует их целенаправленной аккумуляции на относительно небольшом количестве «точек роста» региональной экономики, которые могли бы дать максимальную отдачу за счет реализации мультипликативных эффектов.

Однако выбор приоритетов — это не только концентрация всегда ограниченных ресурсов на тех или иных первоочередных проблемах, но и возможность гибко реагировать и «настраивать» систему стратегического управления исходя из меняющихся внешних условий и целей управления верхнего уровня. Например, в европейской практике существует такое понятие, как «движущаяся цель», суть которого состоит в замене жестких планов (программ проектов) достижения поставленных целей системой приоритетов, «...чтобы принципы эко-

номического развития были успешными, важно, чтобы они имели приоритеты и были в состоянии демонстрировать потенциальный положительный длительный экономический результат своих мероприятий — прямых или косвенных, кратко-, средне- или долгосрочных» [5]. Однако в российской практике определение таких приоритетов связано с целым набором трудностей и противоречий, среди которых, в частности, отсутствие единого методологического подхода формирования обоснованных приоритетов реализуемой политики. До настоящего времени большинство регионов определяли такие приоритеты скорее интуитивными, экспертными методами, что часто приводило к закреплению из года в год одних и тех же приоритетов, имеющих чаще всего отраслевую природу. В результате, выбранные приоритеты не зависели от меняющихся внешних обстоятельств и абсолютно не отражали реально реализуемую государственную политику.

Решение проблемы разработки и выбора приоритетов особенно актуализировалось в современных условиях, когда в РФ и регионах запущен процесс корректировки принятых стратегий долгосрочного развития и разработки новых на период до 2030 г., учитывая

фундаментальные изменения в геополитике, макроэкономике и научно-техническом развитии, а также накопленный в РФ опыт [7].

Методология определения приоритетов экономической политики региона не может рассматриваться и применяться изолированно от всего процесса разработки, поскольку приоритеты являются одним из элементов экономической политики, они напрямую зависят от системы целеполагания социально-экономического развития региона и должны быть вписаны в общий алгоритм ее разработки. Кроме того, приоритеты должны максимально учитывать внутрирегиональные мультипликативные эффекты и быть увязанными с общенациональными приоритетами.

В самом общем виде экономическая политика представляет собой систему принципов, целей и мер, реализуемых правительством (органом исполнительной власти) в отношении ресурсов, процессов и качества функционирования и развития экономики. Экономическая политика — это:

- система действий государственных институтов, нацеленных на изменение сложившейся ситуации в социально-экономической сфере, корректировку тех или иных протекающих в ней процессов [2] (В. Ойкен);

- государственное регулирование таких независимых переменных, как предельная склонность к потреблению и сбережению, ставки процента и т. д., а через них — занятость и национальный доход [2] (Дж. Кейнс);

- генеральная линия действий и совокупность мер, проводимых правительством от лица государства в области производства, распределения, обмена, потребления, накопления, экспорта, импорта экономического продукта в стране. Складывается из бюджетной, структурной, инвестиционной, ценовой, финансово-кредитной, внешнеэкономической, социальной, институциональной

политики, а также политики в области труда и занятости [4].

Таким образом, экономическая политика является инструментом, способом осуществления государственного регулирования экономики. По определению, ее основной, общей целью является обеспечение стабильного и непрерывного социально-экономического развития местного сообщества за счет реализации ряда мер, направленных на предотвращение или сглаживание возможных негативных явлений и процессов. Данная общая цель должна быть конкретизирована на каждом этапе управленческого цикла в зависимости от складывающейся в регионе и внешнем мире ситуации.

Конкретизация целей экономической политики на каждом этапе возможна путем анализа сложившейся социально-экономической ситуации и ее прогноза по основным макроэкономическим показателям. Так как классическими целями государственного регулирования экономики является обеспечение «устойчивого роста производства, поддержание эффективного размера занятости, стабилизация уровня цен и обеспечение внешнеторгового баланса» [8], то наиболее общими объектами экономической политики государства соответственно являются экономический рост, инфляция, безработица и инвестиционная активность. Определение же конкретных целей экономической политики региона на очередном этапе управленческого цикла может осуществляться укрупненно на основе анализа динамики показателей, характеризующих данные объекты. Хотя в настоящее время количество объектов государственного регулирования может рассматриваться более широко: сегодня сюда включают условия конкуренции, внешнеэкономические связи, окружающую среду, НИОКР и инновации, образование и человеческий потенциал, социальные отношения и др. [1].

Сегодня в большинстве развитых стран и российских регионов принято использовать концепцию устойчивого развития как основу для определения целей, задач и приоритетов экономической политики. Уже понятно, что развитие экономик регионов не только тесно взаимосвязано с социальной и экологической подсистемами, но экономическая политика не может быть эффективно реализована без решения существующих социальных и экологических проблем территорий. Их решение может способствовать более эффективному экономическому росту, а недостаточный учет социальных и экологических последствий принимаемых на регио-

нальном уровне управленческих решений может привести к серьезному экономическому ущербу в будущем, что подрывает возможности устойчивого развития [6].

Таким образом, система приоритетов фактически должна определяться на основе анализа реально складывающейся ситуации в регионе, который должен быть осуществлен на основе показателей, характеризующих основные сферы (объекты) государственного регулирования экономики, с учетом установленных общефедеральных приоритетов развития. Схематически это можно представить следующим образом (рис. 1).

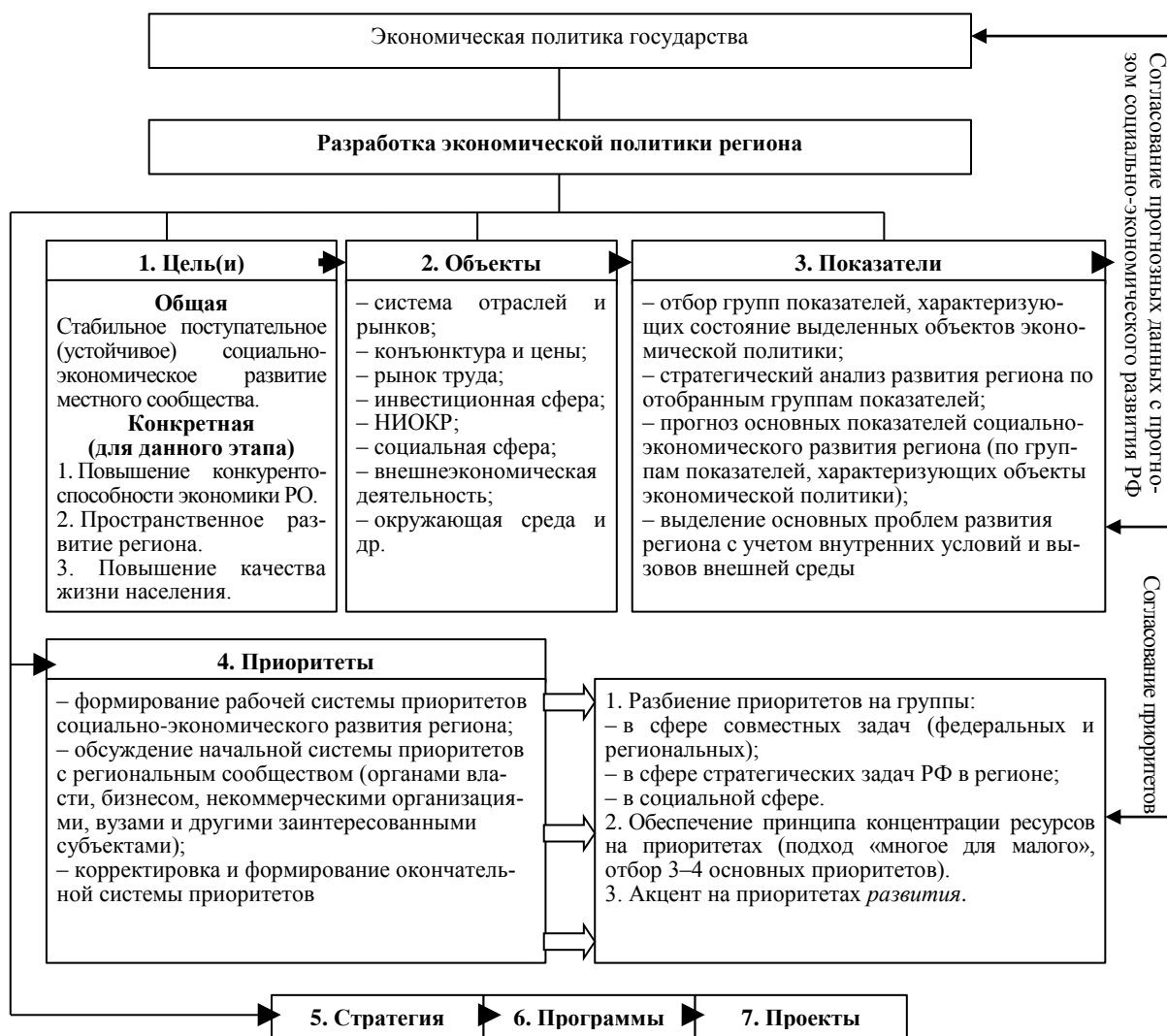


Рисунок 1 — Место и связь процедуры определения приоритетов в процессе разработке социально-экономической политики региона

Как видно из схемы, представленной на рисунке 1, приоритеты определяются в несколько этапов. В первую очередь, на основе осуществленного анализа существующих статистических данных, отражающих состояние основных объектов (сфер) регулирования в регионе, а также осуществленного прогноза их возможного изменения в долгосрочной и среднесрочной перспективах, необходимо сформировать первоначальную систему приоритетов. В этой ситуации используется аналитический инструментарий в рамках общего стратегического анализа, который включает в том числе анализ изменений внешней среды и выявление соответствующих угроз для региона, а также анализ имеющегося социально-экономического потенциала. На его основе определяются основные проблемы в развитии региона, которые могут быть положены в основу «рабочей» системы приоритетов.

Следует отметить, что в практике стран ЕС [3] приоритетность реализуемой социально-экономической политики является обязательным условием ее гибкости. Такая гибкость достигается тем, что жестко определяется только стратегия развития, в которой фиксируются стратегические цель, приоритеты, основные направления и механизмы реализации. Программы же, имеющие среднесрочную перспективу, могут существенно меняться и корректироваться в зависимости от изменяющихся внешних и внутренних условий и факторов, так как программы фактически состоят из проектов, отобранных в соответствие с каждым из выделенных приоритетов. Неизменными в программах остаются только приоритеты (закрепленные в стратегии) и механизмы отбора проектов. Такая система позволяет отбирать те проекты для реализации в регионе, которые на данном этапе и при данных условиях в наибольшей степени будут способствовать реализации принятых стратегических приоритетов развития. В

российской практике осуществляется корректировка не только программ, но и самой стратегии, что связано с несовершенством механизма отбора проектов для их реализации.

Таким образом, приоритеты являются основой для формирования в дальнейшем конкретных программ, включающих набор проектов, реализуемых совместно федеральными и региональными органами власти и местным сообществом. При этом очень важно, чтобы такие проекты отбирались в соответствие с каждым из приоритетов, а сформированная система мероприятий состояла из разделов, отражающих выбранные приоритеты.

Сам процесс отбора приоритетов в российской практике стратегирования пока не имеет однозначной формализации. Как показано на схеме (рис. 1), все отобранные изначально приоритеты необходимо разбить на три составляющие: совместные федеральные и региональные приоритеты, приоритеты РФ в данном регионе, социальные приоритеты. Такая группировка приоритетов имеет важное значение для формирования систем показателей для оценки результативности программ, реализуемых в рамках каждого из приоритетов.

Определение совместных (федеральных и региональных) приоритетов имеет большое значение для обоснования условий финансирования соответствующих им программ (их проектов). Каждая программа может финансироваться через различные государственные программы, реализуемые на федеральном уровне и имеющие свои общегосударственные приоритеты экономической политики. В связи с этим необходимо определить «точки соприкосновения» между национальным и региональным уровнем, что позволит решить ряд проблем развития региона совместно с поддержкой федерального уровня. В рамках таких «пересекающихся» приоритетов федеральные и региональные

органы власти могут взаимодействовать и осуществлять совместные проекты, нацеленные на экономическое развитие.

Важным свойством отобранных приоритетов является их нацеленность на развитие. Приоритеты в части совместных задач по экономическому развитию региона должны быть направлены на создание условий для улучшения бизнес-среды, развития региональных компаний. При этом они не должны охватывать все существующие проблемы региона, но обеспечивать аккумуляцию ресурсов на ограниченный круг реально достижимых целей. Это значит, что их основная цель — это содействие развитию и обеспечение экономического роста в регионе, а не увеличение объемов текущих расходов. Это накладывает определенные требования к «характеру инвестиций в широком смысле: используются ли средства на развитие (работают на будущее) или направлены на потребление и «проедаются»» [3]. Все остальные задачи могут быть рассмотрены только как вспомогательные. Так, в практике ЕС финансирование структурными фондами региональных программ осуществляется только в том случае, если оно не включает текущие расходы, так как считается, что последние не способствуют развитию.

Здесь следует особо отметить необходимость увеличения доли так называемых «мягких мер» в общем объеме реализуемых в российских регионах проектов. «Мягкие меры» — это проекты (мероприятия), которые направлены на создание элементов «легкой инфраструктуры» экономического развития (поддерживающей развитие внутреннего потенциала, или то, что принято называть «общими условиями» для развития бизнеса, обычно выступает в форме различного вида финансовых и нефинансовых услуг реальному сектору). В зарубежной практике таким «мягким» мерам уделяется значительное внимание. Например, в Германии

фирмам предоставляются «инвестиционные гранты на организацию бизнеса, рационализацию, модернизацию, издержки перемещения при условиях выхода на рынки за пределами региона (создания роста, приводящего к чистому положительному воздействию на региональную экономику) и создания новых или сохранения рабочих мест на территориях, получивших поддержку. К «мягким мерам» также можно отнести поддержку в таких сферах, как консультирование, обучение, человеческий капитал, исследования и разработки. Во Французских Контрактах Планирования между государством и регионами (France Contracts of Plan Stat-Regions — CPERs) на долю подобных «мягких» мер приходится более 30 % интегрального бюджета» [5].

В российской же практике созданию условий путем «мягких мер» уделяется меньше внимания, акцент делается в большей степени на развитии «тяжелой инфраструктуры» (автомагистрали, железные дороги, воздушный транспорт, энергосистемы и т. д.). Однако сами по себе здания, мосты, инженерная инфраструктура хотя и являются основными элементами регионального развития, тем не менее, не всегда могут обеспечивать экономический рост. Результатом преобладания проектов по их строительству в российской практике являются, например, слабодействующие технопарки и другие элементы инфраструктуры поддержки инноваций и предпринимательства, низкая эффективность взаимодействия субъектов региональной экономики и зачастую более низкие показатели результативности программ поддержки предприятий. Так, в Ростовской области, несмотря на уже давно сформированную инфраструктуру поддержки инновационной деятельности, до сих пор не произошло качественных изменений в развитии инновационного сектора. Это говорит о том, что стратегические приоритеты разви-

тия Ростовской области и сформированные на их основе системы мероприятий (программы) не в полной мере ориентированы на развитие, что требует их пересмотра с точки зрения обеспечения оптимального сочетания «жестких» и «мягких» мер экономического развития. В частности, ориентировочно «около 30 % ресурсов структурных фондов ЕС расходуется на развитие инфраструктуры (транспорт, связь, энергетику, водоснабжение и т. п.), 30 % — на проведение политики в области занятости, образование, переквалификацию и 40 % — на инвестиции в производство, особенно в качестве поддержки малых и средних предприятий» [9].

В части совместных (федеральных и региональных) задач по экономическому развитию региона основные усилия (и соответственно интервенции) должны быть сфокусированы на создании условий для развития бизнеса: развитие действующих, создание новых компаний, формирование условий для роста инвестиционной деятельности.

Зарубежные специалисты рекомендуют использовать для определения совместных приоритетов так называемый горизонтальный (или функциональный) подход [30]. Функциональный подход предполагает выделение 4–6 функциональных (горизонтальных) приоритетов, к которым обычно можно отнести достаточно широкий круг категорий, таких как: повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий, увеличение объема привлекаемых инвестиций (как внешних, так и внутренних), стимулирование развития экспорта, создание инфраструктуры, развитие инноваций и т. п.

Анализ программно-целевых документов стратегического управления развитием российских регионов показывает, что в регионах до сих пор отсутствуют четкие системы приоритетов. В некоторых документах приоритеты вообще не выделяются, а если выделяются, то сформиро-

ванные на их основе программы проектов им не соответствуют. При этом в стратегиях часто рассмотрены не приоритеты, а список проблем всех отраслей экономики, что означает использование отраслевого принципа при попытках построить систему приоритетов. Это не позволяет использовать принцип распределения ресурсов по приоритетам, так как отраслей всегда много (и ситуация в них не всегда однозначная), а выбрать узкий круг для поддержки может быть чрезвычайно сложной и неразрешимой задачей. Именно поэтому, исходя из опыта реализации региональной политики ЕС, можно сказать, что использование функционального подхода можно рассматривать как более соответствующее принципам приоритетности развития. Функциональный подход целесообразно использовать как основной, но это не означает, что регионы не могут рассматривать задачи поддержки или стимулирования развития отраслевых точек роста. Отраслевые приоритеты могут быть включены как подприоритеты в рамках выбранных функциональных приоритетов, если реализация того или иного приоритета требует соответствующих мер в развитии той или иной отрасли.

Таким образом, вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что в российской практике разработки и реализации социально-экономической политики регионов целесообразно совершенствование процесса определения системы стратегических приоритетов развития. Основными направлениями такого совершенствования должны стать: необходимость более четкого согласования федеральных и региональных приоритетов развития, большая ориентация выбранных приоритетов и отбираемых для их реализации программ (проектов) на цели развития, оптимизация сочетания «мягких» и «жестких» мер, переход от отраслевого к функциональному (горизонтальному) подходу к выделению приоритетов.

Библиографический список

1. Бабашкина, А. М. Государственное регулирование национальной экономики. — М. : Финансы и кредит, 2006. — С. 26.

2. Капканщиков, С. Н. Государственно регулирование экономики. — М. : КНОРУС, 2006. — С. 23.

3. Проект «Поддержка развития Калининградской области». Рекомендации по актуализации федеральной целевой программы развития Калининградской области до 2010 г. // Программа сотрудничества ЕС и России (Тасис) (EUROPEAID/114287/C/SV/RU).

4. Райзберг, Б. А., Лозовский, Л. Ш., Стародубцева, Е. Б. Современный экономический словарь. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2007.

5. Тейлор, С. Планирование и программно-целевой подход в региональном экономическом развитии. Европейский опыт [Электронный ресурс] // Региональная политика, направленная на сокращение социально-экономической и правовой асимметрии : материалы проекта Тасис. — Режим доступа : <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm>.

6. Тяглов, С. Г., Пономарева, М. А., Жукова, И. А. Концепция устойчивого развития, межпоколенческие экстерналии и накопленный экологический ущерб: взаимосвязь понятий и явлений // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2014. — № 4 (48). — С. 63–69.

7. Шеховцов, Р. В. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области — 2020: рефлексия и необходимость обновления // Механизмы и инструменты экономического роста региональной экономики: состояние, политика и прогноз: материалы междунар. науч.-практ. конф. — Ростов н/Д : АзовПечать, 2015. — С. 58–67.

8. Экономическая политика государства: основные цели и задачи [Электронный ресурс]. — Режим доступа :

<http://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0052>.

9. Юилл, Д. Основные характеристики региональной политики: Европейский опыт [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm>.

Bibliographic list

1. Babashkina, A. M. State regulation of national economy. — M. : Finance and credit, 2006. — P. 26.

2. Kapkashnikov, S. N. State regulation of the economy. — M. : KNORUS, 2006. — P. 23.

3. Project «Support to development of Kaliningrad region». Guidelines for updating the federal target program of development of Kaliningrad region until 2010 // EU-Russia Cooperation Programme (TACIS) (EUROPEAID/114287/C/SV/RU).

4. Raizberg, B. A., Lozovskiy, L. S., Starodubtsev, E. B. Modern dictionary of economics. — 5th ed. — M. : INFRA-M, 2007.

5. Taylor, S. Planning and target-oriented approach to regional economic development. European experience [Electronic resource] // Regional policy aimed at reducing socio-economic and legal asymmetry : materials of TACIS project. — Mode of access : <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm>.

6. Tyaglov, S. G., Ponomariova, M. A., Zhukov, I. A. Concept of sustainable development, intergenerational externalities and accumulated environmental damage: relationship of concepts and phenomena // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2014. — № 4 (48). — P. 63–69.

7. Economic policy of the state: main goals and objectives [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0052>.

8. Yuill, D. Main characteristics of regional policy: European experience [Electronic resource]. — Mode of access : <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm>.

МУЛЬТИФОРМАТИЗАЦИЯ КАК АНТИКРИЗИСНОЕ РЕШЕНИЕ В НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РИТЕЙЛЕ

Аннотация

В статье обоснована актуальность институциональных преобразований в сфере розничной торговли, предполагающих дифференциацию форматов непродовольственных сетей с учетом изменения модели покупательского поведения, снижения платежеспособности населения, наличия отложенного спроса на ряд товаров длительного использования. Уточняется концепт и приводится сравнительная характеристика торговых форматов непродовольственной розницы, развитие которых способно адаптировать сетевые структуры к сложившимся кризисным условиям потребительского рынка.

Ключевые слова

Мультиформатные сети, непродовольственный ритейл, каскет, аутлет, дисконт-центр, сток.

D. V. Ralyk

MULTIFORMATTING AS ANTICRISIS SOLUTION IN NON-FOOD RETAIL

Annotation

Substantiates the necessity of institutional transformations in the retail sector, involving the differentiation of format in non-food retail, adjusting the model of consumer behavior, reducing the solvency of the population, the presence of pent-up demand for some goods long-term use. Clarifies the concept and provides comparative characteristics of trading non-food retail formats, the development of which is able to adapt to the existing chained structures to the crisis conditions of the consumer market.

Keywords

Multiformatted chains, non-food retail, caskit, outlet, discount-center, stock.

Развитие потребительского рынка в России за 2015 г. характеризовалось значительным падением платежеспособного спроса. Низко- и частично среднедоходные сегменты обозначили тенденцию все большей ориентации на сберегательную модель поведения, трансформирующую прежде активные покупательские процессы в наблюдательную пассивность, режим ожидания приемлемых условий для приобретений.

Деловой климат в розничной торговле Российской Федерации в I квартале 2016 г., оцениваемый индексом предпринимательской уверенности, ухудшился в сравнении с аналогичным

периодом прошлого года, опустившись ниже нулевой отметки до -2 % [6].

Основными факторами, по данным мониторинга Минэкономразвития России, способствовавшими усугублению негативных изменений в потреблении населением товаров и услуг, являются следующие:

- падение реальных зарплат на 10 % по сравнению с уровнем 2014 г.;
- значительная девальвация рубля, внесшая вклад в инфляцию примерно на 8 пунктов;
- стабильно высокие темпы продовольственной инфляции и высокий рост цен на непродовольственные това-

ры с исключением бензина (на 14 и 14,5 %, соответственно), и, как следствие, изменение структуры расходов;

– сокращение потребительского кредитования в силу недоступности займов для населения [4].

Вынужденно сформировавшийся в условиях экономической неопределенности отложенный спрос на множество товаров, не относящихся к категории первой необходимости, отрицательно сказался на показателях стратегического сектора отечественной экономики — розничной торговле.

Непродовольственный ритейл, преимущественно импортных товаров, особенно под влиянием продолжительных экономических санкций, уменьшил свои обороты за прошедший год на 10,7 %.

Розничные продажи на российском рынке одежды, с учетом роста курса иностранных валют, сократились на 38 % (долларовом эквиваленте), в сравнении с 2014 г.

Пессимистичны прогнозы аналитиков и в отношении перспектив развития рынка обуви, на котором отмечено перераспределение долей общего объема продаж в пользу низкоценового сегмента.

Сложным будет 2016-й год также для импортозаполненных ритейлеров на рынке бытовой техники и электроники, строительных материалов, полиграфической продукции, автомобилей.

Стоимость некоторых видов одежды и обуви как нового поступления, так и прошлогодних коллекций, в 2015 г. увеличилась на 50–70 %. Лидеры рынка — крупные сетевые компании — осуществляют поиск путей оптимизации затрат, начав с закрытия нерентабельных торговых точек.

Понимание важности рыночной гибкости достигается при выстраивании отношений с владельцами крупноформатных объектов розничной торговли, столкнувшимися в свою очередь с про-

блемой ухода зарубежных «якорных» арендаторов с российского рынка, отечественных компаний в силу ставшей непомерно высокой арендной платы.

Возможность пересмотра политики цен с целью создания их большей доступности для покупателей становится постоянным предметом согласования условий поставки товаров в магазины. Ключевым ориентиром в настоящее время является уже стратегическое удержание клиентов, поскольку обеспечение стабильно высокой прибыли в условиях кризиса практически невозможно, для ряда компаний речь идет о выживании на рынке.

Сезонное усложнение ситуации в розничных организациях, специализирующихся на продажах одежды и обуви, вызвано необходимостью презентации новых коллекций, тогда как торговые площади по-прежнему заняты ранее закупленными товарами.

Несмотря на то что сетевые ритейлеры, в том числе реализующие товары премиум-класса, менее подвержены риску, несмотря на кризис — за счет высокого оборота по компании в целом, тенденции экономного потребительского поведения коснутся их в первую очередь.

Снизился уровень спонтанности покупок, приоритет в затратах на одежду и обувь принадлежит универсальным изделиям, стилю casual.

Учитывая сложившиеся неблагоприятные обстоятельства на потребительском рынке, актуальность институциональных преобразований розничной торговли достаточно высока.

Дифференциация форматов одной сети характерна в большей степени для продуктового ритейла, стремящегося учитывать особенности различных покупательских сегментов.

Вопросы коммерчески эффективного развития многонаправленности ассортиментно-ценовых комплексов непродовольственных сетей в настоящее время недостаточно изучены.

Изложенное выше определило соответствующий исследовательский интерес в области мультиформатизации сетевых структур.

Импульс поиска новых концепций розничного бизнеса, антикризисных решений создан именно дисбалансом рынка, который задает параметры и определяет целесообразность пополнения розничных сетей новыми форматами. Сказанное подтверждает мнение В. В. Тамберга, утверждающего, что формат является следствием, а не причиной, его определяет конкретная ситуативная модель [7].

Следует отметить, что тенденция предложения таких непродуктивных товаров, как одежда и обувь, в частности престижных брендов, по приемлемым ценам, является долгосрочной и была отмечена еще в 2005 г.

Введение новых для российского рынка форматов эксперты связывают с компанией «Эконика», охватившей сегмент покупателей со средним достатком, обувными каскетами. В свою очередь, ритейлер почерпнул идею развития данного формата из опыта зарубежных коллег. Маркетинговые исследования розничного рынка Великобритании в 2002 г. выявили новую нишу, занявшую место между бутиками с элитной дорогостоящей обувью и обычными магазинами, рассчитанными на массовый рынок. Ранее не обозначенный формат получил название caskit [5].

Основой концепта каскет является комбинация форматных параметров бутика и стандартных розничных точек (рис. 1).

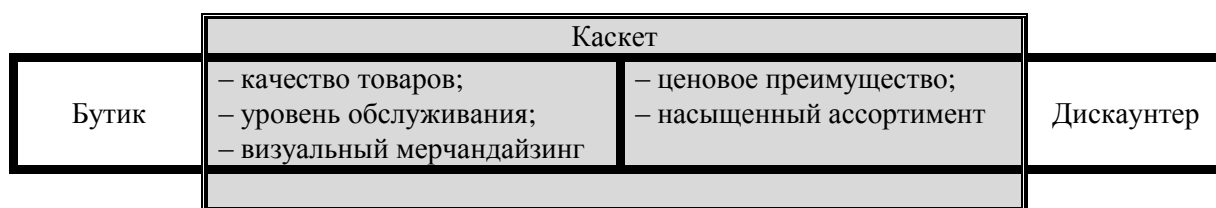


Рисунок 1 — Характеристики формата «каскет»

Такие отличительные черты бутика, как предложение товаров премиум-класса и стратегия престижных цен в каскете, находят свое выражение в ориентации на сегмент со средним и выше среднего доходом потребителей, так называемый middle-up. Сохраняется уровень индивидуального обслуживания покупателей, а также требования к организации торгового пространства (уникальный дизайн, музыкальный фон, аромамаркетинг).

Заимствование преимуществ дискаунтера (причем мягкого типа, допускающего проведение различного рода мероприятий по стимулированию сбыта) предполагает следование политике демократичных цен и обеспечение разнообразия ассортиментных позиций.

Эффективность функционирования розничной организации в данном формате доказана на практике, а сама идея нашла воплощение на смежных с обувным рынках — одежды, галантерейных товаров, ювелирных изделий и др. [2].

Коммерческий потенциал формата «каскет» наиболее ярко раскрывается в условиях кризиса потребительского рынка, когда потребности в качественных товарах престижных брендов остаются неизменными, а финансовое обеспечение этой потребности становится ограниченным.

Судить о высокой перспективности развития розницы по типу «бутик плюс каскет» в торговой практике позволяет опыт мультиформатных сетей «бутик плюс аутлет» и, несмотря на

общее целевое предназначение, следует избегать подмены понятий.

Низкие цены в аутлете, в отличие от каскет, основаны, прежде всего, на принудительном моральном устаревании товаров, по инициативе владельца бренда, регулярно обновляющего свои коллекции, и, за редким случаем, обнаруженной их неликвидности. Кроме того, снижение цен на поступающие из бутика в аутлет изделия (до 70 %) оправдано сокращением издержек обращения, связанных с организацией и содержанием более аскетичного торгового пространства, с минимумом обслуживающего персонала, ограниченным бюджетом маркетинга. Подобное обоснование причин установления значительной ценовой доступности товаров в аутлет позволяет во многих отраслевых информационных источниках ставить данный формат в один ряд со стоками и дисконтами. Однако, по нашему мнению, подобное обобщение не является верным, поскольку в последних зачастую может свидетельствовать не столько факт скидки, сколько уценка по причине брака или давнего несоответствия текущей моде. Ощущение демократичной премиальности, пропагандируемой в каскете или аутлете, обесценивается в стоке и дисконте, поскольку уценка психологически воспринимается покупателями как девальвация продукта.

Наблюдения за особенностями функционирования на отечественном рынке различных форматов, объединенных признаком сниженных цен, позволяют констатировать наличие размытых границ в наименовании розничной организации и практическом содержании ее концепта. Следствием адаптации зарубежных форматов к российским условиям является смешение принципиальных характеристик их классических интерпретаций.

Общими признаками таких антикризисных российских форматов, как

аутлет, дисконт и сток является первоначальное присутствие в так называемых «регулярных» магазинах, продажа в которых не состоялась, в силу чего возникает необходимость в пространственном и ценовом отделении продукции, ее выносе за пределы основных торговых точек.

На североамериканском рынке принято выделять следующие виды аутлета:

1) фабричный монобрендовый, в котором производитель организует распродажу собственных фирменных продуктов. Историческое первенство зафиксировано в 1930-е гг. в США, с появлением на территории заводов магазинов, реализующих работникам фабрику поврежденную или избыточную продукцию [1];

2) розничный мультибрендовый, управляемый ритейлером, представляющий по более выгодным ценам изделия различных производителей. В настоящее время данный тип аутлета представляет собой совокупность торговых точек, сконцентрированных на одной территории (молл, галерея, торговый центр, аутлет-деревня), разделенных по бренд-секциям.

Дисконт как формат розничной торговли скорее представляет собой фабричную разновидность аутлета, сосредоточенном на распродаже одного бренда.

Этимология английского слова сток (stock — запас, склад) подсказывает классическое определение формата: реализация остатков и излишка товара производителей или дилеров с оптового склада. В отличие от каскета, целевая аудитория стоков включает и низкодоходные сегменты.

Западная версия стока подразумевает перемещение товарного потока из торговой сети на оптовый склад [3].

Магазины стокового товара, в отличие от перечисленных выше форматов, могут сталкиваться в силу специ-

фики своей коммерческой деятельности с риском конечного пункта движения потока неликвидных изделий. Невостребованная продукция из стандартных магазинов, каскетов, аутлетов и дисконтов попадает на склад, и в случае неуспеха ее реализации в стоке она подлежит ликвидации или утилизации. Тем не менее необходимость высвобождения площадей под товары с более высокой оборачиваемостью бесспорна.

Выгодность ведения стокового бизнеса базируется на двух аспектах: быстрый возврат средств и частое обновление ассортимента. В отличие от покупателей в торговых первоисточниках, клиенты стока, как правило, не от-

кладывают спрос в ожидании более доступного ценового предложения. Спрос на новый качественный и недорогой товар может превышать предложение, поэтому реализуется в кратчайшие сроки, аналогично принципам голландских аукционных торгов, чему также способствует ограниченный выбор модельного и размерного ряда, характерный для складских остатков.

Исходя из изложенного выше, можно выделить несколько критериев, определяющих принадлежность той или иной розничной организации к рассматриваемым антикризисным форматам (табл. 1).

Таблица 1 — Сравнительная характеристика форматов магазинов сниженных цен

Формат магазина сниженных цен	Каскет	Аутлет	Дисконт	Сток
Доходность целевых сегментов	Высокая и средняя	Высокая и средняя	Средняя и низкая	Высокая, средняя и низкая
Категория бренда	Премиум, диффузные, бридж-бренды	Люкс, премиум	Все категории	Утилитарные, массовые, бюджетные
Уровень сервиса	Высокий	Высокий	Средний	Средний
Состав брендов	Мультибренд	Мультибренд	Монобренд	Мультибренд
Основа ценовой политики	Адаптация к требованиям рынка	Принудительное устаревание коллекции	Несоответствие товара моде, наличие брака	Излишки складского запаса, конфискат
Первоначальное присутствие в магазине высшего уровня	Нет	Да	Да	Необязательно

Расширение сетевых ритейлеров за счет представленных в таблице 1 форматов розничной торговли непродовольственными товарами можно считать антикризисным решением, способным преобразовать, развить отложенный (потенциальный) спрос в реальный.

В российской торговой практике названные объекты существуют не только обособленными моноформатными сетями. Основная идея данного ис-

следования как раз заключается в экспликации потенциала мультиформатных торговых структур, рыночной необходимости сочетания в рамках одной компании ведущего и вспомогательного формата.

Координация усилий ритейлеров с владельцами брендов, в торговой политике которых предусмотрено движение товаров как через традиционные, так и мультиформатные розничные каналы

позволит контрагентам максимально эффективно прилагать все сбытовые возможные усилия.

Торможение торговых процессов в условиях кризиса потребительского рынка, основной причиной которого является снижение покупательской способности, требует как никогда большей гибкости в области ценообразования при сохранении качественных параметров товаров и розничных услуг.

Наличие в непродовольственных сетях форматов «каскад», «аутлет», «дисконт-центр» и «сток» расширит их возможности по выравниванию рыночного дисбаланса, благодаря клиентоориентированности во всех покупательских сегментах.

Библиографический список

1. Coughlan, A., Soberman, D. Survey of outlet mall retailing: past, present, and future [Electronic resource] // INSEAD: business school for the world. — Mode of access : <http://www.insead.edu/faculty-research?id=13751>.

2. Musso, F. Handbook of research on retailer-consumer relationship development // IGI Global, 2014.

3. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. Strategic retail management: text and International cases // Springer science & business media, 2012.

4. Минэкономразвития России об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2015 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmacro>.

5. Новый обувной каскад в Екатеринбурге [Электронный ресурс]. — Ре-

жим доступа : <http://www.advertology.ru/print28138.htm>.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

7. Тамберг, В., Бадьян А. Брендинг в розничной торговле: алгоритм построения «с нуля». — М. : Эксмо, 2008.

Bibliographic list

1. Coughlan, A., Soberman, D. Survey of outlet mall retailing: past, present, and future [Electronic resource] // INSEAD: business school for the world. — Mode of access : <http://www.insead.edu/faculty-research?id=13751>.

2. Musso, F. Handbook of research on retailer-consumer relationship development // IGI Global, 2014.

3. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H. Strategic retail management: text and international cases // Springer science & business media, 2012.

4. Ministry of economic development of Russian Federation on results of socioeconomic development in 2015 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmacro>.

5. New shoes casekits in Yekaterinburg [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.advertology.ru/print28138.htm>.

6. Official website of Federal service of state statistics [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.gks.ru>.

7. Tamberg, V., Badin, A. Branding in retail: constructing algorithm «from scratch». — М. : Eksmo, 2008.

И. А. Тумхаджиев

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЗАМЕНЫ ИМПОРТА

Аннотация

В статье приводятся доводы в пользу формирования в рамках региона стимулирующих условий для развития программных мероприятий по замене импорта; представлены внутренние проблемы развития экономики исследуемого региона, охарактеризованы основные необходимые виды деятельности малого и среднего предпринимательства; выделены направления развития регионального малого и среднего бизнеса и основы развития реальных возможностей бизнеса, индивидуального экономического предпринимательства.

Ключевые слова

Региональная экономика, малое и среднее предпринимательство; государство и бизнес.

I. A. Tumhadzhiev

DEVELOPMENT OF REGIONAL SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP IN CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION

Annotation

Article argues for the formation within the region enabling environment for the development of program activities for import substitution; presents internal problems of economic development of the under study region, describes the main activities necessary for small and medium-sized enterprises; highlighted areas for regional small and medium-sized businesses and basis for the development of real business opportunities, individual economic entrepreneurship.

Keywords

Regional economy, small and medium entrepreneurship; government and business.

Воспринимая и анализируя инструментарий и рамки экономической результативности регулирования хозяйственного комплекса Чеченской Республики, надо отметить, что в минувшем 2015 г. малое предпринимательство получило значительное развитие в данном регионе, на реализацию программ данного профиля было потрачено более 380,019 млн руб. в рамках госпрограммы развития малого и среднего бизнеса, что повлекло формирование почти тысячи рабочих мест (показатель учитывает смежные и обеспечивающие производства).

Всего в ЧР зарегистрировано 31 324 предпринимателя, в их числе 6443 юридических лица и 24 881 индивидуальный предприниматель. Средства были направлены на строительство бизнес-инкубатора в с. Серноводское Сунженского района, который введут в эксплуатацию в первом полугодии текущего года; на представление грантов около 100 субъектам МСП; субсидирование юридических лиц, осуществляющих микрофинансовую деятельность; создание и развитие центров поддержки предпринимательства и обеспечение функционирования инфраструктуры

поддержки субъектов МСП (бизнес-центров (инкубаторов)) [6].

Формирование в рамках региона стимулирующих условий для развития программных мероприятий по замене импорта является приоритетной задачей региональной политики экономического роста, поэтому поддержка малого и среднего предпринимательства наиболее актуальны в сложившихся кризисных условиях. Эти мероприятия имеют целью привлечение инвестиций для дальнейшего фундаментального развития, корректировки уровня напряженности на рынке труда, инвестиционной привлекательности и существенной поддержке предпринимательства, основываясь на запросы местных предпринимателей.

Время покажет, насколько верные шаги были сделаны в 2015 г. для того, чтобы в 2016 г. российский малый и средний бизнес нашел дополнительные резервы и возможности для своего развития, занял новые отраслевые ниши, вырос количественно и качественно. Тем не менее в 2016 г. ожидается дальнейшая перезагрузка малого бизнеса. Те меры, которые были заявлены президентом на Госсовете по вопросам развития малого бизнеса и обозначены в Послании Федеральному Собранию РФ, должны быть продолжены в 2016 г. Это и доступ к госзакупкам, и снижение контрольного прессинга, и декриминализация предпринимательской деятельности, и доступ к финансам и т. д. Наиболее масштабной программой, реализуемой за счет средств федерального бюджета на 2015 г., является федеральная целевая программа «Юг России (2014–2020 гг.)», общий объем финансирования которой составляет 8125,69 млн руб. В перечень мероприятий данной программы на 2015 г. включено 36 объектов: 3 объекта здравоохранения, 31 объект образования, из которых 27 школ на 14500 мест вводом в эксплуатацию в 2015 г., 1 объект жилищно-коммунального хозяйства и мероприятие по переселению граждан

республики из опасных для проживания оползневых зон [1].

Рынок заинтересован в результатах анализа, так как кризисные годы, принесшие сложности, стали временем стимула, периодикой, обеспечившей решающими событиями малый и средний бизнес, так как определенного рода экономические потрясения — это прежде всего возможности реализовать свои замыслы в рамках программ системного, комплексного импортозамещения и стимулирования развития экспорта.

Ожесточенные переговоры науки и бизнеса основаны на важных решениях, которые не выглядят в современных реалиях удивительно, так как малое предпринимательство России даже во время кризиса обеспечивалось льготами и дотациями. Неоднократно упомянутые ранее экономические стимулы сдерживали последствия кризисного воздействия, определяя ключевое воздействие важных событий финансово-правового характера для малого и среднего бизнеса. Если смотреть на эти вопросы со стороны экономической эффективности для многих кредитных организаций и спонсоров, то следует учесть государственную поддержку в виде финансовых льгот, налоговых мораториев минимальных ставок, на увеличение налоговых ставок, а также лимитирования страховых ставок применительно до 2018 г. Субъекты малого и среднего предпринимательства также пользуются упрощенной системой проверок.

Предвидеть развитие дальнейшей ситуации в республике и стране в целом не просто, но точка зрения отраслевых экспертов подтверждает необходимость развития малого и среднего бизнеса, программ развития концептуальной замены импортируемой ранее продукции, так как существует комплекс товарных групп, временно не полностью замещенных внутренним рынком. Экономическая перезагрузка данной части бизнеса нуждается в дальнейшем иннова-

ционном развитии, и говорить и анализировать, каким будет будущее достаточно трудно, так как существует много несправедливых угроз. У Республики достаточно ресурсов для комплексного развития и активизации межотраслевых и межрегиональных скрытых возможностей в рамках конверсионной стратегии.

Даже признавая коллапс кризисного воздействия, следует отметить, что в области регионального управления специалисты предвидят процесс дальнейшего развития как систему мер по оптимизации. Относительно внутренних проблем развития экономики исследуемого региона, восстановления и придания стимулов роста экономике лишней раз подтверждает обоснованность развития малого бизнеса и предпринимательств, что осуществляется на данный момент благодаря Министерству экономического развития Российской Федерации.

Необходимо и оправдано решение по инициации развития малого и среднего предпринимательства, и в данном контексте целевой методический комплекс развития российских регионов благодаря сосредоточению интересов является одним из наиболее значимых направлений деятельности органов местного самоуправления, динамичной формой экономического роста, ссылаясь на результаты текущего мониторинга.

Развитие малого предпринимательства способствует развитию здоровой правовой конкуренции, причем умеренное насыщение рынка отечественными продуктами постепенно приводит к тому, что цены в регионах стабилизируются.

Все это приведет к формированию структуры насыщения рынка необходимыми товарами и услугами, развитию экономики России в измененном формате, с целью автономного обеспечения, с возможностями роста экспортного потенциала. Следует констатировать, что экономика России в целом и каждого из

ее регионов изменяется, определенно существуют положительные тенденции развития. К сожалению, существенные причины привели к тому, что цены на нефть упали практически в два раза, но при этом государство в полной мере выполняет свои обязательства, оказывая поддержку регионам. Поэтому даже серьезная санкционная война не всегда говорит о неминуемом поражении экономики, а может (что прослеживается в динамике векторов развития экономики нашей страны) послужить существенным стимулом, толчком к инновационному развитию, минуя сырьевую направленность, что правомерно можно утверждать применительно к Чеченской Республике.

Низкий уровень безработицы в целом по России, при этом современные мировые принципы работы с малыми формами бизнеса предполагают введение каникул для малого бизнеса, но исходя из реальных возможностей следует не забывать, что финансовые сложности бюджета с падением цены на нефть существенно утяжеляют решение вопросов социально-экономического развития.

Особая роль принадлежит поддержанию стабильной социально-экономической и политической ситуации в регионе, и поэтому в научно-прикладном формате был сформирован теоретико-прикладной инструментарий, способный в текущем и стратегическом временном отрезке решать круг проблем доминантного характера.

Отраслевая структура видов деятельности малого и среднего предпринимательства представлена следующими основными необходимыми видами деятельности:

- обеспечением рынка качественными и доступными по цене товарами и услугами;
- формированием и развитием предпринимательской деятельности, высокотехнологичных и энергоэффективных производств, ориентированных

на выпуск товаров и оказание услуг в рамках программ импортозамещения;

- стимулированием предпринимательской активности к реализации проектов в сфере туризма и отдыха, агропромышленного производства, животноводства, сельского хозяйства, развития банковского сектора и оказания информационной поддержки, платных услуг населению;

- повышением квалификации менеджмента региональной предпринимательской системы;

- инфраструктурными изменениями в регионе.

Анализ показателей мониторинга развития малого и среднего предпринимательства, функционирования социально-экономической системы региона необходимо сконцентрировать на прогнозируемых зонах экономического роста, приоритетных направлениях развития, но прежде охарактеризовать причины, существенно сдерживающие инновационное формирование фундамента малого предпринимательства в Республике.

Во-первых, ситуацию с инвестиционной привлекательностью можно представить с разных сторон, что, например, подчеркивает опыт крупного инвестиционного проекта в минувшем 2015 г. в развитие экономики региона из ОАЭ, но при этом сконцентрированы интересы иностранных и отечественных инвесторов на крупных проектах, и отмечается недоступность кредитных ресурсов для малого и среднего бизнеса, в связи с низкой самообеспеченностью определенных отраслевых хозяйств региона и иных трудностей, которые не возможно решить вне государственной поддержки.

Во-вторых, существенно усложнен процесс приобретения оборудования и машин вне необходимости независимости от импорта, что касается непосредственно механизмов, технико-технологического обеспечения, сырья и материалов для создания и развития

бизнеса. Этот дисбаланс может также учитывать низкий уровень доходов населения, который констатируется в сельской местности. Развитие малого и среднего предпринимательства является существенным стимулом для создания дополнительных рабочих мест, занятости молодежи.

В-третьих, необходимость открывать новые горизонты и искать инновационные стратегии и направления в малом бизнесе, с учетом технико-технологического совершенствования производственных фондов, адаптации под растущие запросы инфраструктуры и рыночной среды, обеспечат наибольший эффект от реализации. Естественно в данном отношении на систему образования и молодежь, как результат успешного функционирования этой системы, возлагаются дополнительные надежды, как содействие самореализации и экономической безопасности, рыночной независимости и развитию экспортного рыночного потенциала.

В-четвертых, сама система выявления интеллектуальных творческих, быстрых в окупаемости и финансово привлекательных проектов сталкивается с множеством критериальных разночтений, так как даже нормативно-правовая база несколько не успевает за развитием рынка малого предпринимательства в Чеченской Республике и других регионах России на федеральном уровне. Для того чтобы рыночные потребности малого предпринимательства и молодежи были непременно учтены, следует представить и проанализировать все параллели, которые могут сблизить власть и представителей бизнеса. Формирование кластерной политики в регионе дает свои существенные плоды, интеграция временно разрозненных сторон предполагает синергетический эффект, и теперь главное увидеть своевременно назревающие проблемы и решить их, привлекая координационные и экспертные советы, обратив максимум внима-

ния на региональный и местный уровень управления.

Развитие регионального малого и среднего бизнеса, с нашей точки зрения, предполагает реализацию следующих направлений.

1. Корректировка нормативно-правовой базы, форм и механизмов системного взаимодействия органов власти и представителей предпринимательства, инфраструктурное обеспечение процессов двусторонних отношений. В данном направлении продвигаться заставляет необходимость комплексной перестройки хозяйственного сектора региона, обусловленная анализом действующей нормативно-правовой базы, как фундамента теоретико-прикладных активностей, четко регламентированных категорий, которые представлены формально неконкретно и могут трактоваться двояко, что влечет массу сложностей и открывает возможности для недобросовестного предпринимательства.

2. Аналитическое исследование периодики развития малого предпринимательства в регионе, учитывающее перспективы реализации программ замены импортируемой ранее продукции, позволит определить наиболее результативные механизмы самообеспечения субъектов малого и среднего предпринимательства, прогнозируя эффективные к разработке. Инициативные проекты, которые будут в большей мере соответствовать реальным условным ограничениям и способствовать дополнительному образованию рабочих мест и объектов инфраструктуры.

3. Трансформация организационно-управленческих циклов регионального менеджмента путем финансово-имущественной интеграции и укрепления материально-технической базы современного малого бизнеса региона.

4. Создание научно-прикладной основы для развития систем распределения и товародвижения, формирование условий для интеллектуализации челове-

ческого потенциала в процессе профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации управленческого менеджмента.

Таким образом, развитие малого и среднего предпринимательства — это основа развития реальных возможностей бизнеса, индивидуального экономического предпринимательства, где зачастую лишь совместными усилиями получается достигнуть желаемого результата. Программы развития согласовываются с органами государственной власти в отношении поставленных целей формирования базовых условий для устойчивого развития регионального бизнеса.

Библиографический список

1. Бизнесмены ждут перезагрузки уже в январе [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.business.vdv-s.ru/Новости?news=271959.

2. Информационный менеджмент : учебник / Н. М. Абдикеев [и др.] ; под науч. ред. Н. М. Абдикеева. — М. : ИНФРА-М, 2014 : Знаниум, 2010, 2014.

3. Кривошапка, И. Как превратить проблемы в новые возможности? Обзор выступлений на панельной сессии в рамках Международного инвестиционного форума «Сочи — 2014» // Эффективное антикризисное управление. — 2014. — № 5 (86). — С. 16.

4. Олифер, В. Г. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы : учебник. — СПб. : Питер, 2014.

5. Садовничий, В. А. Выступление на заседании Совета по науке и образованию. Стенографический отчет о заседании Совета при Президенте по науке и образованию (Санкт-Петербург, 8 декабря 2014 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://state.kremlin.ru/council/6/news/47196>.

6. Сайт Главы и Правительства Чеченской Республики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : chechnya.gov.ru/pda.php?r=126&id=17540.

Bibliographic list

1. Businessmen waiting for restart in January [Electronic resource]. — Mode of access : www.business.vdv-s.ru/News/news=271959.

2. Information management : textbook / N. M. Abdikeyev [etc.] : scientific ed. by N. M. Abdikeyev. — M. : INFRA-M, 2014 : Znanium, 2010, 2014.

3. Krivoshapka, I. How to turn problems into opportunities? Review of performances at the panel session at International investment forum «Sochi — 2014» // Effective crisis management. — 2014. — № 5 (86). — P. 16.

4. Olifer, V. G. Computer networks. Principles, technologies, protocols : textbook. — SPb. : Peter, 2014.

5. Sadovnichiy, V. A. Speech at the meeting of Council for science and education. Opening remarks at meeting of Council under President for science and education (Saint-Petersburg, December, 8, 2014) [Electronic resource]. — Mode of access : <http://state.kremlin.ru/council/6/news/47196>.

6. Site of Head of Government of Chechen Republic [Electronic resource]. — Mode of access : www.chechnya.gov.ru/pda.phpr=126&id=17540.

А. А. Швердяев

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В МЕХАНИЗМЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация

Многоаспектность экономических отношений в неформальном секторе экономики предопределяет необходимость использования комплексного подхода к детерминированию масштабов теневого сектора экономики и учета специфики функционирования отдельных хозяйствующих субъектов и их совокупных товарно-денежных потоков. В связи этим методический инструментарий оценки негативного влияния теневой экономической активности должен включать косвенные методы микроэкономического анализа и совокупность макроэкономических индикаторов, в том числе отражающие прямые потери государства в результате недопоступления налоговых платежей. Механизм противодействия расширению теневого сектора территориально-промышленного комплекса включает ряд взаимосвязанных элементов: гармонизированную промышленную, торговую, налоговую и инвестиционную политику, реализуемую субъектами в процессе воздействия на объекты обеспечения отраслевой мезоэкономической безопасности посредством сокращения неформального сегмента экономики. При этом ключевой его составляющей выступает система мониторинга, включающая комплексные наблюдения, оценку и прогноз трансформаций состояния внезаконной сферы для выявления негативных тенденций и локализации дестабилизирующих последствий.

Ключевые слова

Промышленная политика, механизм, противодействие, теневая экономика, промышленность.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL POLICY IN MECHANISM OF COUNTERACTION TO SHADOW ECONOMY

Annotation

Complexity of the economic relations in informal sector of economy predetermines need of use of an integrated approach to a determination of scales of shadow sector of economy and the accounting of specifics of functioning of separate economic entities and their cumulative commodity-money streams. In this regard the methodical tools of an assessment of negative influence of shadow economic activity have to include the indirect methods of the microeconomic analysis and set of macroeconomic indicators including reflecting a real loss of the state as a result of a not receipt of tax payments. The mechanism of counteraction to expansion of shadow sector of a territorial and industrial complex includes a number of the interconnected elements: the harmonized industrial, trade, tax and investment policy realized by subjects in the course of impact on objects of providing branch mesoeconomic security by means of reduction of an informal segment of economy. Thus as its key component the system of monitoring including complex supervision, an assessment and the forecast of transformations of a condition of the extra legal sphere for identification of negative tendencies and localization of the destabilizing consequences acts.

Keywords

Industrial policy, mechanism, counteraction, shadow economy, industry.

Существующая сложность системы экономических отношений в неформальном секторе экономики и значительная диверсификация связей отдельных ее составляющих предопределяет наличие существенных ограничений использования методических подходов в части детерминирования масштабов теневого сегмента территориального промышленного комплекса. В связи с этим необходимо использование специальных методов синтезирующих микроуровневые подходы, позволяющие оценивать специфику внелегальной деятельности в краткосрочном периоде, а также макроэкономические индикаторы, характеризующие финансовые потоки и использование денежных агрегатов.

Предложенная методика оценки масштабов теневой экономики в промышленном комплексе представляет комбинацию электроэнергетического, балансового и специальных косвенных методов экономического анализа и основана на следующих положениях: целевые

индикаторы внелегальной экономической активности определяются в стоимостном выражении; анализ специфики функционирования неформального сектора охватывает все формы экономических отношений; объем незаконно реализованной продукции определяется на основе метода товарных потоков потери бюджетной системы. Потери государства состоят в недопоступлении налоговых платежей в бюджетную систему и могут быть рассчитаны на основе весовых коэффициентов, отражающих долю прямых и косвенных налогов (налог на прибыль организаций и НДС соответственно) в общем объеме платежей в бюджетную систему территориально-отраслевого промышленного комплекса [1].

Совокупные объемы производства промышленной продукции с учетом теневой составляющей на основе индекса потребления электроэнергии определяются по формуле 1.

$$V_i^n = V_{баз} * J_i^{баз} * K_e. \quad (1)$$

где V_i^n — объем производства промышленной продукции с учетом теневой составляющей;

$V_{баз}$ — базисный объем производства промышленной продукции;

$J_i^{баз}$ — базисный индекс потребления электроэнергии;

K_e — коэффициент эластичности энергопотребления в зависимости от объемов производства в промышленности.

Как показывают полученные результаты (табл. 1), доля неформального сектора экономики в обрабатывающей промышленности остается отно-

сительно стабильной и колеблется на уровне от 10,6 до 12,3 %. При этом потери бюджетной системы как в части прямых, так и косвенных налогов слабо коррелируют с долей теневого сегмента экономики. Например, недопоступления НДС в 2013 г. выросли по сравнению с 2009 г. на 198,4 млн руб., а доля внезаконного сектора упала на 0,2 %, что связано с различным уровнем экономической активности хозяйствующих субъектов в обрабатывающей промышленности Ставропольского края [2].

Таблица 1 — Результаты расчета масштабов теневого сектора обрабатывающей промышленности Ставропольского края [2]

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Базисный индекс потребления электроэнергии с учетом эластичности	1,56	1,48	1,37	1,44	1,29
Индекс потребительских цен	109,0	110,1	104,0	106,0	106,7
Текущий объем производства, млн руб.	114 643,5	137 541,0	148 599,7	162 289,5	177 176,3
Базисный объем производства, млн руб.	114 643,5	124923,7	130 236,4	135 128,6	139 728,9
Совокупное производство с учетом теневой составляющей, млн руб.	127 025,0	140 289,3	145 604,3	150 263,1	154 540,2
Объем теневого сектора, млн руб.	12 381,5	15 365,6	15 367,9	15 134,4	14 811,3
Доля теневого сектора, %	10,8	12,3	11,8	11,2	10,6
Потери бюджетной системы (НДС), млн руб.	93,4	206,0	257,1	206,3	291,8
Потери бюджетной системы (налог на прибыль), млн руб.	182,7	425,6	459,6	335,5	240,5

Таким образом, в обрабатывающей промышленности доля неформальной экономики относительно других секторов экономики Ставропольского края, например оптово-розничная торговля или сфера услуг, невелика. Это связано с тем, что значительную долю в промышленном производстве занимают крупные предприятия, которые ведут легальную хозяйственную деятельность. Однако ухудшающаяся макроэкономическая ситуация, рост конкуренции с неформальными и полулегальными производителями товаров и услуг, рост административного давления со стороны фискальных, право-

охранительных и иных контролирующих органов может привести к увеличению доли теневого сегмента в промышленном комплексе Ставропольского края. Косвенными причинами роста масштабов неформальной активности в регионе являются низкий уровень жизни населения и высокий уровень самозанятости, особенно в сельских районах, ухудшающееся финансовое положение малых и средних производственных предприятий с низкой степенью переработки сырья, обусловленное физическим и моральным износом оборудования и рядом других причин. Все это предопределяет необходимость

разработки комплексной программы противодействия расширению теневого сектора экономики.

Механизм противодействия расширению теневого сектора обрабатывающей промышленности представляет собой совокупность инструментов, средств мониторинга и принципов обеспечения мезоэкономической безопасности, реализуемых субъектами государственной политики, которые осуществляют разработку эффективных управленческих воздействий на объекты обрабатывающего сектора промышленного комплекса с целью сокращения теневого сегмента последнего.

1. К инструментам рассматриваемого механизма необходимо отнести следующие виды государственной политики:

- промышленную;
- торговую;
- налоговую;
- инвестиционную.

2. Гармонизация отдельных инструментов государственной политики.

3. Субъектами государственной политики противодействия теневилизации промышленности являются:

– органы законодательной, исполнительной и судебной власти как на федеральном, так и на территориальном уровне;

– муниципальные органы управления;

– организации-производители промышленной продукции, реализующие хозяйственную деятельность;

– организации-потребители промышленной продукции;

– посреднические торговые организации;

– объединения и общественные организации.

4. Объектами выступают отрасли обрабатывающей промышленности территориального воспроизводственного комплекса.

5. Система мониторинга эффективности противодействия теневилизации промышленности.

С учетом данного авторского определения можно сделать вывод, что элементами рассматриваемого механизма выступают следующие (рис. 1).

Совокупность рассмотренных функций, управленческих воздействий, инструментов, субъектов и объектов системы мониторинга как подсистем механизма противодействия расширению теневого сектора обрабатывающей промышленности территории подтверждает особую важность государственной политики в нем, ее ключевой роли в эффективной реализации основных перечисленных элементов, месте гармонизации в обеспечении высокого уровня мезоэкономической безопасности и устойчивого развития отрасли в целом.

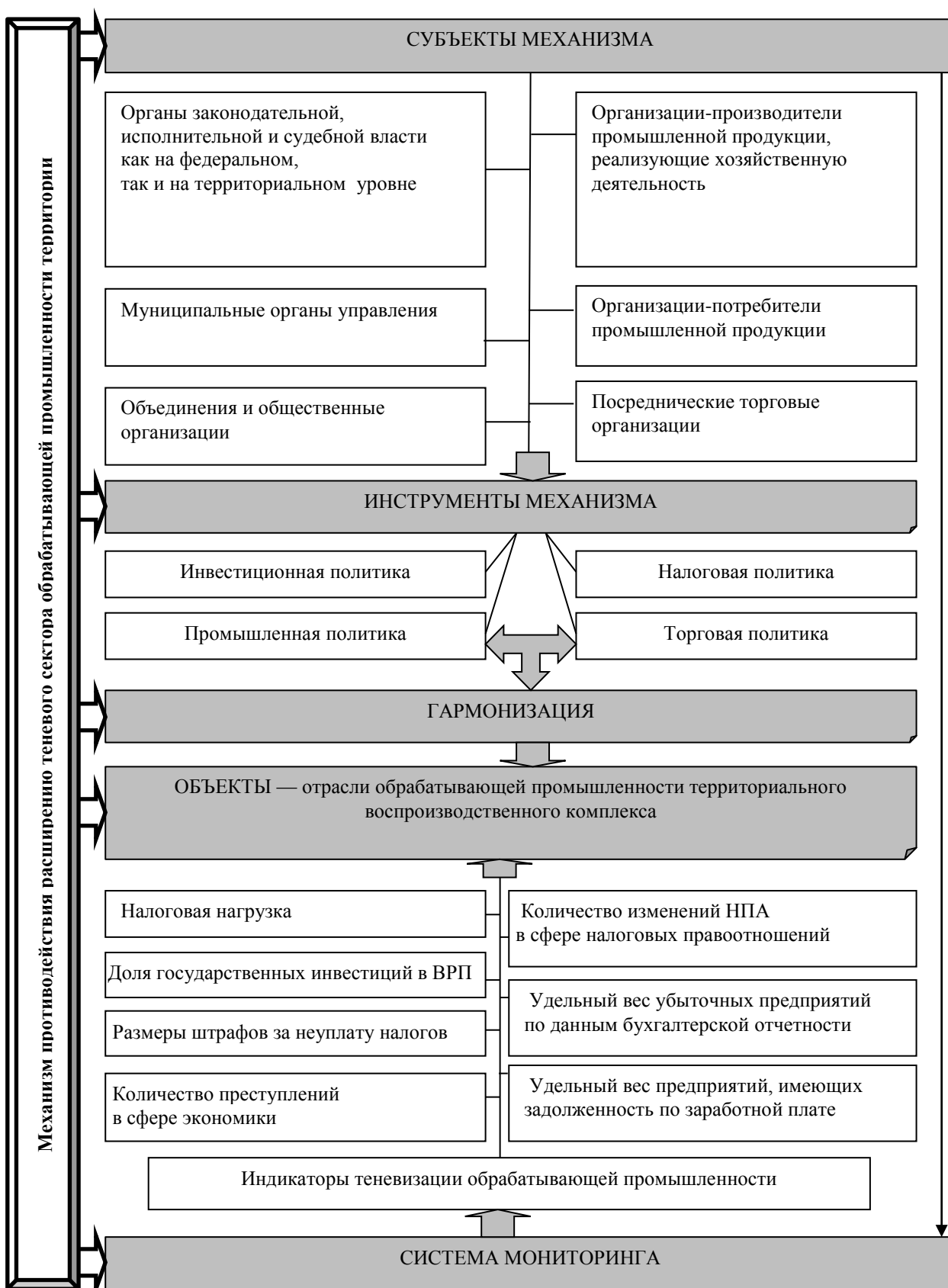


Рисунок 1 — Механизм противодействия расширению теневого сектора обрабатывающей промышленности территории

Подводя итог, необходимо отметить, что в статье предложена методика оценки масштабов внезаконной деятельности в территориально-отраслевом промышленном комплексе, основанная на синтезе косвенных методов микроэкономического анализа и макроэкономических индикаторов и позволяющая детерминировать долю внезаконного сегмента экономики, а также оценить потери бюджетной системы. Также разработана структура механизма противодействия расширению теневого сектора обрабатывающей промышленности территории, субъекты которого реализуют управленческие воздействия на объекты детеневилизации производственной сферы посредством эквивалентного, сопоставленного и согласованного использования инструментов инвестиционной, налоговой, промышленной и торговой полити-

ки на основе получаемых релевантных данных мониторинговой системы.

Библиографический список

1. Руденко, В. В., Кузьменко, В. В., Трысячный, В. И. Разработка промышленной политики в системе обеспечения экономической безопасности // TERRA ECONOMICUS. — 2014. — № 2–2. — Т. 12. — С. 11–15.
2. Промышленность России. 2013 : стат. сб. — М. : Росстат, 2014.

Bibliographic list

1. Rudenko, V. V., Kuzmenko, V. V., Trysyachniy, V. I. Development of industrial policy in system of providing economic security // TERRA ECONOMICUS. — 2014. — № 2–2. — Т. 12. — P. 11–15.
2. Industry of Russia. 2013 : stat. compilation. — M. : Rosstat, 2014.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

А. М. Басенко, И. В. Ишанов

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ВЭД РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье авторы рассматривают основные направления совершенствования процесса формирования и реализации стратегии развития внешнеэкономической деятельности области. Результатом стратегического подхода является консолидация интересов населения, деловых кругов, от известных организаций и органов исполнительной власти Ростовской области.

Ключевые слова

Внешнеэкономический потенциал региона, международные экономические отношения, международное разделение труда, общественное партнерство, стратегия развития региона, инновационные формы развития, системный подход.

А. М. Basenko, I. V. Ishanov

MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE PROCESS OF FORMATION AND IMPLEMENTATION OF DEVELOPMENT STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ROSTOV REGION

Annotation

Authors considers the main directions of improving the process of formation and implementation of the development strategy of foreign economic activity of the area. The result of a strategic approach is to consolidate the interests of the public, the business community, from the well-known organizations and executive authorities of the Rostov region.

Keywords

Foreign economic potential of region, international economic relations, international division of labor, social partnership, strategy of development of the region, innovative forms of development, system approach.

Социально-экономическое развитие Ростовской области находится в прямой зависимости от социально-экономической ситуации в России и мире в целом.

Стратегия развития региона должна изначально базироваться на основании внешнеэкономического потенциала региона, и соответственно особенностей

экономической жизни ЮФО. «С применением многоуровневой целостной системы планирования развития региона, включающей в себя миссию, цели, задачи, приоритетные направления и механизм реализации экономической и социальной политики, с учетом принятых и разрабатываемых программ как на федеральном, так и местном уровне,

концепций и мероприятий социально-экономического развития разных уровней управления. Для выявления и составления остронедостаточных мероприятий, являющихся институциональной основой формирования внутренней и как следствие внешнеэкономической деятельности региона, необходимо:

- проанализировать текущее социально-экономическое положение региона, дать оценку сложившимся тенденциям и трендам социально-экономического развития, определить место и роль Ростовской области в системе международных и межрегиональных социально-экономических связей и отношений;

- определить долгосрочные экономические и социальные приоритеты Ростовской области, достижение которых позволит решить текущие проблемы, минимизировать перспективные риски и угрозы, преодолеть ограничения, использовать имеющиеся возможности и конкурентные преимущества в системе межрегионального и международного разделения труда, обеспечить устойчивое развитие региона;

- определить целевые индикаторы и разработать механизм реализации долгосрочных социально-экономических целей и задач;

- разработать механизм управления процессом стратегирования в регионе на определенные временные периоды» [8].

Стратегия развития внешнеэкономической деятельности Ростовской области должна базироваться на основании федеральных законов, областных программ, опираясь на законодательные и нормативные акты, а также областные ведомственные целевые программы.

Специализация Ростовской области является основой экономического анализа для построения стратегии развития региона.

В сравнении с Российской Федерацией для Ростовской области харак-

терна специализация в таких видах экономической деятельности, как: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (превышение доли сектора в структуре ВРП Ростовской области по сравнению с долей в структуре ВВП РФ по данным за 2015 г. составило 2,7 р.); обрабатывающие производства (1,2 р.); производство и распределение электроэнергии, газа и воды (1,07 р.); строительство (1,6 р.); гостиницы и рестораны (1,26 р.); транспорт и связь (1,09 р.); образование (1,36 р.); здравоохранение и предоставление социальных услуг (1,17 р.).

Для определения специализации в разрезе обрабатывающей промышленности используется метод сравнения относительных долей видов деятельности в общем объеме отгруженной продукции Ростовской области с сопоставимыми среднероссийскими показателями. Если доля отгруженной продукции собственного производства в совокупном объеме превышает долю рассматриваемого вида деятельности в отгрузке на уровне Российской Федерации, данный вид деятельности рассматривается как отрасль специализации. Для определения специализации Ростовской области использовались данные об объеме отгруженной продукции собственного производства в 2015 г. (табл. 1) [8].

Для определения доминирующих секторов промышленности Ростовской области выполнена классификация видов деятельности обрабатывающих производств, в зависимости от их доли в общем объеме отгрузки продукции собственного производства по данным за 2015 г.

1. Группа А — доминирующие виды деятельности, обеспечивающие 75 % отгруженной продукции собственного производства обрабатывающей промышленности — включает в себя: «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака», «Металлургическое производство и производ-

ство готовых металлических изделий», «Производство транспортных средств и оборудования», «Производство кокса и нефтепродуктов» и «Производство машин и оборудования».

2. Группа В — недоминирующие виды деятельности, обеспечивающие остальные 25 % отгруженной продукции собственного производства обрабатывающей промышленности — включает в себя: «Производство прочих неметаллических минеральных продуктов»,

«Текстильное и швейное производство», «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования», «Химическое производство» «Прочие производства», «Производство резиновых и пластмассовых изделий», «Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность», «Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви» и «Обработка древесины и производство изделий из дерева» [8].

Таблица 1 — Структура обрабатывающей промышленности по видам деятельности в разрезе отгруженной продукции собственного производства в 2015 г., % [10]

Наименование видов деятельности	РФ	Ростовская область
Обрабатывающие производства	100	100
из них:		
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	17,8	26,8
Текстильное и швейное производство	1,0	4,1
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,2	0,5
Обработка древесины и производство изделий из дерева	1,4	0,2
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	3,2	2,2
Производство кокса и нефтепродуктов	18,6	8,8
Химическое производство	7,7	3,9
Производство резиновых и пластмассовых изделий	2,7	2,6
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	4,4	4,8
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	18,4	17,3
Производство машин и оборудования	5,0	7,6
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	5,9	3,9
Производство транспортных средств и оборудования	9,1	14,4
Прочие производства	4,6	2,9

Исходя из имеющихся данных (табл. 2), можно сделать обобщение о том, что Ростовская область занимает лидирующее место как по Южному федеральному округу, так и в сравнении со среднероссийскими показателями по областям, по темпам экономического роста и развития, показывая темпы роста экономики на уровне 107–113 % в год. С учетом возникших мировых геополитических возмущений, а также роста экономических санкций в отноше-

нии России, а также последствий мирового финансово-экономического кризиса, можно говорить о некотором снижении динамики экономики региона; если рассматривать в денежном выражении, то можно увидеть снижение в 2014 г. ВРП Ростовской области на 10,8 % относительно уровня 2013 г. В сравнении с динамикой ВВП России и ВВП субъектов ЮФО экономика Ростовской области испытала одно из самых существенных сокращений.

Таблица 2 — Индекс физического объема валового регионального продукта субъектов ЮФО и РФ в 2009–2014 гг., в % к предыдущему году [10]

Наименование субъекта	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Российская Федерация	107,4	107,6	108,3	108,3	105,7	92,4
Республика Адыгея	111,5	107,9	107,0	116,0	114,0	106,1
Республика Калмыкия	104,2	106,8	103,1	103,4	102,2	101,4
Краснодарский край	109,3	106,1	110,7	110,3	108,8	98,2
Астраханская область	102,8	105,4	107,8	108,5	108,0	89,4
Волгоградская область	109,4	105,2	101,7	107,0	105,7	87,0
Ростовская область	113,2	106,9	112,2	112,4	110,2	89,2

По данным за 2014 г., ВРП Ростовской области в расчете на душу населения составил 131 312,2 руб. Среди субъектов ЮФО Ростовская область стабильно занимает 4-е место, опережая

лишь Республики Калмыкию и Адыгею, при этом значение данного показателя отстает от среднего по ЮФО и существенно ниже, чем в целом по Российской Федерации (рис. 1) [3].

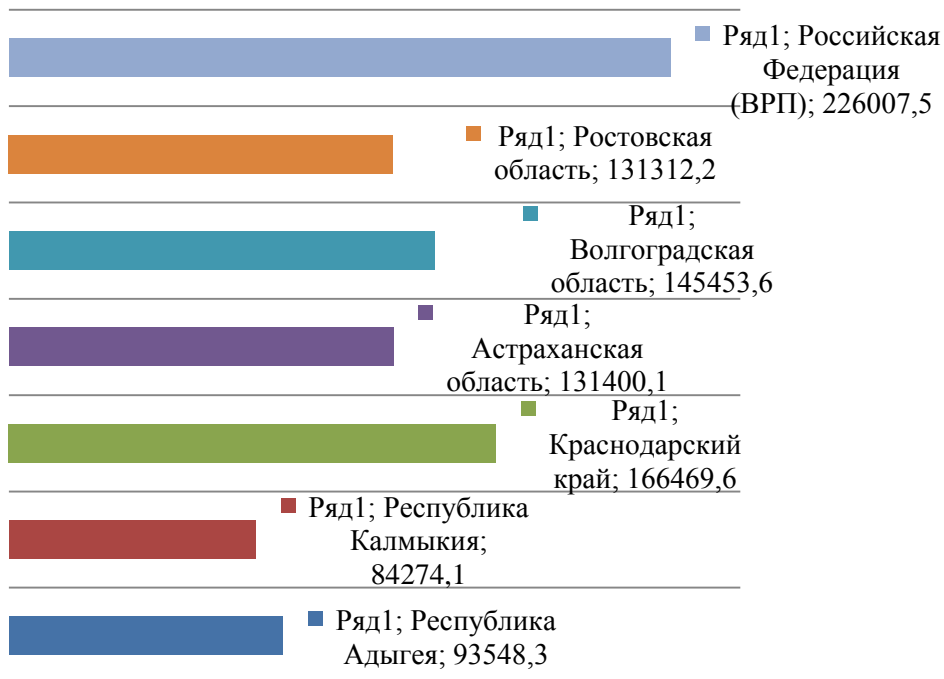


Рисунок 1 — ВРП субъектов РФ и ЮФО в расчете на душу населения в 2014 г., руб. [10]

В 2014 г. промышленность Ростовской области в целом компенсировала существенное сокращение физических объемов производства, произошедшее в результате финансово-экономического кризиса. По итогам 2014 г., индекс промышленного производства (полный круг предприятий) к 2013 составил 115,9 и 98,0 % к уровню

докризисного 2012 г. Указанная восстановительная динамика в целом повторяет (с незначительным отставанием) динамику данного показателя в целом по РФ. Тем не менее на более длительном временном отрезке Ростовская область продолжает сохранять лидирующие позиции. Так, в сравнении с базой 2009 г. индекс промышленного производства

Ростовской области в 2014 г. составил 158,5 %, что является вторым результатом среди субъектов ЮФО после Республики Адыгеи, где индекс промышленного производства на указанном временном промежутке практически удвоился. По итогам 2014 г. объем отгруженной продукции по промышленным видам деятельности в Ростовской области составил 471 077,3 млн руб. В структуре ЮФО на долю Ростовской области в разрезе данного показателя приходится 30,9 %, что является вторым по величине результатом после Волгоградской области [6].

Анализируя результаты социально-экономического развития Ростовской области, основных трендов, направлений и условий развития мировой, российской и окружной экономики, а также принимая во внимание уникальность потенциала, специфику проблем и рисков развития, миссию Ростовской области можно сформулировать так: **«Ростовская область — управленческий и инновационно-технологический центр юга и части Центрально-Черноземного региона России, а также граничащих с ней территорий СНГ, обеспечивающий устойчивое экономическое и пространственное развитие, высокий уровень и качество жизни населения Ростовской области»** [8].

Международное сотрудничество Ростовской области играет важную роль как в социально-экономическом развитии, так и в укреплении позиций региона в качестве управленческого и контактного центра юга и части Центрально-Черноземного региона России, а также приграничных территорий СНГ. В 1998–2000 гг. Ростовская область осуществляла сотрудничество с 95 государствами мира, в 2011 г. их число увеличилось до 110. Несмотря на то что основная доля вышеуказанных контактов осуществляется в торговой сфере, важное значение в развитии международно-

го сотрудничества играет укрепление культурных, образовательных и иных связей. Огромное значение в активизации данного процесса имеют дипломатические представительства. Учитывая стратегическую значимость дипломатических отношений, в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации № 1099-р от 21.08.2001 в Ростове-на-Дону открыто представительство Министерства иностранных дел России. В дальнейшем при активном содействии органов исполнительной власти региона в г. Ростове-на-Дону открыт ряд дипломатических представительств зарубежных государств, в частности, на сегодняшний день действуют Генеральные консульства Украины, Армении, Румынии, работают почетные консулы Словакии, Франции и Республики Кореи. С января 2010 г. работает Отделение Торгового представительства Венгерской Республики, в марте 2011 г. в г. Ростове-на-Дону открыто Отделение Посольства Республики Беларусь.

Практика показывает, что открытие дипломатических представительств в регионе оказывает прямое воздействие на рост показателей, характеризующих внешнеэкономические связи. Внешнеторговый оборот с Республикой Арменией в 2014 г. составил 29,7 млн долл., что в 5,4 раза больше, чем в 2010 г.; с Францией — 37,6 млн долл., что в 2 раза больше, чем в 2010 г.; с Румынией — 54,2 млн долл., что в 20,8 раза превышает уровень 2010 г. [8].

За период с 2009 по 2015 г. в Ростовской области побывали около 100 международных делегаций, более 30 из них возглавляли Чрезвычайные и Полномочные послы. Наиболее часто область посещали Главы посольств США, Великобритании, Франции, Швеции, Германии и Республики Кореи. За последние 5 лет в Ростовской области были проведены мероприятия, имеющие важное значение не только для ре-

гиона, но и в целом для РФ, в частности, встреча на высшем уровне «Россия — ЕС» (май 2010 г.), «Дни Финляндии в Ростовской области», визиты Президентов Венесуэлы, Армении, Абхазии, Южной Осетии, Премьер-министра Республики Беларусь и др.

Развитие внешней торговли Ростовской области, в особенности ее экспортной составляющей, является одним из условий и одновременно индикатором развития конкурентоспособности региональной экономики. Инновационный и модернизационный векторы социально-экономического развития области во многом опираются на рост производительности труда, повышение уровня конкуренции — что обусловлено инвестиционным и технологическим взаимодействием с зарубежными партнерами, совершенствованием технико-технологической базы, управленческих навыков и техники оперирования на зарубежных рынках. Тем более это актуально в свете вступления и деятельности России во Всемирной торговой организации (ВТО).

Цели и задачи долгосрочного развития международного сотрудничества и ВЭД Ростовской области.

Стратегической целью развития международного сотрудничества и ВЭД Ростовской области является увеличение объема и оптимизация структуры внешнеторгового оборота, укрепление позиций области как культурного, делового и управленческого центра юга и части Центрально-Черноземного региона России, а также граничащих с Ростовской областью территорий СНГ.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих задач:

- создание организационных и правовых условий для развития международного сотрудничества и активизации внешнеэкономической деятельности организаций Ростовской области;
- приоритетное развитие ВЭД как фактора экономического роста региона,

обеспечивающего повышение конкурентоспособности Ростовской области на мировых рынках инновационно-интеллектуальных услуг, технологий, сырья и продовольствия;

- создание системы информационно-консультационного обеспечения действующих и потенциальных организаций-экспортеров Ростовской области;

- увеличение доли экспорта в структуре внешнеторгового оборота в целом и, прежде всего, доли экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью;

- формирование привлекательного имиджа региона за рубежом;

- совершенствование системы защиты местной промышленности в процессе интеграции региональной и мировой экономики;

- локализация на территории Ростовской области институтов международных отношений в экономической, социальной, культурной и других сферах [8].

Для реализации поставленных целей и задач, решения проблем, сдерживающих долгосрочное развитие международных отношений и ВЭД Ростовской области, необходимо выполнить следующие мероприятия [8].

1. На основании многолетнего опыта области по реализации областных целевых программ поддержки экспорта в 2009–2016 гг. обеспечить стратегическое лидерство Ростовской области на юге России в практике работы с участниками ВЭД.

2. Разработать и актуализировать систему стратегических документов, направленных на развитие международных отношений и внешнеэкономической деятельности и поддержку приоритетных направлений экспорта.

3. Продолжить развитие системы оказания финансовой поддержки организациям-экспортерам Ростовской области.

4. Активизировать работу по открытию в Ростове-на-Дону торговых

представительств и отделений Посольств зарубежных стран, а также визовых центров, что значительно облегчит установление прямых деловых контактов, увеличит приток иностранных инвестиций и количество совершаемых экспортно-импортных торговых операций.

5. Создать на принципах государственно-частного партнерства совместно с органами власти, банками и частным бизнесом специализированной организации — Центра инвестиционного инфраструктурного развития Ростовской области, осуществляющей приобретение и инфраструктурное обустройство земельных участков для последующей передачи их инвесторам — участникам ВЭД под строительство промышленных предприятий.

6. С учетом мнения участников ВЭД Ростовской области содействовать разработке экономически привлекательного для внешнеторговых перевозчиков порядка процедуры таможенного транзита внешнеторговых грузов из стран Азии и Ближнего Востока в Черноморско-Средиземноморский бассейн по российским внутренним водным путям, в части порядка взимания залоговых платежей, таможенного сопровождения на основе использования современных информационных и контрольно-навигационных технологий.

7. Разработать механизм и расширить практику обратной связи между участниками ВЭД (прежде всего, средние и малые предприятия) и ФТС РФ по различным проблемам ВЭД. Ввести в постоянно действующую практику проведение прямого диалога между таможенными органами и предпринимательским сообществом.

8. Содействовать расширению использования нефинансовых, информационно-консультационных мер и механизмов государственной поддержки экспортеров, ликвидации административных барьеров при осуществлении ВЭД.

9. Содействовать изменению подходов к действующим образовательным стандартам и процессу получения высшего, второго высшего и дополнительного профессионального образования по профилям направлений «Менеджмент» и «Экономика» в целях расширения объемов и углубления практики изучения курсов «международный бизнес» и «организация внешней торговли предприятия и организации». Реализовать на базе вузов Ростовской области пилотный проект в рамках данного направления подготовки профессиональных кадров.

10. Проводить на территории Ростовской области различные международные мероприятия в сферах бизнеса, культуры, образования и пр.

Важным инструментом активизации ВЭД является развитие таких институциональных механизмов, как:

- учреждение представительств Ростовской области за рубежом;
- обучение и повышение квалификации участников ВЭД по технике ведения и развития ВЭД;
- информационное обеспечение управленческих решений;
- защита приоритетных отраслей экспорта (снижение пошлин на комплектующие части для производства машинотехнической и другой готовой экспортной продукции);
- содействие региональным экспортерам готовой продукции.

Для смягчения последствий вступления России в ВТО администрация Ростовской области должна предпринять комплекс мер, нацеленных на повышение конкурентоспособности предприятий области:

- формирование специальной рабочей группы (межведомственной комиссии) при администрации Ростовской области;
- стимулирование технического и технологического перевооружения предприятий (за счет субсидирования процентной ставки по привлекаемым

кредитам и использования др. финансовых механизмов);

– организация работ по аттестации предприятий на соответствие международным стандартам Системы менеджмента качества серии ISO9000;

– усиление информационного сопровождения процесса вступления и деятельности РФ в ВТО: проведение «круглых столов», научно-практических семинаров и конференций по различным аспектам ВТО, проведение информационной кампании в СМИ, формирование специального раздела на сайте администрации области;

– проведение экспертизы действующего и разрабатываемого регионального законодательства в целях приведения его в соответствие с нормами и принципами ВТО;

– содействие формированию и нормальному функционированию отраслевых ассоциаций предприятий;

– создание финансово-экономического механизма, стабилизирующего ситуацию на ключевых для региона рынках;

– организация мониторинга развития ситуации и оценка позиций ростовских предприятий на рынках специализации (совместно с ТПП, РСПП и отраслевыми ассоциациями) с целью информирования и консультирования предприятий и организаций о последствиях вступления в ВТО, а также оперативной разработке мероприятий по снижению рисков;

– организация подготовки и переподготовки кадров в сфере правового регулирования ВТО, применение мер защиты от недобросовестной конкуренции, разрешение торговых споров, использование международных стандартов финансовой отчетности и др.;

– разработка совместно с вузами области образовательных программ, организация и проведение обучения специалистов: менеджеров, экономистов, юристов, бухгалтеров и других по проблемам ВТО.

Библиографический список

1. Кретов, И. И., Садченко, К. В. Внешнеторговое дело. — 2-е изд. — М. : Дело и Сервис, 2010. — С. 50.

2. Панкратов, В. Г., Федоткин, В. В. Таможенное регулирование внешнеторговой деятельности в России. — М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2008. — С. 17.

3. Регионы России. Социально-экономические показатели 2014 г. : стат. сб. / Росстат. — М., 2014.

4. Региональная экономика и управление / Е. Г. Коваленко, Г. М. Зинчук [и др.]. — СПб. : Питер, 2007.

5. Российский статистический ежегодник 2014 : стат. сб. / Росстат. — М., 2015.

6. Россия в цифрах — 2014 : стат. сб. — М., 2014.

7. Россия: Интеграция в мировую экономику. — М. : Финансы и статистика, 2008.

8. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области на период до 2020 г. в редакции Постановления Законодательного Собрания Ростовской области № 1752 от 24.11.2011.

9. Хамидулин, А. М. Институциональное обеспечение сбалансированного развития муниципальных образований в регионе // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 2.

10. ИАС «Прогноз» Министерства экономического развития Ростовской области. Дата обращения: июнь 2015 г.

Bibliographic list

1. Cretov, I. I., Sadchenko, K. V. Foreign business. — 2nd ed. — M. : Business and Service, 2010. — P. 50.

2. Pankratov, V. G., Fedotkin, V. V. Customs regulation of foreign trade activities in Russia. — M. : Finance and Statistics : INFRA-M, 2008. — P. 17.

3. Regions of Russia. Socio-economic indicators 2014 : stat. compilation / Rosstat. — M., 2014.

4. Regional economics and management / E. G. Kovalenko, G. M. Zinchuk [etc.]. — SPb. : Peter, 2007.

5. Statistical yearbook 2014 : stat. compilation. — M. : Rosstat, 2015.

6. Russia in Figures 2014 : stat. compilation. — M., 2014.

7. Russia: integration into global economy. — M. : Finance and statistics, 2008.

8. Strategy of social and economic development of Rostov region for period

till 2020 in edition of Resolution of Legislative Assembly of Rostov region № 1752 from 11.24.2011.

9. Hamidulin, A. M. Institutional support balanced development of municipalities in region // Modern problems of science and education. — 2012. — № 2.

10. IAS «Forecast» of Ministry of economic development of Rostov region. Date of access: June, 2015.

S. M. Buhonova, Yu. V. Kireeva

АЛГОРИТМ РАСЧЕТА ТЕХНИЧЕСКОГО ВОСТРЕБОВАННОГО ПОТЕНЦИАЛА СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГИИ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

При составлении обоснованного регионального прогноза инвестиционной потребности для развития солнечной энергетики необходима оценка регионального потенциала и объема энергопотребления солнечной энергии на территории региона. В статье проведен расчет технического востребованного потенциала солнечной энергии на территории Белгородской области, в соответствии с разработанным алгоритмом его определения.

Ключевые слова

Технический востребованный потенциал, экономический потенциал, солнечная энергия, альтернативная энергетика, энергетический потенциал, energy potential.

S. M. Buhonova, Yu. V. Kireeva

ALGORITHM FOR CALCULATING DEMANDED SOLAR ENERGY POTENTIAL IN BELGOROD REGION

Annotation

In drawing up the sound of the regional forecast investment needs for the development of solar energy need to assess regional capacities and the volume of consumption of solar energy in the region. In the article the calculation of the technical potential of solar energy in demand in the Belgorod region, in accordance with an algorithm developed by us define it.

Keywords

Technical high demand potential, economic potential, solar energy, alternative energy.

На определенном этапе исследования, посвященного формированию инвестиционной стратегии региона в сфере альтернативной энергетики, появились некоторые трудности методического характера, в частности, с недо-

статочной разработанностью категориального аппарата в указанной сфере, а также с несовершенством алгоритмов расчета энергетического потенциала региона. Таким образом, можно сформулировать две задачи: восполнить недо-

статок показателей энергетического потенциала региона; разработать методы расчета предложенных показателей.

Теоретико-методологическую основу исследования составили общенаучные способы получения новых знаний, такие как: анализ, синтез, абстрагирование. В исследовании были применены также специфические методы стратегического мышления.

В определенный промежуток времени и на определенной территории возможности использования альтернативной энергии достаточно ограничены. В научной литературе встречаются данные об огромном потенциале возобновляемых источников. Например, технический потенциал солнечной энергии, доходящей до поверхности Земли, буквально колоссален. «Технический потенциал» дает представление о принципиальных возможностях производства определенного количества энергии с применением определенного вида энергоресурса. При этом технический потенциал не является гарантом возможности и эффективности широкомасштабного применения этого источника. Дополнительным показателем является «экономический потенциал». Значения этого показателя позволяют судить о возможностях и эффективности освоения имеющегося технического потенциала энергоресурса.

Простой расчет количества энергии, которое можно получить на определенной территории с помощью освоенных технологий (именно таким образом и рассчитывается технический потенциал), обладает, по меньшей мере, одним существенным недостатком. Далеко не всегда возможное к получению количество энергии совпадает с востребованным количеством. Например, энергия от фотоэлементов, установленных на крыше многоэтажного дома, может оказаться не востребованной в силу своей небольшой мощности. Подобные сложности относятся к разряду технических, а не экономических, тем

не менее обычно они никак не отражаются на цифрах технического потенциала солнечной энергетики.

Иными словами, практическая деятельность по развитию альтернативной энергетики нуждается в информации, занимающей некое промежуточное положение между сведениями о техническом и экономическом потенциале. Данный показатель определен как «технический востребованный потенциал». Технический востребованный потенциал возобновляемых энергоресурсов представляет собой ту часть их технического потенциала, которая может быть использована с применением известных технологий и гарантированно будет востребована на соответствующей территории совершенно определенным образом.

Предложенный показатель может быть рассчитан по следующему алгоритму:

- определить наличие возобновляемого источника на исследуемой территории (пока без количественных измерений);
- определить возможную сферу применения исследуемого вида энергии, и объем реальной потребности этой сферы;
- сопоставить объем реальной потребности с техническими возможностями использования этой энергии.

Расчет технического востребованного потенциала значительно приблизит нас к обоснованному расчету экономического потенциала и даст возможность разработать механизм и инструменты по освоению последнего.

Итак, можно перейти к непосредственному расчету технического востребованного потенциала солнечной энергии на территории Белгородской области, в соответствии с алгоритмом его определения.

Достаточно известным фактом является то, что за один час на Землю поступает больше солнечной энергии, чем потребляется человечеством в течение года. В связи с этим солнечное излу-

ние как ресурс представляет собой приоритетный источник по сравнению с другими возобновляемыми источниками энергии [1].

Принцип преобразования солнечной энергии в электрическую, лежащий в основе развития фотоэнергетики, известен более ста лет, но наиболее быстрый темп развития это направление получило в последние 20 лет. Достигнутые к настоящему моменту КПД фотоэлектрических генераторов (максимальный — 30 % и более 20 % у преобразователей возможных к массовому производству) наряду с радикальным снижением их стоимости (в семь раз по сравнению с 1981 г.) еще раз подчеркивают необходимость практического освоения именно данного способа получения энергии.

Пожалуй, единственным существенным недостатком использования солнечной энергии является то, что солнечное излучение попадает на определенную точку Земли не постоянно, а периодически, в режиме суточного цикла. Таким образом, возникает необходимость сохранения поглощенной энергии. В пасмурную погоду интенсивность солнечного излучения, достигающего до поверхности Земли, конечно, снижается, но оно не исчезает полностью.

Для непосредственной оценки технического востребованного потенциала солнечной энергии на территории Белгородской области можно воспользоваться следующей формулой:

$$P_{с.э.} = N_{с.и.г.} \times КПД_{с.п.} \times S_{ф.э.}, \quad (1)$$

$N_{с.и.г.}$ — годовая норма солнечного излучения на территории региона;

$КПД_{с.п.}$ — коэффициент полезного действия солнечного преобразователя;

$S_{ф.э.}$ — площадь, покрываемая фотоэлементами солнечных преобразователей.

Подобная формула используется при расчетах технического потенциала солнечной энергетики [2]. Ее применение при определении технического востребованного потенциала с некоторыми корректировками расчета площади фотоэле-

ментов позволит избежать необходимости проверки соответствия между потребностью в солнечной энергии и техническими возможностями ее получения.

Следует определить годовую норму солнечного излучения, падающего на территорию Белгородской области. «В общем случае информация о потоках солнечной радиации может быть получена следующими способами:

- аналитическим, когда необходимые параметры для конкретной географической точки определяются расчетным путем;

- непосредственными (обычно непродолжительными) измерениями на месте;

- многолетними измерениями по единой методике на метеостанциях, результаты которых аккумулированы в климатических справочниках и базах данных» [3].

Первые два способа удобны тем, что они оперативны и низкочастотны, то есть позволяют получать требуемые данные даже на территориях, по которым недлительные предварительные измерения не проводились. В то же время расчетами или непродолжительными измерениями «на месте» невозможно получить точные данные.

Таким образом, основным источником исходной информации для определения солнечного излучения и последующего расчета потенциала солнечных преобразователей на определенной территории, являются климатические справочники и базы данных, создаваемые в течение продолжительных многолетних метеорологических наблюдений на метеостанциях. Необходимую информацию о потоках солнечной радиации на территории отдельных регионов Российской Федерации можно получить в справочниках по климату СССР.

На рисунке 1 представлено распределение солнечной радиации на территории России, составленное на основе сведений климатического атласа СССР.

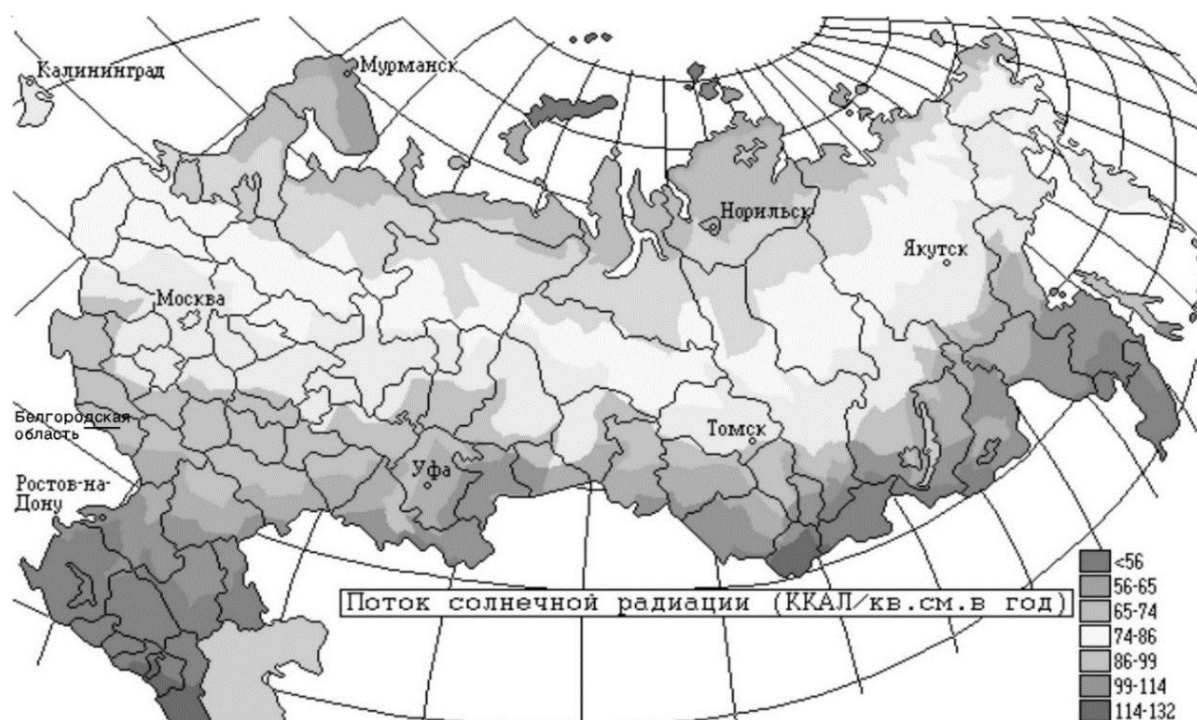


Рисунок 1 — Годовое распределение солнечной радиации на территории России [4]

Согласно представленным на рисунке 1 данным годовой поток солнечной радиации на преобладающей части Белгородской области составляет 86-99 Ккал / кв. см. в год. Южная часть области, составляющая приблизительно 7% всей территории освещается солнцем более интенсивно.

Если сравнивать цифры указанного источника с данными современных исследований, проводимых с использованием спутников (отличаются менее продолжительным периодом) [5], мы обнаружим, что последние имеют несколько большие значения. Излучение, измеренное с помощью спутника, на территории Белгородской области составляет от 94 до 109 Ккал / кв. см в год.

Кроме указанных источников данные о солнечном излучении (радиации) содержатся в строительных нормативах. Но информация в подобных документах относится в основном только к отопительному периоду, а также к горизонтальной и вертикальной поверхности. Нас же интересует весь годовой цикл и следящая за солнцем поверхность.

Для дальнейших расчетов надо принять значение годового солнечного излучения на территории Белгородской области, равное 96,5 Ккал/(кв. см) (0,1122 (кВт/ч)/(кв. см)), что соответствует средней величине по двум диапазонам: продолжительных измерений на метеостанциях и спутниковых исследований последних лет.

Следующий параметр, необходимый для расчета технического востребованного потенциала солнечной энергии на территории Белгородской области, требующий тщательного обоснования, — это коэффициент полезного действия (КПД) солнечных преобразователей.

Во многих аналогичных расчетах в качестве доступного КПД принималось значение, равное 15 % [6]. Но прогресс не стоит на месте. Уже к 2020 г. новые технологии в производстве солнечных батарей могут значительно увеличить их КПД. На сегодняшний день имеются промышленные образцы солнечных батарей с КПД более 40 % (производитель компания Sharp совместно с сотрудни-

ками Токийского университета, компания Spectrolab), также планируется повышение эффективности преобразования энергии солнечного луча до 50 % к 2025 г. [7]. Поэтому проводятся расчеты диапазона потенциала для КПД солнечных фотоэлементов от 15 до 20 % (нынешнего уровня и ожидаемого к 2020 г.).

Третьим необходимым параметром расчета потенциала солнечной энергии является занимаемая фотоэлементами площадь. В приведенном выше прогнозе ученых Института энергетической стратегии предполагается, что солнечными элементами к 2020 г. будет покрыто около 1 % территории РФ [2]. При этом каких-либо разъяснений о том, каким образом была получена эта цифра, авторы не дают. На наш взгляд, такой расчет чрезвычайно оптимистичен и требует уточнения, которое будет проведено путем определения сферы возможного использования солнечной энергии как непроемчивое, бытовое потребление. Такая постановка проблемы основана на гипотетическом предположении о том, что до 2020 г. фотоэнергетика Белгородской области будет развиваться только путем удовлетворения индивидуальных потребностей населения. Производство электроэнергии солнечными батареями с целью ее поставки на оптовый рынок региона в этом периоде осуществляться не будет. Основанием такого предположения является хотя бы тот факт, что в Белгородской области проводятся мероприятия по развитию биоэнергетики. В условиях ограниченности всех видов ресурсов одновременное развитие сразу двух направлений едва ли осуществимо.

На основе статистических данных, 41 % населения Белгородской области в настоящее время проживает в отдельных домах. Кроме того, в регионе созданы все условия для развития индивидуального жилищного строительства.

Региональная ипотечная корпорация, помимо финансово-кредитной поддержки потенциальных застройщиков, предоставляет им земельные участки, привлекает подрядные организации для строительства дорог и инженерного обеспечения будущих жилых микрорайонов.

В области создана необходимая нормативная и законодательная база, действует структура управления индивидуальным жилищным строительством, составлен реестр земель, предназначенных для размещения индивидуального жилищного строительства, определены землепользователи. Под строительство жилья выделено 15 тыс. га земли, сформировано около 100 микрорайонов застройки, на которых располагается около 50 тыс. участков под индивидуальное строительство [8].

На этот факт нужно обратить особое внимание. Дело в том, что индивидуальный дом как нельзя лучше подходит для использования населением солнечной энергии. В то же время многоквартирные дома (особенно высотные здания) конструктивно не очень подходят для обустройства солнечными преобразователями. Малая площадь крыш, малоэффективный угол наклона стен, заграждение и как следствие затенение соседними строениями с одновременно большим объемом потребления энергии всеми жильцами дома далеко не всегда позволяют установить на подобных зданиях фотоэлементы необходимой мощности. Подтвердим эти предположения расчетами.

На основе статистических данных о масштабах жилищного фонда Белгородской области и его динамики, а также сведений электробаланса региона можно посчитать среднее энергопотребление населением, приходящееся на один квадратный метр жилого фонда. Результаты расчета содержатся в таблице 1.

Таблица 1 — Потребление электроэнергии населением Белгородской области на 1 квадратный метр жилого фонда

Показатель	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Потреблено энергии населением региона, млн кВт/ч	1033,7	1116,3	1217,1	1072,7	1122,0	1188,7	1261,1
Площадь жилого фонда, тыс. кв. м	37357	38224	39411	40422	41551	42385	43789
Потребление энергии кВт/ч / кв. м	27,67	29,20	30,88	26,54	27,0	28,05	28,80

Из данных таблицы 1 становится очевидным, что, несмотря на активное внедрение энергосберегающих технологий, потребление энергии населением из расчета на 1 квадратный метр жилого фонда в течение рассматриваемого периода практически не менялось. По всей видимости, это объясняется повышающимися потребностями населения, ростом его благосостояния и качества жизни. Таким образом, можно определить искомое среднее как отношение суммы

$$28,31 \text{ кВт/ч} \div 0,1122 \frac{\text{кВт/ч}}{\text{см}^2} \div 0,15 = 1682 \text{ см}^2 = 0,17 \text{ м.}^2$$

Иначе говоря, площадь фотоэлемента должна соотноситься с жилой площадью как 1:5,88.

$$28,31 \text{ кВт/ч} \div 0,1122 \frac{\text{кВт/ч}}{\text{см}^2} \div 0,20 = 1262 \text{ см}^2 = 0,13 \text{ м.}^2$$

Таким образом, площадь фотоэлемента должна соотноситься с жилой площадью как 1:7,69.

Представленный выше расчет сделан на основе данных о среднегодовом солнечном излучении на территории Белгородской области. И для расчета потенциала солнечной энергетики такой расчет можно считать корректным. Но при реальном оборудовании жилого дома солнечными элементами, на наш взгляд, следует ориентироваться на другие цифры. Дело в том, что интенсивность солнечного излучения на территории региона имеет существенные сезонные колебания. По данным, представленным на сайте НИЛ ВИЭ географического факультета МГУ — «Возобновляемые источники энергии Россий-

площади жилищного фонда за весь период к потребленной населением энергии за это же время. Рассчитанное значение составляет 28,31 кВт/ч / кв. м.

Воспользовавшись формулой 1, можно посчитать требуемую площадь фотоэлемента солнечного преобразователя для полного обеспечения электроэнергией одного квадратного метра жилого помещения:

1) для 15 %-ного КПД солнечных преобразователей

2) для 20 %-ного КПД солнечных преобразователей

ской Федерации» [5] — в период с октября по март на территории Белгородской области энергия солнечного излучения на 33,3 % меньше среднего за год, а с апреля по сентябрь на 33,3 % больше. Таким образом, если на жилой дом произвести установку фотоэлементов, площадь которых рассчитана исходя из среднегодового излучения, то в летний период вырабатываемая энергия будет существенно превосходить текущие потребности, а в зимний — не сможет удовлетворить их полностью. Поэтому необходимо все расчеты, связанные с определением технического востребованного потенциала солнечной энергетики на территории Белгородской области, рассчитывать исходя из летнего и зимнего излучения.

1) нынешний уровень (для 15 %-ного КПД солнечных преобразователей):

$$\text{лето} - 0,17 - (0,17 \times 0,33) = 0,11 \text{ м.}^2$$

$$\text{зима} - 0,17 + (0,17 \times 0,33) = 0,22 \text{ м.}^2$$

Иначе говоря, площадь фотоэлемента должна соотноситься с жилой площадью как 1:9,09 летом и 1:4,55 зимой;

2) к 2020 г. (для 20 %-ного КПД солнечных преобразователей):

$$\text{лето} - 0,13 - (0,13 \times 0,33) = 0,09 \text{ м.}^2;$$

$$\text{зима} - 0,13 + (0,13 \times 0,33) = 0,17 \text{ м.}^2$$

Площадь фотоэлемента должна соотноситься с жилой площадью как 1:11,11 летом и 1:5,88 зимой.

Полученные соотношения очень удобны, так как позволяют сразу же определить предельную этажность дома, при которой есть смысл устанавливать солнечные преобразователи. Технические особенности последних, в частности, их максимальная эффективность при перпендикулярном расположении к солнечным лучам, делают пригодными для размещения фотоэлементов только крыши домов. Учитывая то, что на определенную площадку можно установить фотоэлементы со следящей за солнцем поверхностью не большей, чем площадь самой площадки, на крышу дома можно установить только такие солнечные преобразователи, площадь которых будет несколько меньшей площади самой крыши. В то же время жилая площадь одного этажа дома также несколько меньше общей площади этого этажа, которая, в свою очередь, равна площади крыши. Таким образом, с погрешностью меньшей 5 %, можно утверждать, что последние цифры в рассчитанных соотношениях указывают на максимальную этажность дома.

В соответствии с вышесказанным, установленные на крыше фотоэлементы смогут полностью обеспечить электроэнергией:

– в текущий период — жильцов 9-этажного дома летом, 4-этажного дома зимой;

– к 2020 г. — жильцов 11-этажного дома летом, 5-этажного дома зимой.

Проделанные расчеты подтверждают предположение о том, что индивидуальные дома малой этажности (до 4-х этажей) в большей степени подходят для оборудования фотоэлементами, так как уже сейчас существуют технические возможности их полного обеспечения солнечной энергией.

Многоэтажные дома могут быть обеспечены солнечной энергией лишь частично в качестве дополнения существующего централизованного электроснабжения. При этом возникает несколько технических и организационных сложностей. Во-первых, установка солнечных преобразователей на уже введенных в эксплуатацию жилых домах требует реконструкции электросети дома. Во-вторых, управление многоквартирным домом осуществляется коллегиально, и добиться единодушного решения в отношении установки солнечной батареи на крыше, по-видимому, будет непросто. В-третьих, — и это самый главный минус — жители многоэтажек не смогут компенсировать свои затраты на установку фотоэлементов путем возмездной передачи избытка энергии городу. В этом случае инвестиционная стратегия развития альтернативной энергетики лишится одного из самых сильных мотивирующих факторов частных капиталовложений.

Еще раз следует подтвердить обоснование возможности полного энергообеспечения индивидуальных домов солнечными преобразователями. По данным статистики, средняя площадь индивидуального жилого дома на территории Белгородской области составляет 164 кв. м. Исходя из среднего потребления энергии на 1 кв. м семья, проживающая в индивидуальном доме, в среднем за год потребляет: $164 \times 28,31 = 4642,84$ кВт/ч. Исходя из годового потока солнечного излучения на территории Белгородской об-

ласти и КПД солнечных преобразователей, требуемая площадь фотоэлемента для полного обеспечения энергией одно-

$$4642,84 \text{ кВт/ч} \div 0,1122 \frac{\text{кВт/ч}}{\text{см}^2} \div 0,15 * 1,33 = 366903 \text{ см}^2 = 36,69 \text{ м}^2$$

Учитывая, что двухэтажный дом общей площади 164 кв. м будет иметь абсолютно плоскую крышу не меньшую чем 90 кв. м, фотоэлементы требуемого размера легко на ней разместить. Кроме еще одного подтверждения существующей возможности и целесообразности оборудования индивидуального дома солнечными преобразователями, приведенный расчет позволяет получить окончательно уточненную цифру технического потенциала солнечной энергетики на территории Белгородской области. Для этого в формуле 1 будут использованы следующие данные:

$$P_{\text{с.э.т.п.}} = 0,1122 \frac{\text{кВт/ч}}{\text{см}^2} \times 0,15 \times 366903 \text{ см}^2 \times 30000 = 185249324,7 \frac{\text{кВт}}{\text{ч}} = 185,3 \text{ млн кВт/ч.}$$

$$P_{\text{с.э.2020}} = 0,1122 \frac{\text{кВт/ч}}{\text{см}^2} \times 0,20 \times 366903 \text{ см}^2 \times 30000 = 246999099,6 \frac{\text{кВт}}{\text{ч}} = 47 \text{ млн кВт/ч.}$$

Рассчитанные значения технического и технического востребованного потенциала солнечной энергии на терри-

го индивидуального дома, исходя их зимней интенсивности солнечного излучения, составит:

– в качестве нормы солнечного излучения (Нс.и.г.) — среднегодовая норма;

– в качестве КПД — значение, равное 15 % для текущего периода и 20 % для 2020 г.;

– в качестве площади фотоэлементов ($S_{\text{ф.э.}}$) — поверхность, достаточная для полного обеспечения электроэнергией одного дома средней для Белгородской области жилой площади, умноженная на количество участков, выделенных для индивидуального строительства.

тории Белгородской области представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Технический и технический востребованный потенциал солнечной энергетики в Белгородской области, млн кВт/ч

Показатель	Текущий период	2020 г.
Технический потенциал коммерческого производства солнечной энергии	–	608 900
Технический востребованный потенциал производства энергии фотоэлементами индивидуальных домов	185,3	247

При расчете технического потенциала коммерческого производства солнечной энергии, использовано предположение ученых Института энергетической стратегии о том, что к 2020 г. солнечными элементами будет покрыт 1 % территории России [2] и соответственно Белгородской области. Данный расчет значительно приблизит нас к обоснованному расчету экономического потенциала солнечной энергии и даст возможность разработать механизм и инструменты по ее освоению.

Библиографический список

1. Солнечное излучение как источник энергии // Георесурсы. — 2006. — № 4. — С. 30.

2. Синяк, Ю. В. [и др.]. Топливо-энергетический комплекс России: возможности и перспективы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Института энергетической стратегии. — Режим доступа: <http://www.energystrategy.ru> (Дата обращения: 25.05.2013).

3. Актинометрические данные как основа для оценки ресурсов солнечной энергии [Электронный ресурс] // Возобновляемые источники энергии Российской Федерации. — Режим доступа : <http://www.energystrategy.ru> (Дата обращения: 28.05.2014).

4. Климатический атлас СССР. — М., 1960, 1962. — Ч. 1, 2.

5. Карты. Солнечное излучение [Электронный ресурс] // Возобновляемые источники энергии Российской Федерации. — Режим доступа : http://gisvie.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=174:2012-09-04-16-10-17&catid=48:nasa--&Itemid=79 (Дата обращения: 28.05.2014).

6. Саврасов, В. Ф. [и др.]. Анализ использования солнечной энергии в Томской области // Известия Томского политехнического университета. — 2011. — № 4. — Т. 318. — С. 107–112.

7. Инновационное развитие альтернативной энергетики. — М., 2011. — Ч. 2. — С. 69.

8. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 г. : [Постановление правительства Белгородской области № 27-пп от 25.01.2010] // Белгородские известия. — 2010. — № 3.

Bibliographic list

1. Solar radiation as energy source // Georesources. — 2006. — № 4. — P. 30.

2. Sinyak, Yu. V. [etc.]. Energetic complex of Russia: opportunities and perspectives [Electronic resource] // Official site of Institute of energetic strategy. — Mode of access : <http://www.energystrategy.ru> (Date of access: 05.25.2013).

3. Actinometric data as a basis for evaluating solar energy resources [Electronic resource] // Renewable energy of Russian Federation (GIS for environmental engineering). — Mode of access : www.energystrategy.ru (Date of access: 05.28.2014).

4. Climate atlas of USSR. — М., 1960, 1962. — P. 1, 2.

5. Maps. Solar radiation [Electronic resource] // Renewable energy of Russian Federation (GIS for environmental engineering). — Mode of access : http://gisvie.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=174:2012-09-04-16-10-17&catid=48:nasa--&Itemid=79 (Date of access: 05.28.2014).

6. Savrasov, V. F. [etc.]. Analysis of use of solar energy in Tomsk region // Bulletin of Tomsk polytechnic university. — 2011. — № 4. — Т. 318. — P. 107–112.

7. Innovative development of alternative energy. — М., 2011. — P. 2, 69.

8. Approval of Strategy of socio-economic development of Belgorod region for the period up to 2025 : [Decree of government of Belgorod region № 27-PP from 25.01.2010] // Belgorod news. — 2010. — № 3.

**ОБЩИЙ МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ (НАДЗОРА):
ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

Аннотация

В статье рассматривается сущность государственного контроля (надзора), его основные разновидности и правовые основы. Отдельное внимание уделяется особенностям проведения мероприятий по контролю и надзору в тех или иных направлениях экономики в федеральном и региональном аспекте, рассматриваются базовые компоненты каждого вида контроля и специфика их правоприменения.

Ключевые слова

Понятие государственного контроля (надзора), его виды и способы осуществления, нормативно-правовая база.

N. P. Gubin

**GENERAL MECHANISM OF THE STATE CONTROL (SUPERVISION):
CONCEPT, TYPES, STANDARD AND LEGAL REGULATION**

Annotation

Article discusses the nature of state control (supervision), its main varieties and legal framework. Special attention is paid to the peculiarities of the measures of control and supervision in certain areas of the economy in the Federal and regional aspects, considering the basic components of each type of control and specificity of their enforcement.

Keywords

Concept of state control (supervision), its types and methods of implementation, regulatory framework.

В прошлом и настоящем необходимость регулирования различных сфер общественной жизни и общественных отношений была и остается очевидной. В современном государстве контроль занимает важное место в механизме организации всех сфер его жизнедеятельности. «Государственный контроль — это специфический вид деятельности государственных органов, основной целью которой является обеспечение законности в различных сферах общественных отношений. Данный вид представляет собой систему наблюдения, а также проверки фактического состояния и функционирования управляемого объекта с целью оценки обоснованности и эффективности принятых управленческих решений, а также ре-

зультата их выполнения, выявления отклонений от требований, сформулированных в этих решениях, устранения неблагоприятных последствий их исполнения и информирования о них компетентных органов» [5, 1].

Процесс осуществления государственного контроля (надзора), его структурные элементы в совокупности являются его механизмом, который дифференцируется по территориальному признаку, федеральному, региональному или муниципальному уровню с учетом правомочий, компетенции и предмета ведения. Немаловажную роль здесь играет и финансовая политика государства в целом, противостояние банковского сообщества, а также иных финансовых организаций, являющихся

участниками финансовых рынков, реализующих финансово-кредитные продукты в форме услуг.

Необходимо понимать, что какая-либо трансформация или модернизация механизма государственного контроля (надзора) невозможна без обозначения органами государственной власти приоритетов в соответствующей (в данном случае, финансовой) сфере, а также вызовами мирового финансового рынка.

Основные целевые ориентиры обозначены в таких нормативных актах, как: Распоряжение Правительства РФ № 2043-р от 29.12.2008 «Об утверждении Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 г.», заявление Правительства РФ № 1472п-П13, Банка России № 01-001/1280 от 05.04.2011 «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 г.», Распоряжение Правительства РФ № 1293-р от 22.07.2013 «Об утверждении Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 г.», а также один из правовых инструментов государственного контроля (надзора), приказ ФАС России № 433 от 28.06.2012 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения кредитной организации».

Общее понятие государственного контроля (надзора) содержится в Федеральном законе № 294-ФЗ от 26.12.2008 (ред. от 29.06.2015) «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». Следует отметить, что указанным нормативно-правовым актом руководствуется в своей деятельности только Роспотребнадзор.

В общепринятом понимании *государственный контроль (надзор)* определяется как «деятельность уполномоченных органов государственной власти (федеральных органов исполнительной

власти и органов исполнительной власти субъектов РФ). При этом к уполномоченным органам на основании характера их конституционных взаимоотношений, относятся те, которые входят в систему органов исполнительной власти.

Функции контроля и надзора (контрольно-надзорная деятельность) закреплены за федеральными службами в рамках четырех основных направлений работы федеральных органов исполнительной власти, к которым отнесены: принятие нормативных правовых актов (нормотворческая деятельность); контроль и надзор; управление государственным имуществом; оказание государственных услуг» [2, 14].

Согласно Указу Президента РФ № 314 от 09.03.2004 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» к функциям по контролю и надзору относятся:

- осуществление действий по контролю и надзору за исполнением органами государственной власти, органами местного самоуправления, их должностными лицами, юридическими лицами и гражданами установленных Конституцией РФ, федеральными конституционными законами, федеральными законами и другими нормативными правовыми актами общеобязательных правил поведения;

- выдача органами государственной власти, органами местного самоуправления, их должностными лицами разрешений (лицензий) на осуществление определенного вида деятельности и (или) конкретных действий юридическим лицам и гражданам;

- регистрация актов, документов, прав, объектов, а также издание индивидуальных правовых актов [1, 1].

Федеральные службы, создаваемые и действующие на территории России, разграничиваются в правовом, организационном отношении. При таком делении, по мнению А. В. Калмыковой, они характеризуются:

– выполнением функций в рамках обороны страны и обеспечения ее безопасности, защиты государственной границы, борьбы с преступностью;

– осуществлением контрольно-надзорных функций [4].

Особое внимание следует уделить контрольно-надзорным полномочиям федеральных служб, поскольку именно они являются основным направлением деятельности данного вида органов исполнительной власти. Спектр их полномочий, так же, как и объем контрольно-надзорных действий данных органов власти, весьма обширен. Так, федеральные службы вправе проводить исследования, экспертизы, осуществлять анализ первичной информации, выдавать разрешения, лицензии, осуществлять мониторинг в отдельных отраслях, государственную регистрацию прав, объектов и юридических фактов, направлять предписания, которые обязательны для исполнения физическими и юридическими лицами, органами исполнительной власти и местного самоуправления, а также применять меры административного принуждения, включая меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях и административные наказания [4, 12].

Можно выделить следующие отличительные характеристики контроля (надзора) в качестве функций государственных органов.

1. Обеспечение уполномоченными органами законности и целесообразности в рамках государственного управления. Несмотря на наличие разнообразных форм контрольно-надзорной деятельности, все они имеют единую цель, выраженную в установлении фактических данных и аккумулировании информации об итогах выполнения нормативно-правовых актов по установленным вопросам.

2. Наличие административных полномочий, включая принятие решений, при необходимости оперативное

вмешательство в деятельность подконтрольных физических и юридических лиц с целью нейтрализации выявленных нарушений (например, приостановление или отмена действия незаконных нормативных актов управления, применение административно-предупредительных, административно-восстановительных мер, принятие решения о привлечении к правовой ответственности).

3. Обособленность контрольных надзорных органов в системе органов исполнительной власти Российской Федерации.

Основными задачами контрольно-надзорной деятельности являются: предупреждение, выявление и пресечение юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, иными должностными лицами.

Предупреждение нарушений органами исполнительной власти является основным инструментом надзора, предполагающее выполнение действий по исполнению различных обязанностей: дачи разъяснений, представлению истребуемых документов. Ст. 17 Закона определяет меры, которые необходимо применить должностным лицам органов государственного контроля (надзора), органам муниципального контроля в отношении выявленных фактов нарушений, установленных в рамках проведения проверки, в пределах полномочий, закрепленных законодательством Российской Федерации. К ним относятся:

1. Выдача предписания юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю об устранении выявленного нарушения с указанием срока их устранения и (или) проведения мероприятий по предотвращению причинения вреда жизни, здоровью людей, окружающей среде и пр.

2. Осуществление контроля за ходом устранения выявленных нарушений, их предупреждения, предотвращения возможного причинения вреда жизни, здоровья людей и пр.

3. Привлечение к ответственности лиц, допустивших выявленные в рамках проверки нарушения. Если в рамках проверки установлен факт наличия непосредственной угрозы причинения вреда жизни, здоровью людей, вреда окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, а также безопасности государства и пр., уполномоченный орган муниципальной власти обязан своевременно и незамедлительно принять меры по недопущению причинения вреда или прекращению его причинения до временного запрета деятельности юридического лица, его филиала, индивидуального предпринимателя в соответствии с порядком, закрепленным КоАП РФ.

Меры пресечения представляют собой различные методы воздействия на субъектов, в отношении которых проводятся контрольно-надзорные мероприятия. Их существенной характеристикой является неоднородность по форме применения. Меры пресечения нарушений тесно связаны с мерами по устранению последствий выявленных нарушений, а также деятельностью указанных органов государственной власти по систематическому наблюдению за исполнением требований, а также анализу и прогнозированию уровня исполнения требований при осуществлении юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями своей деятельности.

Федеральный государственный контроль (надзор) представляет собой деятельность уполномоченных на осуществление государственного контроля федеральных органов исполнительной власти на всей территории Российской Федерации. Порядок его организации и осуществления устанавливается Президентом РФ или Правительством РФ, если иное не установлено федеральным законом.

Федеральные органы исполнительной власти вправе передавать органам исполнительной власти субъекта РФ часть своих полномочий для осуществле-

ния в рамках заключения соглашений. Соглашение заключается в ситуации, если осуществление части полномочий не может быть возложено в равной мере на исполнительные органы государственной власти субъекта РФ федеральным законодательством. В случае передачи федеральными органами исполнительной власти своих полномочий в рамках соглашений, они обязаны осуществлять контроль соблюдения условий данных соглашений, а также нести полную ответственность за ненадлежащее исполнение переданных полномочий. В соглашении закрепляются условия, порядок передачи части полномочий, включая вопросы их финансирования, срока действия, ответственности сторон, а также основания и порядок его досрочного расторжения, иные моменты, связанные с исполнением соглашения в рамках действия ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

Вопросы организации и порядок осуществления *регионального государственного контроля (надзора)* устанавливаются высшим органом исполнительной власти субъекта РФ в соответствии с требованиями, определенными Президентом РФ или Правительством РФ, если иное не предусмотрено федеральным законом или законом субъекта РФ.

Полномочия субъекта РФ по осуществлению регионального государственного контроля (надзора) могут быть переданы органам местного самоуправления на основании принятия законов субъекта РФ.

К общим полномочиям, имеющим контрольно-надзорную составляющую, относятся:

- права, вытекающие из бюджетных правоотношений (разработка проекта бюджета, его исполнение и подготовка отчета о результатах его исполнения);
- права по обеспечению правопорядка на территории субъекта РФ (меры

по защите прав и свобод человека, собственности, борьба с преступностью);

– права в рамках социально-экономической сферы (разработка региональных программ развития, управление собственностью региона);

– контроль за деятельностью органов местного самоуправления.

Муниципальный контроль представляет собой деятельность органов местного самоуправления, уполномоченных в соответствии с федеральными законами на организацию и проведение на территории муниципального образования проверок соблюдения юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями требований, установленных муниципальными правовыми актами, а также требований, установленных федеральными законами, законами субъектов РФ, в случаях если соответствующие виды контроля относятся к вопросам местного значения.

Ст. 17.1 ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» определяет основы муниципального контроля. Порядок осуществления муниципального контроля в рамках конкретной сферы регламентируется муниципальными правовыми актами или законом субъекта РФ.

Представляется важным акцентировать внимание при формировании муниципального контроля на положениях п. 2 ч. 2 ст. 6 Закона, устанавливающего требования по принятию административных регламентов проведения проверок в рамках осуществления органами местного самоуправления муниципального контроля.

Мероприятие по контролю представляет собой действия должностного лица органа государственного контроля (надзора), либо органа муниципального контроля и привлекаемых в случае необходимости экспертов по рассмотрению документов юридического лица, индивидуального предпринимателя по обследованию эксплуатируемых ими

территорий, зданий, сооружений и иных подобных объектов, транспортных средств и перевозимых грузов, отбору образцов производимой продукции, а также по проведению экспертиз, которые направлены на выявление причинно-следственной связи между выявленным нарушением установленных муниципальными правовыми актами требований и фактом причинения вреда.

Рассмотрение документов юридического лица или индивидуального предпринимателя осуществляется в виде проведения анализа их объема и содержания должностным лицом, осуществляющим контрольно-надзорные мероприятия с последующим принятием решения об их достаточности. Рассмотрение документов проводится в случае уведомления о начале осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности (ст. 8 Закона) или проведении документальной проверки (ст. 11 Закона).

С момента возбуждения дела об административном правонарушении в течение одного месяца должно быть проведено административное расследование по месту совершения или выявления административного правонарушения.

Административное расследование по делу об административном правонарушении, возбужденному должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, проводится указанным должностным лицом, а по решению руководителя органа, в производстве которого находится дело об административном правонарушении, или его заместителя — другим должностным лицом этого органа, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях. Проверка представляет собой совокупность мероприятий, проводимых органом государственного контроля (надзора) или органом муниципального контроля в отношении юридического лица или индивидуального предпринимателя, по контролю соответ-

ствия осуществляемых ими действий (бездействия), производимых и реализуемых ими товаров (услуг) требованиям, установленным законодательством РФ.

Объективно мнение, что мероприятия по контролю и соответственно непосредственно проверка не содержат меры по пресечению и устранению последствий выявленных нарушений, и как следствие не включают в себя меры по привлечению виновных лиц к ответственности. Указанные меры законодатель рассматривает отдельно, и только в совокупности указанные меры по контролю выступают в качестве структурных элементов деятельности уполномоченных органов исполнительной власти, направленной на предупреждение, выявление и пресечение нарушений юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями обязательных требований, то есть элементами государственного контроля (надзора)» [2, 28].

Таким образом, можно говорить о том, что «...конечной целью государственного контроля является восстановление нарушения законов, осуществление наказания виновных лиц в установленной законом форме, а также возмещение ущерба лицам, пострадавшим в результате противоправных действий контролируемых организаций и лиц, то есть государственный контроль в Российской Федерации необходим для обеспечения соблюдения прав граждан и интересов государства» [6,2].

Можно сделать вывод о том, что существующий механизм государственного контроля, прежде всего, контроля финансовых продуктов, реализуемых неопределенному кругу лиц, недостаточно конкретизирован, экономически эффективен и не в полной мере соответствует современным вызовам и реальным запросам общества, в связи с чем нуждается в существенной модернизации и инновационной трансформации с учетом актуальной ситуации на мировом и внутреннем финансовых рынках.

Библиографический список

1. О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти : [Указ Президента РФ № 314 от 09.03.2004] // Собрание законодательства РФ. — 2004. — № 11. — Ст. 945 // СПС «Консультант Плюс», 2013.

2. Бирюкова, Т. А. [и др.]. Комментарий к Федеральному закону № 294-ФЗ от 26.12.2008 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (постатейный) / под ред. А. В. Филатовой // СПС «Консультант Плюс», 2013.

3. Бобрик, М. А. Санкции против России и проблемы кредитного процесса: какая взаимосвязь? // Банковское кредитование. — 2014. — № 6. — С. 48–53.

4. Калмыкова, А. В. Совершенствование правового статуса федеральных контрольно-надзорных органов в условиях административной реформы // Журнал российского права. — 2004. — № 8. — С. 23–33.

5. Дмитриев, Ю. А., Измайлова, Ф. Ш. Государственный контроль в сфере борьбы с преступностью // Прокуратура. Законность. Государственный контроль : сб. науч. трудов. — М. : Манускрипт, 1995. — С. 121–122.

6. Гулягин, А. Ю. Государственный контроль и прокурорский надзор: правовое соотношение понятий и процедур // Государственная власть и местное самоуправление. — 2012. — № 5. — С. 31–35.

Bibliographic list

1. On system and structure of federal executive bodies : [Presidential Decree № 314 from 09.03.2004] // Meeting of legislation of Russian Federation. — 2004. — № 11. — Art. 945 // RLS «Consultant Plus», 2013.

2. Biryukova, T. A. [etc.]. Commentary to Federal Law № 294-FZ from 26.12.2008 «On protection of rights of legal entities and individual entrepreneurs in exercise of state control (supervision) and municipal control» (itemized) / ed. by A. V. Filatova // SPS «Consultant Plus», 2013.

3. Bobrik, M. A. Sanctions against Russia and problems of the credit process: what is the relationship? // Bank lending. — 2014. — № 6. — P. 48–53.

4. Kalmykov, A. V. Improving the legal status of federal regulatory bodies in

terms of administrative reform // Journal of Russian law. — 2004. — № 8. — P. 23–33.

5. Dmitriev, J. A., Izmailov, F. S. State control in the sphere of combating crime // Prosecutor's office. Legitimacy. State control: scientific compilation. — M.: Manuscript, 1995. — P. 121–122.

6. Gulyagin, A. Y. State control and supervision of the prosecutor: the legal relationship between the concepts and procedures // Government and local self-government. — 2012. — № 5. — P. 31–35.

И. Н. Рыкова, Р. С. Губанов, С. С. Аксёнов

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ВИНОГРАДАРСТВА В РОССИИ

Аннотация

В статье рассматривается текущее состояние отечественной отрасли виноградарства, анализируются показатели, характеризующие ее функционирование в России и за рубежом. Дается оценка стран-импортеров винограда и определение перспектив собственного виноделия в российской практике с учетом стратегического планирования. Приводится методика анализа результатов организаций виноградарства, и рассматривается механизм ее адаптации на практике для повышения эффективности развития отрасли виноградарства в России.

Ключевые слова

Виноградарство, виноделие, импорт винограда, организации виноградарства, стратегическое развитие, стратегическое планирование, анализ.

I. N. Rykova, R. S. Gubanov, S. S. Aksionov

ANALYSIS OF THE STATE AND PROSPECT OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF WINE GROWING IN RUSSIA

Annotation

Article discusses the current status of the domestic viticulture industry, analyses the indicators of its functioning in Russia and abroad. Given the rating of countries-importers of grapes and determining the future of winemaking in the Russian practice with respect to strategic planning. The technique of the analysis of the results of the organizations of viticulture and examines the mechanism of its adaptation in practice to improve the efficiency of the industry development of viticulture in Russia.

Keywords

Viticulture, winemaking, import of grapes, viticulture organization, strategic development, strategic planning, analysis.

Развитие отрасли виноградарства как политического приоритета сегодня является финансово и социально значимым направлением в системе разработки планов и программ стратегического планирования промышленности в Российской Федерации. Финансовая автономия данной отрасли сельского хозяйства ограничивает ее возможности в полной мере реализовать ресурсный и производственный потенциал в практике стратегического управления, в связи с чем актуальным становится вопрос государственной и институциональной поддержки развития виноградарства. К тому же на современном этапе одним из перспективных направлений развития экономики России является стратегия возрождения виноградарства и виноделия. Среди долгосрочных целей реализации данной стратегии является доведение в 2020 г. площади виноградников в Российской Федерации до 140 тыс. га. При этом важно обеспечить условия для устойчивого функционирования производителей винограда и вина с точки зрения государственной финансовой поддержки формирования сырьевой базы для виноделия, возмещения прямых затрат производителей винодельческой продукции.

Виноградарство — высокоинтенсивная, доходная и одновременно капи-

талоёмкая отрасль агропромышленного комплекса. Финансовые средства, вложенные в закладку виноградников, на четыре года отвлекаются из оборота. Кроме того, на этот период требуются значительные финансовые ресурсы на уход за молодыми насаждениями. В настоящее время в Российской Федерации выращиванием винограда занимается около 280 специализированных и фермерских хозяйств, из них 61 имеет мощности по первичной переработке винограда. По данным Союза виноградарей и виноделов России, в отрасли занято не менее 86 тыс. человек. В стране потенциально пригодны для виноградарства 300–350 тыс. га земель [9]. Однако в 2010 г. и 2014 г. фактическое использование площади для виноградарства наблюдалось в диапазоне от 62 тыс. га до 86 тыс. га соответственно. В 2014 г. средний размер площади виноградников в ряде стран мира находился в пределах 150–450 тыс. га, исключение составляет Испания, в которой рассматриваемый показатель составил 1038 тыс. га. Минимальный размер площадей виноградников приходится на Российскую Федерацию — 86 тыс. га, которая уступает Бразилии, так как площадь виноградников данной страны в 2014 г. достигла значения — 89 тыс. га (рис. 1).

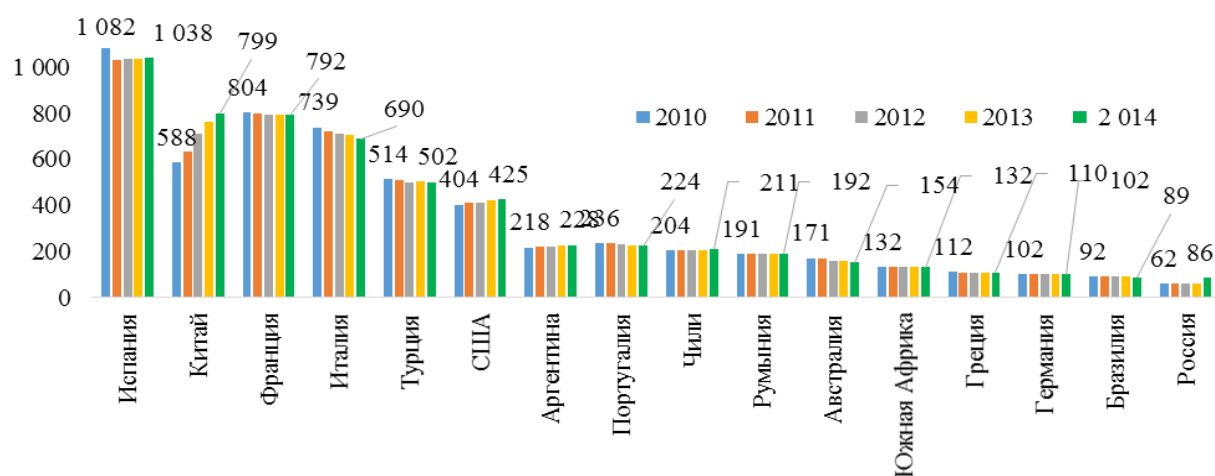


Рисунок 1 — Дифференциация размера площади виноградников в мире в 2010–2014 гг. [7]

Это относительно невысокие показатели, характеризующие состояние виноградарства и виноделия в России, однако их улучшение возможно в обозримом будущем при условии стратегического планирования развития производства и переработки винограда, и стратегического управления результатами данного планирования. В ряде стран мира прослеживается тенденция сокращения объемов использования площадей в 2013–2014 гг., среди них: Франция — 99,87 %; Италия — 97,87 %; Турция — 99,60 %; Португалия — 97,82 %; Австралия — 98,09 %; Бразилия — 98,89 %. Во всем мире в 2014 г. темп роста площадей под виноградарство составил 100,12 % относительно 2013 г. Мировое производство винограда за последние пятьдесят лет характеризуется тенденцией медленного повышения количественных показателей, при этом наблюдалось определенное колебание объемных параметров виноградарства.

Среди причин данного колебания Аварский Н., Соколова Ж., Гасанова Х., Гасанова М. выделяют предпосылки общего и частного характера. К общим причинам относятся: высокая волатильность мировых цен на сырую нефть (они самым непосредственным образом влияют на стоимость основных видов ресурсов, используемых при производстве винограда, топливо, минеральные удобрения, пестициды), а также продовольственные и финансовые кризисы. Не менее серьезное воздействие оказывают также погодные аномалии в результате глобального изменения климата, асинхронность в перезакладках действующих и закладках новых виноградников, разновекторность в государственной политике в области регулирования рынка винограда и продукции его переработки (что влияет на специализацию виноградарства, в том числе на ориентацию на дешевые или дорогие сорта винограда).

Производство винограда целесообразно развивать параллельно с рынком сбыта виноградного вина, так как коммерческий эффект от проектов, предусматривающих реализацию и переработку винограда, может возрасти в условиях различных комбинаций диверсификации бизнеса.

Известно, что страны ЕС являются в совокупности основными производителями, потребителями и экспортерами виноградного вина в мире. По данным ФАО, несмотря на то что в 2000–2013 гг. производство виноградного вина (включая игристые, десертные и крепленые вина) в Евросоюзе снизилось более чем на четверть, на долю региона в 2013 г. приходилось 52 % всего мирового объема производства виноградного вина. В своих последних статистических публикациях МОВВ приводит данные по 18 странам — крупнейшим производителям виноградного вина в мире, из которых 10 приходятся на страны Евросоюза, причем Франция, Италия и Испания образуют ведущую тройку производителей [2]. Однако для эффективного производства вина важно обеспечить задел его сырьевой инфраструктуры, поэтому выращивание высокосортного винограда как источника сырья для виноделия является ключевым звеном в цепи развития виноградарства в России и за рубежом.

Среди факторов, сдерживающих производство винограда в России, на наш взгляд, выступают следующие предпосылки: недостаточные климатические условия сбора винограда в сравнении с государствами Европейской части; неблагоприятная структура стран-импортеров винограда, включенных в санкционный список (ее доля составила 1,68 %); высокие затраты на организацию производства винограда, требующие эффективной модели возмещения.

Решение многофункциональной задачи по выращиванию экологически чистого винограда и производству каче-

ственной продукции из него требует комплексного научно-практического подхода. При этом должна учитываться специфика условий отраслевого производства и перспектива его поступательно прогрессивного развития [3].

Темп роста производства винограда в России и за рубежом изменяется хаотично. Так, например, во Франции, несмотря на снижение объемов площади для виноградарства в 2013–2014 гг. на 0,13 % произошло увеличение объема производства винограда на 26,61 %. В России же при увеличении используемых площадей для виноградарства в 2014 г. на 38,69 % относительно 2013 г.

прирост объема производства винограда за анализируемый период произошел на 20,37 %. Это свидетельствует о том, что выпуск продукции зависит от предоставления площадей виноградарства в меньших пропорциях, чем в других странах, и может быть увеличен в силу наличия потенциала не загруженных полностью площадей. На сегодняшний день можно констатировать, что Россия достигла доли мирового рынка производства винограда в размере 0,72 %, уступая всем анализируемым государствам, в первую очередь, Ирану, Индии и Аргентине с долей производства — 2,95, 3,53 и 3,65 % соответственно (рис. 2).

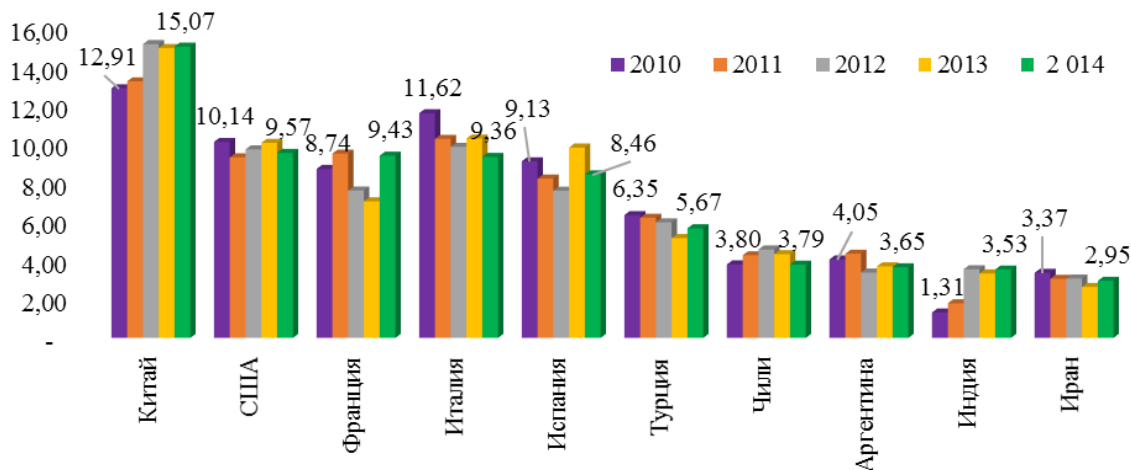


Рисунок 2 — Доля мирового рынка производства винограда в России и за рубежом, % [7]

Не в малой степени положительно на возрождение и развитие исследуемой отрасли экономики в России воздействует улучшение урожайности отечественных организаций виноградарства. Так, например, в 2014 г. в организациях виноградарства г. Севастополя урожайность по сортам винограда составила: Молдова — 38 ц/га; Пино — 40 ц/га; Шардоне — 12 ц/га. В России в 2014 г. урожайность всех площадей наблюдалась в размере 61,12 ц/га. В 1 полугодии 2015 г. яркими представителями, осуществляющими импортные поставки винограда, явились следующие государ-

ства: Чили и Южная Африка, на долю которых приходится 22,92 % и 13,33 % всего импорта винограда в Россию соответственно (рис. 3). Наибольшую долю в структуре регионов-импортеров винограда в 2014 г. занимает Краснодарский край — 30,28 %, далее следует город Москва — 26,19 %. Третье место среди лидеров по импорту винограда в анализируемой структуре отводится городу Санкт-Петербургу — 16,77 %. Наименьший объем импорта винограда наблюдается в таких регионах, как Калининградская область — 0,80 % и Забайкальский край — 0,62 %.

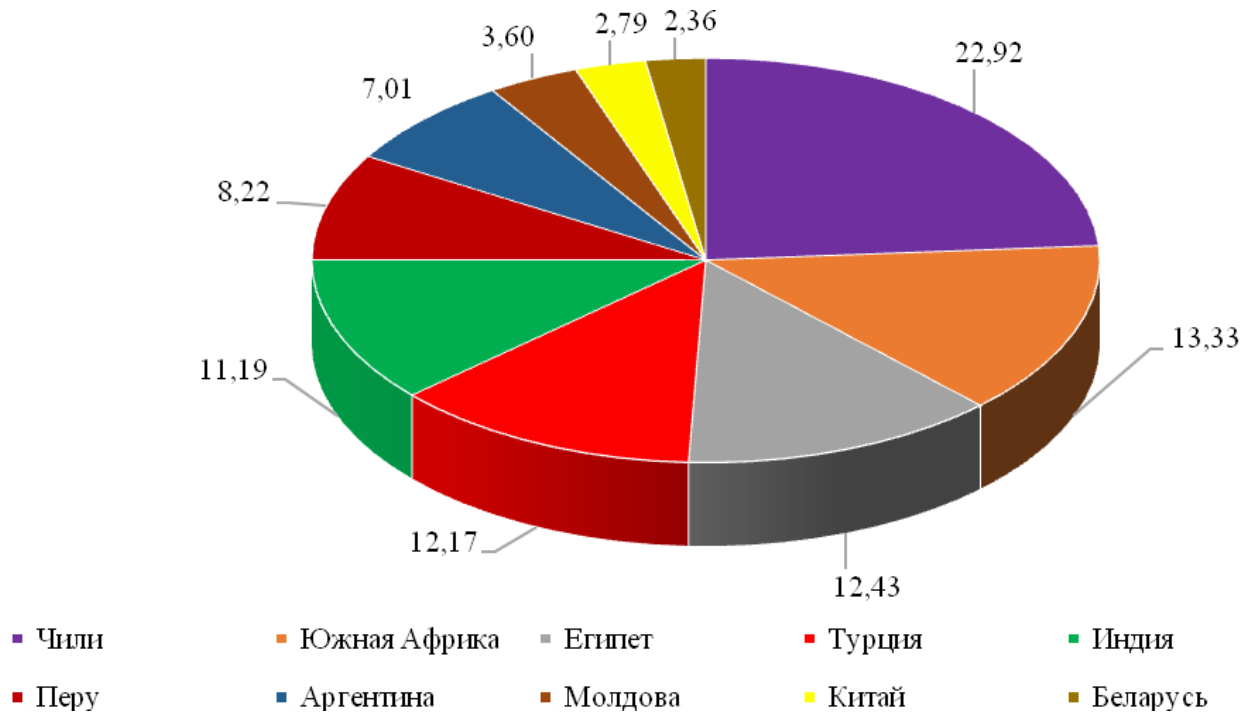


Рисунок 3 — Основные страны-импортеры в 1 полугодии 2015 г., % [7]

Важно отметить, что схема транзита обладает разветвленной системой взаимодействия российских регионов с государствами-поставщиками винограда. Так, Республика Дагестан импортирует виноград из Ирана и Азербайджана; Краснодарский край — из Турции, Египта, Индии, Чили, Перу, Армении, Китая, Намибии, Израиля и т.д.

Проведенный анализ импорта винограда должен стать инструментарием стратегического планирования отрасли виноградарства в России с учетом динамики мирового рынка.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [1] система стратегического планирования — механизм обеспечения согласованного взаимодействия участников стратегического планирования на основе принципов стратегического планирования при осуществлении разработки и реализации документов стратегического планирования, а также мониторинга и контроля реализации документов стратегического планирования в рамках целепо-

лагания, прогнозирования, планирования и программирования с использованием нормативно-правового, информационного, научно-методического, финансового и иного ресурсного обеспечения.

Вполне очевидно, что данный механизм можно адаптировать к условиям перспективного планирования развития стратегии виноградарства в Российской Федерации, особенно в отношении финансовой поддержки обеспечения расширения отечественной сырьевой базы. Дело в том, что недостаточная сырьевая база сдерживает производство российских натуральных высококачественных вин. Сравнительная оценка качества отечественного вина и особенно вина таких брендов, как Абрау-Дюрсо и Тамань свидетельствует о непревзойденных качественных характеристиках, но их продажи за рубеж пока не велики [4].

Размер субсидий за счет средств федерального бюджета в 2015 г. достиг значения 1015,51 млн руб. и возрос на 710,56 млн руб. по сравнению с 2013 г. Оценка распределения субсидий по ре-

гионам показала, что в Республику Дагестан инвестируется наибольший объем государственных средств, который в 2015 г. составил 34,26 % от общего объема субсидий федерального бюджета.

Разработка и внедрение высокоэффективных энерго- и ресурсосберегающих технологий возделывания винограда, создание высокопродуктивных виноградных насаждений имеют первостепенное значение в повышении рентабельности отрасли виноградарства Российской Федерации и, в частности, на Кубани [8]. Наименьший удельный вес анализируемого показателя отмечается в Саратовской области — 0,01 %, так как анализ структуры площадей в регионе показал, что виноградники практически отсутствуют. Низкая финансовая поддержка виноградарства за счет средств государственного бюджета в 2015 г. была оказана таким регионам, как: Волгоградская область — 0,1 %, Ростовская область — 0,26 %, Ставропольский край — 3 %.

Итак, в отрасли виноградарства наблюдается ряд предпосылок крайне нерационального использования сырьевого потенциала организаций виноградарства как вследствие дефицита финансовой поддержки из центра, так и в результате несоответствия мировым требованиям выращивания винограда. Однако возрождение виноградарства может достичь роста эффективности при условии интегрированного научно-методического подхода к организации всей цепочки экономико-производственных взаимосвязей в системе выращивания, производства винограда и его использования в качестве готового продукта.

Исследования состояния возрождения виноградников позволили выявить ключевые проблемы развития организаций виноградарства в РФ: низкий уровень взаимодействия региональных органов власти с организациями виноградарства; слабое развитие мощностей хранения и логистики, первичной пере-

работки сырья, как следствие потери сырья при нарушении сроков реализации; риск развития монополии покупателя (малое количество покупателей сырья), то есть покупатель сырья определяет цену реализации винограда, а не спрос и предложения международного рынка; недостаточность кадрового потенциала и подготовки специалистов для отрасли, в том числе в области механизации, агрономов (особенно по защите растений), экономистов с учетом знания виноградарства; слабое развитие поиска новых производств, то есть рынков производства продукции, не связанной с виноделием.

В связи с этим для повышения эффективности использования ресурсного потенциала исследуемой отрасли предложена методика анализа организаций виноградарства на микроэкономическом уровне управления по следующим направлениям: агрономии, инвестициям, производству, экономике, логистике, продажам.

В таблице 1 приведены критерии анализа деятельности организаций виноградарства. Важность приобретает оценка и сравнение данных показателей по всем направлениям, но от результативности расчетов параметров эффективности инвестиций в отрасль зависит окупаемость вложенных средств в производство винограда, достаточность свободных денежных средств после уплаты всех обязательных платежей не только для поддержания безубыточности отрасли виноградарства, но для обеспечения определенного запаса финансовой прочности. Так, в 2014 г. в организациях Республики Дагестан наблюдался наибольший объем инвестиций — 2612 тыс. руб., в Ставропольском крае — 167 тыс. руб., а в Севастополе — 1112 тыс. руб. Однако на практике объем инвестиций должен сочетаться с будущим потреблением винограда, а следовательно, с объемами сбыта готовой продукции.

Таблица 1 — Методика анализа организаций виноградарства: микроуровень [7]

Направления анализа	Показатели, используемые для анализа
Агрономия	Почвенно-климатические характеристики. Виды почвы под виноградниками, %. Сорта винограда и площадь под ним, га. Среднее количество градусо-Чельсия в год. Сбор по сортам винограда, т. Урожайность по сортам винограда, ц/га
Инвестиции	Объем инвестиций из внешних источников, тыс. руб. Объем инвестиций за счет собственных средств, тыс. руб. Объем полученных субсидий, тыс. руб. Объем инвестиций в разрезе направлений: приобретения сельхозтехники; приобретения оборудования; капитального строительства; приобретения земель с/х назначения
Производство	Количество персонала, занятого в производстве, чел. Затраты на подготовку почвы (с учетом внесенных удобрений) по сортам винограда на 1 га, руб. Затраты на посадку (с учетом стоимости саженцев) по сортам винограда на 1 га, руб. Затраты на установку шпалеры по сортам винограда на 1 га, руб. Затраты на уходные работы за виноградниками по сортам винограда на 1 га, руб. Затраты на доведение 1 га виноградника до плодоношения по сортам винограда на 1 га, руб. Себестоимость по сортам винограда на 1 га по годам, руб.
Экономика	Структура, объемы и себестоимость и выпускаемой продукции для внутреннего и внешнего потребления. Выручка от реализации продукции для внешнего потребления
Логистика	Площадь собственных складских помещений, кв. м. Объем единовременного хранения продукции, т. Количество единиц с/х техники для основного производства, для перевозки продукции внутри предприятия и за его пределами, шт.
Продажи	Количество контрагентов-покупателей в год. Объем продаж, тыс. руб. Перечень компаний-контрагентов с долей в объемах продаж 15 % (тн, л) и более

Несмотря на то что приоритетнее оценивать инвестиции, первый этап в цепочке взаимосвязей процесса выращивания, производства и сбыта винограда заключается в реализации агрономических мероприятий, которые описываются показателями: почвенно-климатическими характеристиками, урожайностью по сортам винограда, средним количеством градусо-Чельсия в год и т. д. Следовательно, для улучшения промышленного виноградарства необходимо уделить серьезное внимание прогнозированию урожайности и ее соответствию погодным условиям, местам возделывания.

Реалии таковы, что участвовавшие за последнее десятилетие погодные аномалии оказывают негативное воз-

действие и обуславливает необходимость совершенствования сортамента винограда путем включения в него сортов, более адаптированных к погодным условиям мест возделывания [6].

Современный сортимент промышленного виноградарства должен соответствовать потребностям рынка и включать в себя сорта с высокими показателями продуктивности, качества, устойчивости к биотическим и абиотическим стрессовым факторам [5].

Это немаловажные рекомендации, так как их применение сначала на стадиях агрономического обеспечения в дальнейшем на всех остальных этапах развития виноградарства будет способствовать повышению отдачи от инвестиций и эффективности развития отрасли в целом.

Таким образом, вышеизложенный методический подход позволит на практике разработать долгосрочные планы производства винограда, исчислить стоимость расходов на организацию его переработки, определить прибыль от производства винограда конкретного сорта, что будет способствовать расчету добавленной стоимости сырья для виноделия. Учет и контроль реализации долгосрочной стратегии виноградарства обеспечат возможность конкретным товаропроизводителям рационализировать процесс производства, переработки винограда и розлива готовой винодельческой продукции. Органы государственной власти при этом получают экономические выгоды в виде притока дополнительной суммы денежных средств в казну государства от неналоговых доходов, сформированных за счет инвестиций в отрасль и их своевременную окупаемость, а также налогов, исчисленных при реализации продукции от виноградарства.

Библиографический список

1. О стратегическом планировании в Российской Федерации : [Федеральный закон Российской Федерации № 172-ФЗ от 28.06.2014] // СПС «ГАРАНТ».
2. Аварский, Н. [и др.] Развитие виноградарско-винодельческого сектора в Европейском союзе // Экономика сельского хозяйства России. — 2015. — № 8. — С. 82.
3. Ветер, Ю. А. Повышение эффективности эколого-экономического управления продуктивным потенциалом промышленных виноградников : автореф. дисс. ... канд. с/х наук. — Краснодар, 2009.
4. Говдя, В. В. Текущее состояние отрасли виноградарства и перспективы развития виноделия на Кубани // Научный журнал КубГАУ. — 2014. — № 104 (10).
5. Ильницкая, Е. Т., Нудьга, Т. А., Якименко, Е. Н. Обновление сортимен-

та винограда юга России новыми высокоадаптивными сортами селекции СКЗНИИСиВ для качественного красного виноделия // Садоводство и виноградарство. — 2014. — № 6. — С. 9.

6. Ненько, Н. И. [и др.]. Морозоустойчивость межвидовых гибридов винограда // Садоводство и виноградарство. — 2014. — № 5. — С. 36.

7. Рыкова, И. Н. Стратегическое планирование виноградарства в РФ [Электронный ресурс] // НИФИ. — Режим доступа : http://www.nifi.ru/images/vinogradarstvo_10102015.pdf.

8. Трошин, Л. П. Новации виноградарства России. Предисловие // Научный журнал КубГАУ. — 2009. — № 53 (9).

9. О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://government.ru/info/12657>.

Bibliographic list

1. About strategic planning in Russian Federation : [Federal law of Russian Federation № 172-FZ from 28.06.2014] // LGS «GARANT».
2. Avarian, N. [etc.]. Development of wine-making sector in the European Union // Rural economics of Russia. — 2015. — № 8. — P. 82.
3. Veter, U. A. Increase of efficiency of ecologic-economic management of the productive potential of industrial vineyards : abstract of diss. of cand. of agricultural sciences. — Krasnodar, 2009.
4. Govdya, V. V. Current state of branch of wine growing and prospect of development of winemaking in Kuban // Scientific magazine of KUBGAU. — 2014. — № 104 (10).
5. Initskaya, E. T., Yakimenko, T. A., Nudga, E. N. Updating of assortment of grapes of South of Russia new high-adaptive grades of selection for qualitative red winemaking // Gardening and wine growing. — 2014. — № 6. — P. 9.

6. Nenko, N. I. [etc.]. Frost stability of interspecific hybrids of grapes // Gardening and wine growing. — 2014. — № 5. — P. 36.

7. Rykova, I. N. Strategic planning of wine growing in Russian Federation [Electronic resource] // NIFI. — Mode of access : http://www.nifi.ru/images/vinogradarstvo_10102015.pdf.

8. Troshin, L. P. Innovations of wine growing of Russia. Preface // Scientific magazine of KubGAU. — 2009. — № 53 (9).

9. About wine growing and wine-making in Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <http://government.ru/info/12657>.

Г. Н. Хубаев, С. Н. Широбокова

ФОРМИРОВАНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ КОНВЕРТЕРА «TOADCONVERTER» ИЗ XML-ФАЙЛА ЭКСПОРТА IDEF3-ДИАГРАММ¹

Аннотация

В статье рассматриваются процедуры формирования универсальных объектов конвертера «TOADCONVERTER» из XML-файла экспорта IDEF3-диаграмм, выполнен синтаксический анализ XML-файла, представлены примеры преобразования IDEF3-моделей в UML-диаграммы деятельности, показана возможность совместного использования IDEF0- и IDEF3-моделей при реинжиниринге деловых процессов.

Ключевые слова

Синтаксический анализ XML-файла, преобразования IDEF3-моделей в UML-диаграммы деятельности, совместное использование IDEF0- и IDEF3-моделей, реинжиниринг деловых процессов.

G. N. Chubaev, S. N. Shirobokova

FORMATION OF UNIVERSAL OBJECTS OF «TOADCONVERTER» FROM XML-FILE OF EXPORT IDEF3-DIAGRAMM

Annotation

In article discusses the procedure of constructing the universal objects Converter «TOADCONVERTER» from XML export file IDEF3 diagrams, made the parsing of XML file, examples of conversion of IDEF3 models in UML activity diagrams, the possibility of a combined use of IDEF0 and IDEF3 models in the reengineering of business processes.

Keywords

Parsing XML file conversion IDEF3 models in UML activity diagrams, joint use of IDEF0 and IDEF3 models, reengineering of business processes.

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект 15-01-06324/15 «Моделирование производственных и управленческих процессов для экспресс-оценки и оптимизации ресурсоемкости товаров и услуг: формирование универсального методического и инструментального обеспечения».

Постановка задачи. В [1] авторами предложена концептуальная идея Автоматизированного конвертера моделей IDEF0 в UML-диаграммы (далее — Конвертер), которая затем нашла отражение в разработанном впервые в мире Конвертере [2–4]. Однако вопрос о конвертировании диаграмм не только стандарта IDEF0, но и IDEF3, DFD в UML-диаграммы для обеспечения возможности *автоматизированного синтеза имитационной модели делового процесса* (например, с использованием Конструктора [5]) остается актуальным. В этом случае *трудозатраты* на построение имитационной модели любого делового процесса *снижаются в десятки раз*. Однако используемый ранее в BPWin формат файла экспорта IDL позволял экспортировать диаграммы декомпозиции лишь в стандарте IDEF0. Модели же реальных процессов очень часто дополняются диаграммами DFD и IDEF3. Такая смешанная модель, три ракурса, позволяет использовать и автоматически согласовывать самые популярные нотации моделирования бизнес-процессов, делает возможным комплексное описание предметной области.

Появившийся позднее пакет AllFusion Process Modeler 7 позволяет эффективно экспортировать смешанные модели в формате XML. При этом сохраняется информация обо всех диаграммах (IDEF0, IDEF3, DFD). В таком случае становится актуальной задача синтаксического анализа XML-файла с выгруженной смешанной моделью для формирования универсальных объектов, используемых далее в контексте Конвертера [2].

Предлагаемая процедура синтаксического анализа XML-файла экспорта IDEF3-моделей. В процессе преобразования алгоритм, представленный в [6], должен существенно видоизмениться как в части формата входного файла, так и в части формата универсальных объектов. В пакете AllFusion

Process Modeler 7 для определения объектов и их атрибутов используются теги расширяемого языка разметки XML. При этом, хотя AllFusion Process Modeler 7 позволяет настраивать фильтр свойств и объектов, выбираемых для экспорта, алгоритм синтаксического разбора необходимо ориентировать на обработку полного варианта выгрузки в XML всех свойств и объектов. Изменится также алгоритм синтаксического разбора IDEF0-диаграмм, поскольку в XML-формате информация об элементах модели хранится в виде тегов расширяемого языка разметки XML.

Результатом преобразований из XML-файла экспорта являются объекты, описывающие все элементы модели с учетом иерархии диаграмм декомпозиций. Конвертер [2] реализован для моделей IDEF0, но поскольку часто на уровне контекстной диаграммы используется тип диаграммы IDEF0, а затем на уровнях диаграмм декомпозиции осуществляется дополнение диаграммами IDEF3 или DFD, объект модели TIdf0 можно, не подвергая трансформации, использовать не только для IDEF0-моделей, но и для смешанных моделей. При этом в объекты TdiagramContext (объект контекстной диаграммы) и TDiagram (объект диаграммы декомпозиции) необходимо добавить параметр `type_diagramm` — тип диаграммы (IDEF0, IDEF3, DFD).

Кроме того, формат универсальных объектов, представленный в [6], рассчитан только на объекты IDEF0. Появление в смешанных моделях также диаграмм IDEF3, DFD требует хранения информации о дополнительных объектах, например, перекрестках разных типов и ссылочных объектах, используемых в IDEF3, внешних сущностях и хранилищах данных, используемых в DFD-диаграммах.

Примерная структура для двух новых объектов диаграмм IDEF3 приведена в таблице 1.

Таблица 1 — Примерная структура для двух новых объектов диаграмм IDEF3

Параметр	Назначение
TJunction (объект перекресток)	
x_1, y_1	координаты нижнего левого угла блока, отображающего перекресток
x_2, y_2	координаты верхнего правого угла блока, отображающего перекресток
junBoxType	тип перекрестка (асинхронное «ИЛИ», асинхронное «И», синхронное «ИЛИ», синхронное «И», исключающее «ИЛИ»)
TReferent (ссылочный объект)	
name	наименование работы
x_1, y_1	координаты нижнего левого угла блока, отображающего перекресток
x_2, y_2	координаты верхнего правого угла блока, отображающего перекресток

На рисунке 1 представлен фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием

блоков работ в XML-формате и в виде универсальных объектов.

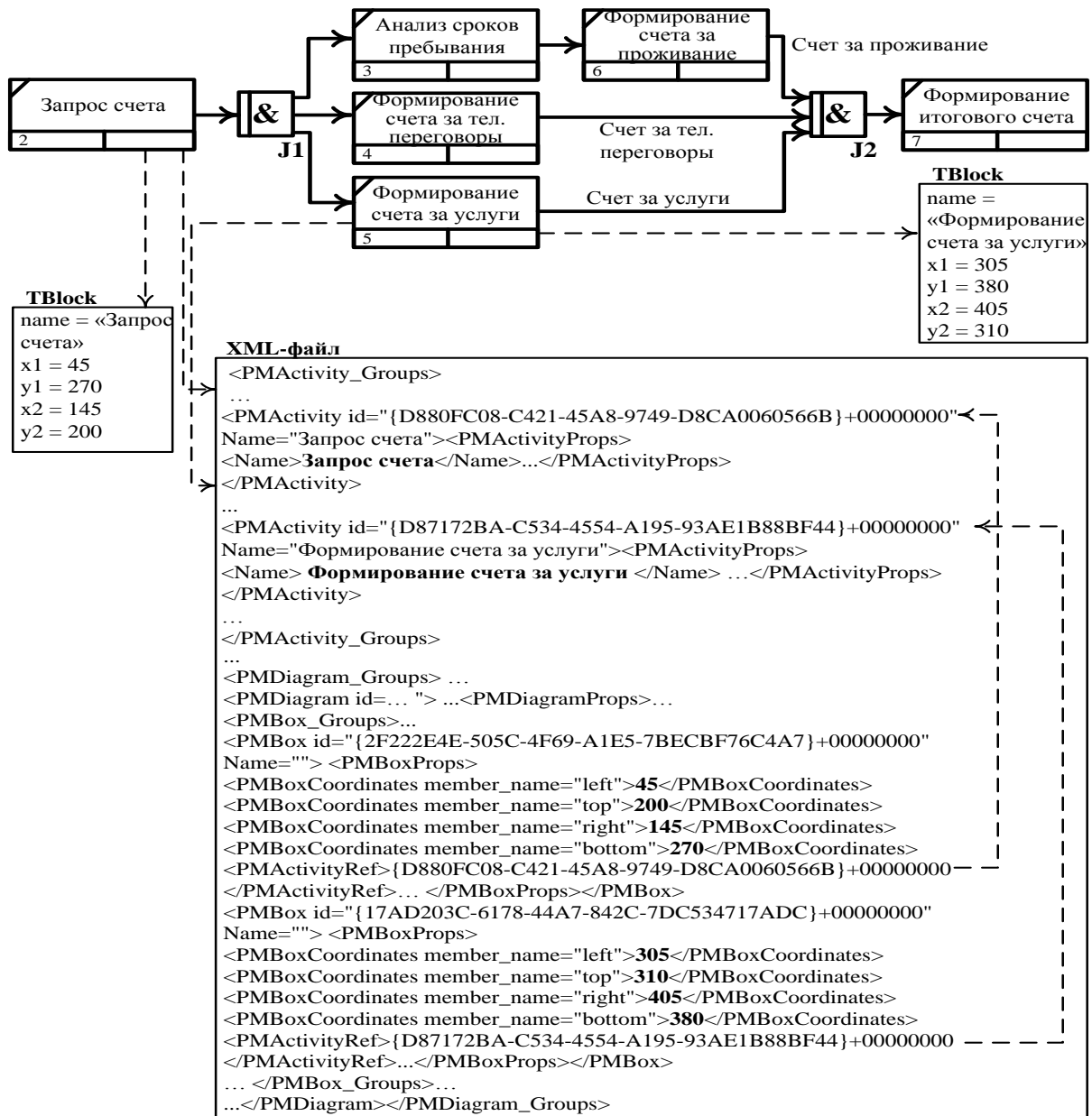


Рисунок 1 — Фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием блоков работ в XML-формате и в виде универсальных объектов

На рисунке 2 представлен фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием пе-

рекрестков в XML-формате и в виде универсальных объектов.

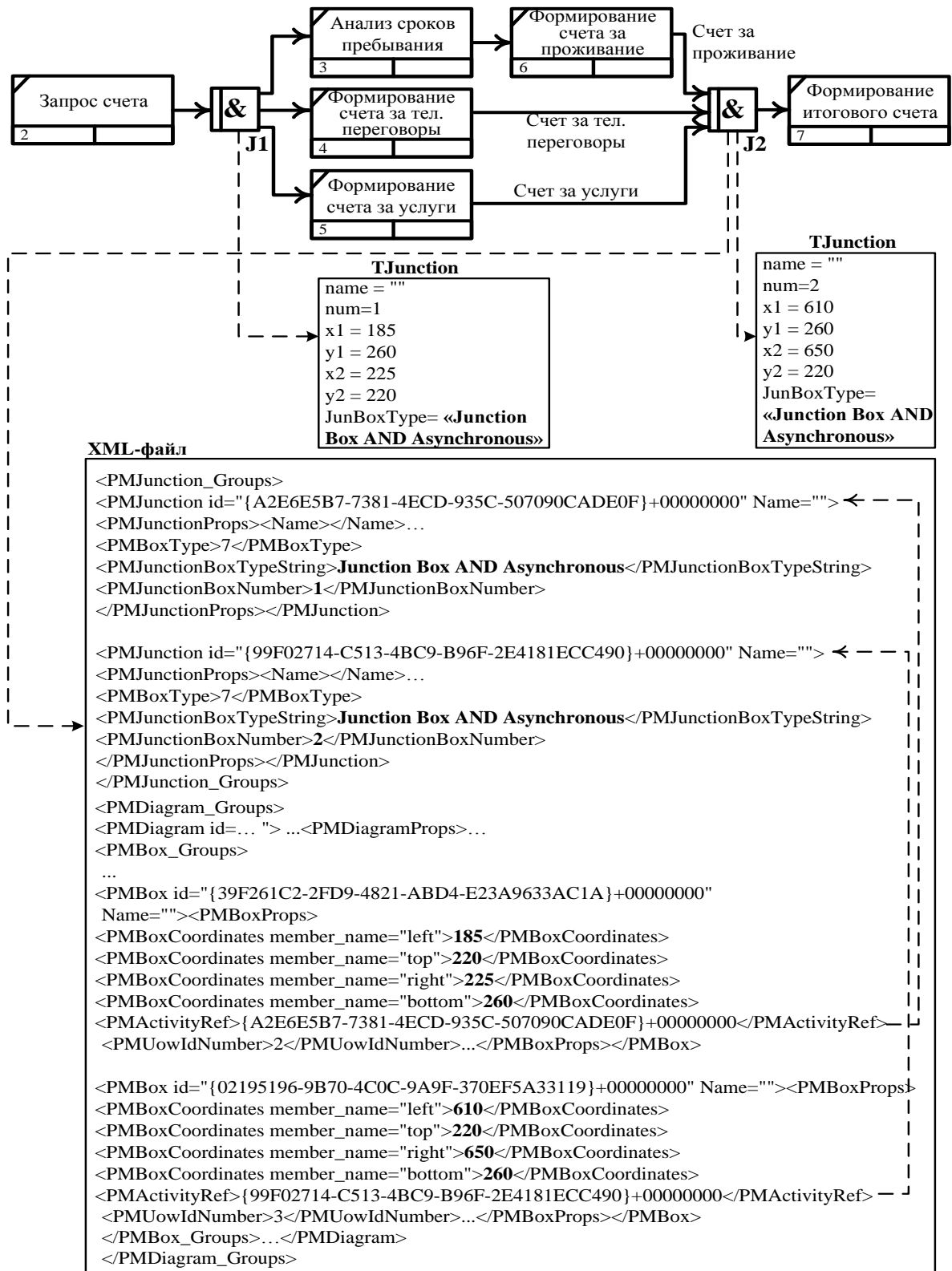


Рисунок 2 — Фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием перекрестков в XML-формате и в виде универсальных объектов

На рисунке 3 представлен фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием од-

ной из стрелок в XML-формате и в виде универсальных объектов.

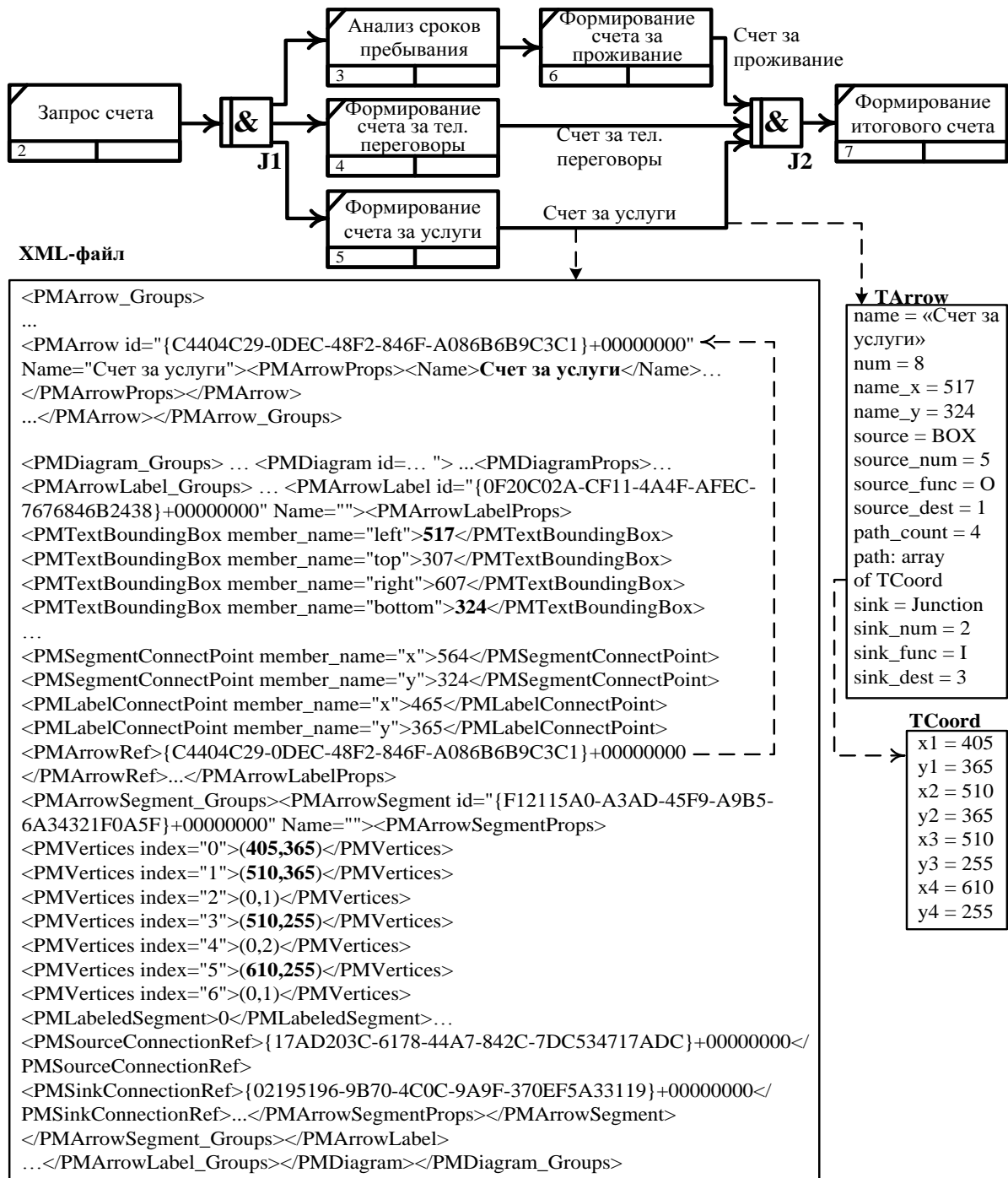


Рисунок 3 — Фрагмент диаграммы IDEF3 с описанием стрелки в XML-формате и в виде универсальных объектов

В результате синтаксического анализа и разбора XML-файла экспорта не только моделей IDEF0, но и IDEF3 формируются универсальные объекты элементов модели, набор параметров

которых весьма удобен для дальнейшего программирования (в частности для Автоматизированного конвертора моделей IDEF0 и IDEF3 в UML-диаграммы деятельности).

Процедуры преобразования IDEF3-моделей в UML-диаграммы деятельности. При конвертировании IDEF3-моделей в UML-диаграммы деятельности каждому типу перекрестков может быть сопоставлен графический элемент унифицированного языка моделирования UML. Покажем это на реальных примерах.

Рассмотрим перекресток «И». В IDEF3 существует 2 типа перекрестков «И» — слияния и разветвления (Fan-inJunction и Fan-outJunction) — и каждый

из перекрестков может быть синхронным или асинхронным (Asynchronous и Synchronous). В диаграммах UML этим типам перекрестков будет сопоставлены элементы «Развилка» и «Слияние» (рис. 4). При этом в диаграмме UML синхронность или асинхронность потоков не рассматривается. В случае разветвления несколько действий в параллельных ветках становятся активными. А в случае слияния дальнейшее после слияния действие произойдет только после того, как все пути достигнут исходного состояния.

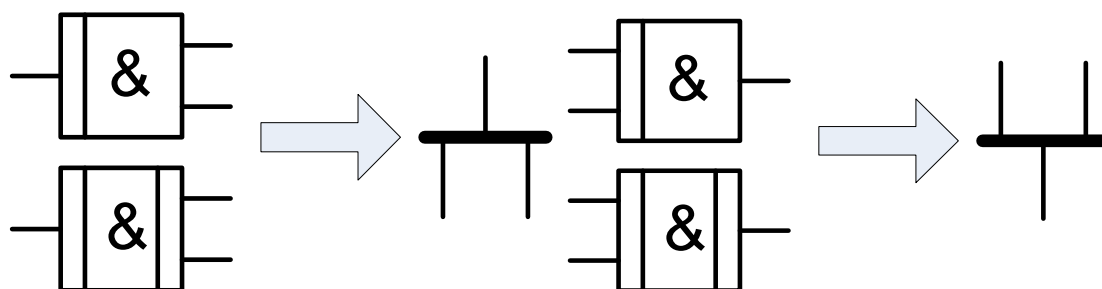


Рисунок 4 — Преобразование перекрестков разветвления и слияния типа «И» диаграммы IDEF3 в элементы «Развилка» и «Слияние» языка UML

Перекресток «Исключающее ИЛИ» в IDEF3 также может использоваться для слияния или разветвления. В данном случае при конвертации в диа-

граммы UML эти перекрестки будут заменены элементами разветвления типа branch и слияния вида merge (рис. 5).

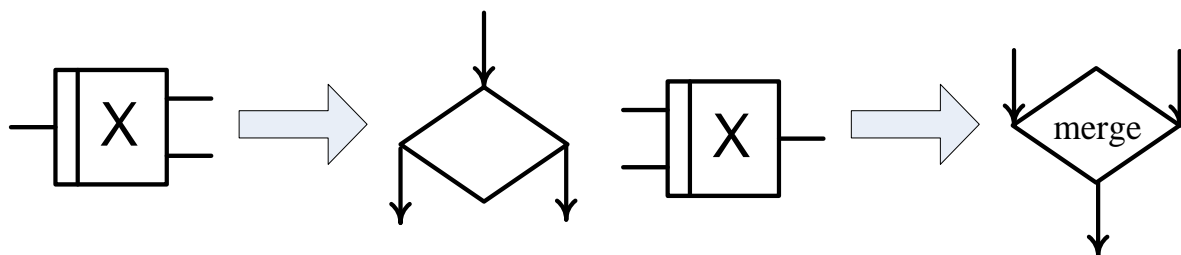


Рисунок 5 — Преобразование перекрестков разветвления и слияния типа «Исключающее ИЛИ» диаграммы IDEF3 в элементы разветвления типа branch и слияния вида merge языка UML

Рассмотрим пример преобразования диаграммы IDEF3 в UML-диаграмму деятельности. Процесс движения приказа о переводе сотрудника на другую работу: на рисунке 6 пред-

ставлена исходная модель IDEF3 (<http://www.businessstudio.ru/images/c/doc2.gif>), а на рисунке 7 — соответствующая UML-модель.

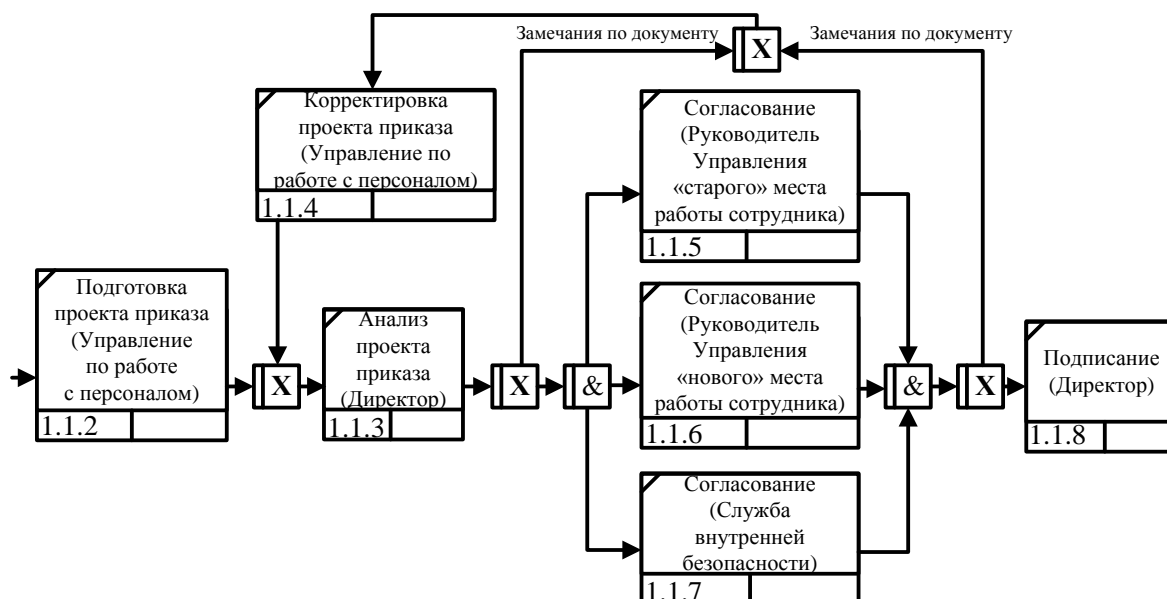


Рисунок 6 — IDEF3-модель процесса движения приказа о переводе сотрудника на другую работу

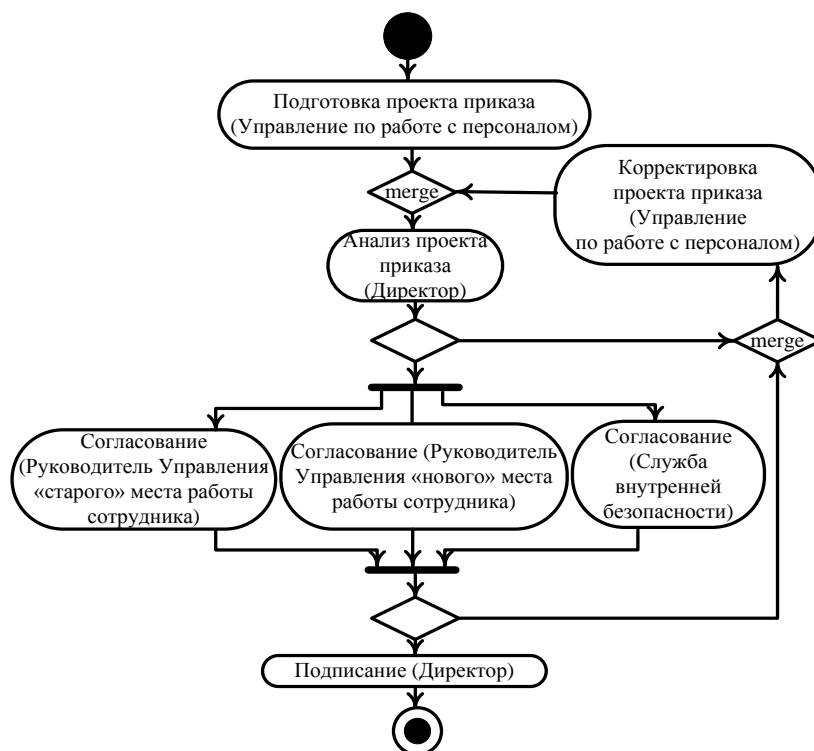


Рисунок 7 — UML-модель «Движение приказа о переводе сотрудника на другую работу»

ВЫВОДЫ. 1. Визуальные модели IDEF3, дополняя традиционное моделирование бизнес-процессов на базе стандарта IDEF0, широко используются при

реинжиниринге деловых процессов в различных предметных областях. Возможность совместного использования моделей IDEF0 и IDEF3 позволяет рас-

ширить круг моделируемых задач и внести в модель дополнительную информацию о предметной области.

2. Продемонстрирована возможность преобразования IDEF3-моделей деловых процессов в UML-диаграммы. Интеграция с системой автоматизированного синтеза имитационных моделей СИМ-UML визуальных IDEF3-моделей, преобразованных в UML-диаграммы, представляет собой уникальный, исключительно полезный (с экономической точки зрения) инструмент, позволяющий в автоматизированном режиме, с минимальными затратами трудовых и финансовых ресурсов решать различные экономические и технико-технологические задачи.

Библиографический список

1. Хубаев, Г. Н., Широбокова, С. Н. Автоматизированный конвертор моделей IDEF0 в UML-диаграммы: концептуальная идея // Проблемы информатики в образовании, управлении, экономике и технике: сб. ст. VIII Всерос. науч.-тех. конф. (г. Пенза, 19–20 ноября 2008 г.). — Пенза: Приволжский дом знаний, 2008. — С. 102–108.

2. Хубаев, Г. Н. [и др.]. Автоматизированный конвертер моделей IDEF0 в диаграммы деятельности языка UML «ToADConverter» // Свидетельство о государственной регистрации программ для ЭВМ № 2009613137. — М.: РОСПАТЕНТ, 2009.

3. Хубаев, Г. Н. [и др.]. Конвертирование моделей IDEF0 в диаграммы языка UML: концепция, математическое описание и программная реализация: моногр. — Ростов н/Д, 2011. — Ч. 1; 2012. — Ч. 2.

4. Хубаев, Г. Н., Щербаков, С. М., Шibaев, А. А. Конструктор имитационных моделей деловых процессов // Свидетельство об официальной регистрации программы для ЭВМ. — № 2005612262. — М.: РОСПАТЕНТ, 2005.

5. Широбокова, С. Н., Титаренко, Е. А., Ткаченко, Ю. В. Алгоритм модуля синтаксического разбора файла экспорта диаграмм IDEF0 для создания универсальных объектов // Компьютерные технологии в науке, производстве, социальных и экономических процессах: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (г. Новочеркасск, 17 ноября 2008 г.). — Новочеркасск: ЮРГТУ, 2008. — С. 112–119.

Bibliographic list

1. Khubaev, G. N., Shirobokov, S. N. Automated conversion of IDEF0 models into UML-diagrams: the concept // Problems of informatics in education, management, economics and technology: VIII Russian scientific-tech. conf. (Penza, November, 19–20, 2008). — Penza: Volga house of knowledge, 2008. — P. 102–108.

2. Khubaev, G. N. [etc.]. Automated converter models in IDEF0 activity diagrams UML «ToADConverter» // Certificate of state registration of computer programs № 2009613137. — M.: ROSPATENT, 2009.

3. Khubaev, G. N. [etc.]. Conversion of IDEF0 models in diagram language UML: concept, mathematical description and program implementation: monograph. — Rostov-on-Don, 2011. — P. 1; 2012. — P. 2.

4. Khubaev, G. N., Shcherbakov, S. M., Shibaev, A. A. Designer simulation models of business processes // Certificate of official registration of the computer. — № 2005612262. — M.: Rospatent, 2005.

5. Shirobokova, S. N., Titarenko, E. A., Tkachenko, Y. V. Algorithm module parsing file export IDEF0 diagrams for creating universal objects // Computer technology in science, business, social and economic processes: proceedings of IX International scientific and practical conference (Novocherkassk, November, 17, 2008). — Novocherkassk: SRSTU, 2008. — P. 112–119.

Т. А. Щербинин

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО БАНКИНГА РЕГИОНАЛЬНОГО КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация

В современных условиях усиления процессов финансовой глобализации, геополитической нестабильности, постоянного изменения внешних факторов, последствия которых, несомненно, оказывают влияние на банковский сектор экономики, необходима соответствующая реакция со стороны коммерческих банков, а именно: комплексной оценки их финансовой устойчивости, исследования способов ее повышения. В настоящее время вопросы поиска методики оценки финансовой устойчивости банковской системы и непрерывного контроля над ее уровнем активно исследуются в теории и практике, вследствие чего особенно актуален анализ стабильности региональных банковских систем в разрезе финансовой устойчивости их системообразующих кредитных организаций.

Ключевые слова

Финансовая устойчивость, региональная банковская система, коммерческий банк с иностранным участием, трансформационный банкинг, ОАО КБ «Центр-инвест».

Т. А. Shcherbinin

FUNCTIONAL EFFICIENCY OF SUSTAINABLE BANKING MODEL OF REGIONAL COMMERCIAL BANK

Annotation

In present context of increasing financial globalization process, aggravation of geopolitical instability, the constant changes of external factors, effects of which will certainly have an influence on banking sector of the economy, demands an appropriate response on the part of commercial banks — depth assessment of their financial stability, finding the ways of improving it. There is a constant search for the methods of an estimation of financial stability of the banks by Russian scientific and practical circles, as well as permanent control over the level of financial stability of the banking system in general and commercial banks in particular, in view of which the analysis of stability of regional banking systems in the context of financial stability of their systemically important credit institutions is highly relevant.

Keywords

Financial stability; regional banking system; commercial bank with foreign capital; transformational banking; OJSC CB «Center-Invest».

Особенности современной мировой экономики создают необходимые предпосылки формирования устойчивой банковской системы как на макро-, так и на мезоуровне. В условиях усиливающихся глобализационных процессов на финансовых рынках и активизации механизма трансграничного становления мировой финансовой системы фор-

мирование модели регионального устойчивого коммерческого банка с иностранным участием, реализующего уникальную модель трансформационного банкинга, способствует преобразованию отечественного банковского сектора, повышению его стратегической конкурентоустойчивости. Потребность в значительном увеличении объемов ин-

вестиций в российскую экономику наряду с неготовностью банковской системы как основного источника и гаранта подобных вложений к устойчивому развитию, трансформирует данную проблему в одну из наиболее актуальных в аспекте социально-экономического развития страны.

Согласно утвержденному Центральным банком России перечню системообразующих коммерческих банков, он включает исключительно московские банки и банки с государственным участием [1], что, по нашему мнению, не совсем корректно и экономически грамотно. На наш взгляд, крупнейшие региональные коммерческие банки также необходимо относить к системообразующим кредитным организациям, так как возникновение проблем с ликвидностью в указанных учреждениях может привести к значительным финансовым трудностям у крупнейших региональных предприятий и организаций.

В целях анализа региональной банковской системы выбрана уникальная банковская система Южного федерального округа.

Южный федеральный округ гармонично сочетает в себе факторы конкурентного преимущества наряду с определенными параметрами, замедляющими экономический рост региона.

Данная региональная система неоднородна по потенциалу экономического развития, природно-климатическим условиям, геоэкономическому положению и прочим показателям социально-экономического развития, что и определило выбор ее изучения.

Ранжируя регионы по количеству действующих кредитных организаций, отметим, что на первом месте уверенно располагается Ростовская область, в которой по состоянию на 1 декабря 2015 г. зарегистрировано 73 кредитные организации, из которых у 11 коммерческих банков головной офис располагается на территории области.

Согласно рейтингу кредитных организаций Ростовской области по величине активов на 1 декабря 2015 г., главенствующее положение занимает ОАО КБ «Центр-инвест» [2] — единственный банк на юге России, имеющий рейтинг международного агентства Moody's B1 со стабильным прогнозом, основным акционером которого является Европейский Банк Реконструкции и Развития (25,25 %). Более подробная информация указана на сайте коммерческого банка [3]. Для решения поставленной задачи на основании годовой отчетности был составлен аналитический баланс ОАО КБ «Центр-инвест» (табл. 1).

Таблица 1 — Аналитический баланс ОАО КБ «Центр-инвест» за 2012–2014 гг.

Наименование статьи	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013
I. Активы, тыс. руб.			
Денежные средства	4 720 123	3 037 536	2 386 228
Средства кредитных организаций в ЦБ РФ	2 772 552	2 439 489	3 139 876
Обязательные резервы	543 600	528 130	552 854
Средства в кредитных организациях	3 713 856	1 536 474	1 012 190
Чистые вложения в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль и убыток	3 747 223	2 096 680	1 680 899
Чистая ссудная задолженность	72 801 741	63 284 477	51 130 121
Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	2 188 119	2 406 176	2 422 388
Прочие активы	909 096	737 155	711 230
Всего активов	90 852 710	75 518 086	62 463 031

Продолжение табл. 1

Наименование статьи	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013
II. Пассивы, тыс. руб.			
Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБ РФ	10 055 804	0	0
Средства кредитных организаций	9 279 781	5 990 432	4 381 385
Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями	52 309 395	51 376 802	45 129 761
Вклады физических лиц	39 173 616	37 389 622	32 044 702
Выпущенные долговые обязательства	8 962 868	8 907 011	5 088 708
Прочие обязательства	1 334 359	1 013 578	762 311
Всего пассивов	81 942 207	67 287 823	55 362 165
III. Источники собственных средств, тыс. руб.			
Средства акционеров (участников)	866 000	866 000	866 000
Эмиссионный доход	1 645 586	1 645 586	1 645 586
Резервный фонд	129 900	129 900	129 900
Переоценка основных средств	997 853	1 293 814	1 293 831
Нераспределенная прибыль (непокрытые убытки) прошлых лет	4 068 780	2 889 499	2 064 961
Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	1 202 384	1 405 464	1 100 588
Всего источников собственных средств	8 910 503	8 230 263	7 100 866
IV. Внебалансовые обязательства, тыс. руб.			
Безотзывные обязательства кредитной организации	8 746 196	6 983 223	5 982 052
Выданные кредитной организацией гарантии и поручительства	5 715 405	2 083 256	1 530 751

Составим структурную таблицу доходной и расходной частей баланса ОАО КБ «Центр-инвест» (табл. 2) и

проанализируем их динамику за 2012, 2013, 2014 гг.

Таблица 2 — Анализ структуры доходов и расходов ОАО КБ «Центр-инвест» за 2012–2014 гг.

Наименование статьи	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013
I. Доходы, тыс. руб.			
Процентные доходы	8 814 253	7 563 407	5 931 500
Другие доходы от банковских операций и других сделок	3 834 141	1 367 973	1 176 588
Доходы от операций с ценными бумагами кроме процентов, дивидендов и переоценки	6 364	12 518	1 694
Доходы от участия в капитале других организаций	0	740	789
Положительная переоценка	23 344 260	5 847 121	8 078 154
Другие операционные доходы	5 589 413	3 577 809	3 667 838
Прочие доходы	108 761	158 063	110 721
Всего доходов	41 697 557	18 527 631	18 967 284
II. Расходы, тыс. руб.			
Процентные расходы	4 872 754	4 147 012	3 108 811
Другие расходы по банковским операциям и другим сделкам	2 771 703	351 547	212 730

Продолжение табл. 2

Наименование статьи	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013
Операционные расходы	23 740	21 305	25 331
Отрицательная переоценка	23 276 759	5 800 333	8 007 581
Другие операционные расходы	6 783 537	4 049 364	4 044 510
Расходы, связанные с обеспечением деятельности кредитной организации	2 421 570	2 213 382	1 969 670
Прочие расходы	61 780	41 236	37 124
Налог на прибыль	219 081	369 307	331 008
Всего расходов	40 430 924	16 993 486	17 736 765
Финансовый результат, тыс. руб.	1 266 633	1 534 145	1 230 519

Анализируя динамику доходов и расходов кредитной организации в период с 2012 по 2014 г., становится очевидным их равномерное поступательное развитие: увеличение положительной разницы между объемом полученных доходов и произведенных расходов на 3 % (36 114 тыс. руб.), характеризующееся стабильно устойчивым финансовым результатом, в частности, по итогам работы кредитной организации в 2013 г. в сравнении с 2012 г. финансовый результат увеличился на 24 % в относительном выражении (+303 626 тыс. руб. в абсолютном выражении). По итогам работы коммерческого банка в 2014 г. отмечен небольшой спад деловой активности населения, что в условиях повышенной волатильности курса рубля по отношению к иностранной валюте создало предпосылки снижения достигнутого в 2013 г. финансового результата — падение на 21 %, что в абсолютном выражении составляет 267 512 тыс. руб. Тяжелая экономическая ситуация в России в 2014 г., отчасти спровоцированная геополитической напряженностью мировой экономики, не позволила сохранить поступательный тренд наращивания размера финансового результата банка, однако полученный итоговый целевой показатель чистой прибыли — положительный результат.

В целях анализа уровня доходности, рентабельности и финансовой устойчивости кредитной организации представляется целесообразным рассчи-

тать ряд финансовых коэффициентов, исследовать их динамику и сравнить полученные результаты с оптимальными значениями. Для решения поставленной задачи были отобраны следующие коэффициенты.

1. Коэффициент рентабельности активов (return on assets, ROA) — показывающий эффективность использования активов коммерческого банка без учета финансового левериджа.

2. Коэффициент рентабельности собственного капитала (return on equity, ROE) — финансовый показатель, характеризующий уровень эффективности вкладываемых инвесторами денежных средств.

3. Коэффициент финансового левериджа (debt-to-equity ratio) — показатель соотношения заемного и собственного капитала коммерческого банка.

4. Чистая процентная маржа (ЧПМ) — один из ключевых показателей деятельности банка, отражающий эффективность проводимых банком активных операций.

5. Чистый спрэд (ЧС) — данный показатель выявляет влияние процентных ставок на прибыль и тем самым позволяет лучше понять источники прибыльности банка и, как следствие, степень уязвимости доходных источников банка.

6. Операционная маржа (ОМ) — характеризует прибыльность основных операций банка.

7. Оценка ликвидности — одна из ключевых составляющих финансовой устойчивости кредитной организации, позволяющая определить возможность своевременно и в полном объеме исполнять свои обязательства коммерческим банком. Для контроля над состоянием ликвидности банка установлены три норматива ликвидности (мгновенной, текущей и долгосрочной), которые определяются соотношением между активами и пассивами с учетом сроков, сумм и видов активов, а также других факторов.

8. Не менее значимым нормативом Банка России является норматив достаточности собственных средств (капитала) Н1.0, который определяет возможность кредитной организации компенсировать возможные финансовые потери своими собственными средствами без использования привлеченных.

9. Коэффициент клиентской базы (ККБ) — показатель, свидетельствующий о качестве ресурсной базы кредитной организации, об уровне ее финансовой независимости от внешних источников заимствования.

10. Коэффициент стабильности ресурсной базы (КСРБ) — характеризу-

ет возможность кредитной организации эффективно размещать временно свободные денежные средства в более доходные активы с целью получения дополнительной прибыли.

11. Коэффициент агрессивности кредитной политики банка (КАКП) — свидетельствует о направленности кредитной политики кредитной организации, уровне ее рискованности.

12. Коэффициент качества ссудной задолженности (ККСЗ) — определяет долю низкорискованных финансовых вложений в общем объеме чистой ссудной задолженности, позволяя заключить о качестве управления кредитным портфелем, как следствие, об уровне устойчивости кредитной организации.

13. Коэффициент накопления собственного капитала (КНСК) — позволяет определить объем генерируемой кредитной организацией прибыли, перераспределяемой на развитие деятельности банка, рост филиальной сети, модернизацию информационных систем и пр.

Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 3.

Таблица 3 — Финансовые показатели ОАО КБ «Центр-инвест» за 2012–2014 гг.

Финансовый показатель	Оптимальное значение	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013
ROA, %	≥ 1	1,4	2,3	1,97
ROE, %	10–20	14,22	18,64	17,3
ДТЕР, %	> 5	10,87	8,18	7,8
ЧПМ, %	4,5	4,34	4,52	4,52
ЧС, %	$\geq 1,25$	4,08	5,04	5,31
ОМ, %	Отсутствует	22,73	18,71	20,03
Н2/Н3/Н4, %	15/50/120	144/117 /71	63/97/69	64/102/63
Н1, %	10	10,93	12,61	12,75
ККБ, %	Отсутствует	59,13	64,47	65,8
КСРБ, %	70	99,59	98,39	98,55
КАКП, %	53–78	88,85	94,05	92,36
ККСЗ, %	99	99,25	99,17	98,92
КНСК, %	Отсутствует	60,62	53,76	46,4

По итогам расчета финансовых показателей можно сделать следующие выводы об уровне финансовой устойчивости ОАО КБ «Центр-инвест» в текущей и долгосрочной перспективе:

- показатель ROA превышает оптимальное значение, что свидетельствует о высокой отдаче активов коммерческого банка, его способности получать прибыль. Отрицательная динамика ROA в относительном выражении (40 %), полученная в сравнении с данными 2013 г. и 29 % в сравнении с данными 2012 г., обусловлена ухудшением экономической ситуации в стране в 2014 г., увеличением геополитической напряженности;

- показатель ROE также находится в пределах оптимального значения, подтверждая эффективное вложение собственных средств акционерами Банка;

- коэффициент финансового левереджа в два раза превышает минимальное оптимальное значение, что характерно для банковской сферы, поскольку привлеченные средства составляют основу функционирования коммерческого банка. Однако стоит заметить, что полученный показатель сопоставим с оптимальным. Это, в свою очередь, характеризует модель устойчивого банкинга, для которой характерен качественный, взвешенный, сбалансированный рост ключевых статей баланса (положительная динамика в относительном выражении +39 %);

- показатель ЧПМ находится на оптимальном уровне, по состоянию на 1 декабря 2015 г. отмечено небольшое снижение (4 %), что свидетельствует о более лояльной, клиентоориентированной процентной политике коммерческого банка, что в условиях тяжелой микро- и макроэкономической ситуации отличает устойчивый коммерческий банк от ломбардной организации;

- показатель ЧС и ОМ связан с показателем ЧПМ, положительная динамика которого (ОМ +13%; ЧС -23 %)

свидетельствует о прибыльности кредитной организации;

- выполнение коммерческим банком обязательных нормативов мгновенной, текущей и долгосрочной ликвидности, а также достаточности капитала является индикатором финансово устойчивого коммерческого банка с грамотно построенной политикой управления;

- коэффициент СРБ характеризуется положительной динамикой (+1 %), значительно превышает оптимальное значение, что в совокупности с умеренным коэффициентом финансового левереджа свидетельствует об устойчивом финансовом положении коммерческого банка;

- анализируя динамику КАКП согласно методике Ю. С. Масленчинкова, кредитная политика коммерческого банка может быть оценена как агрессивная, при этом отмечено снижение данного показателя в относительном выражении на 4 % за рассматриваемый период;

- коэффициент качества ссудной задолженности стабильно находится на оптимальном уровне, что характеризует высокое качество ссудной задолженности, умеренный уровень кредитного риска, а также незначительный, но достаточный объем созданных резервов на возможные потери.

- стабильно положительная динамика КНСК (+30 % в относительном выражении) свойственна динамично развивающимся, финансово устойчивым кредитным организациям, эффективно инвестирующим заработанную прибыль в развитие филиальной сети, программного обеспечения банка, расширению спектра предоставляемых услуг физическим и юридическим лицам.

Модель устойчивого трансформационного банкинга, реализуемая в ОАО КБ «Центр-инвест», построенная на умеренном росте, отсутствии деятельности спекулятивного характера, клиент-ориентированной политике, исполь-

зовании лучшей мировой практики, адаптированной под уникальную экономику юга России, в своей совокупности позволила за 20 лет работы занять лидирующее положение в Южном федеральном округе по величине активов.

При грамотной реализации выбранной стратегии устойчивого банкинга, которая включает в себя экологическую, социальную и операционную ответственность, коммерческий банк с иностранным участием в капитале — наиболее эффективная, финансово устойчивая и рентабельная в современных условиях усиления глобализационных процессов мировой экономики.

Таким образом, формирование системы подобных экономических институтов в национальной финансовой системе может стать основой трансформации отечественного банковского сектора, формирования его стратегической конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://cbr.ru/press/PR.aspx?file=](http://cbr.ru/press/PR.aspx?file=20102015_100129ik2015-10-20T10_01_03.htm)

[20102015_100129ik2015-10-20T10_01_03.htm](http://cbr.ru/press/PR.aspx?file=20102015_100129ik2015-10-20T10_01_03.htm) (Дата обращения: 24.01.2016).

2. Информационный портал «Банки.ру» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.banki.ru/banks/ratings/?REGION_ID=158 (Дата обращения: 22.01.2016).

3. Официальный сайт ОАО КБ «Центр-инвест» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.centriinvest.ru/ru/about/info> (Дата обращения: 25.01.2016).

Bibliographic list

1. Official website of Bank of Russia [Electronic resource]. — Mode of access : http://cbr.ru/press/PR.aspx?file=20102015_100129ik2015-10-20T10_01_03.htm (Date of access: 24.01.2016).

2. Information portal Banki.ru [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.banki.ru/banks/ratings/?REGION_ID=158 (Date of access: 22.01.2016).

3. Official website for OJSC CB «Center-Invest» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.centriinvest.ru/ru/about/info> (Date of access: 25.01.2016).

НАШИ АВТОРЫ

**Контактная информация авторов журнала
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»
№ 1 (53), МАРТ, 2016**

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Андреева Е. Ю. — ассистент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: katrin8906@mail.ru.

Безделева И. А. — аспирант кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Бондаренко В. А. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: b14v@yandex.ru.

Ванюшкина В. В. — к. э. н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: vvv-job@bk.ru.

Володькина Л. В. — аспирант кафедры «Экономика и инновационные рыночные исследования» НОУ ВПО «Институт управления бизнеса и права».

E-mail: Mila_cnab@mail.ru.

Ерохина Т. Б. — д. э. н., профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Миргородская О. Н. — к. э. н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Кундрюков С. С. — аспирант кафедры маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пиливанова Е. К. — к.э.н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пржедецкая Н. В. — д.э.н., профессор кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Пржедецкий Ю. В. — д.м.н., профессор, заведующий отделением пластической хирургии ФГБУ «Ростовский научно-исследовательский онкологический институт» МЗРФ.

Полуботко А. А. — к. э. н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Резников С. Н. — д. э. н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: reznikov-tigarbo@ya.ru.

Сагидуллаева М. С. — старший преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

E-mail: suleymanova.madina.85@mail.ru.

Саркисян И. С. — аспирант кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: iolantas_80@mail.ru.

Фильцев С. А. — аспирант кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Чекмарёва Г. И. — д. э. н., профессор кафедры «Экономика и инновационные рыночные исследования» НОУ ВПО «Институт управления бизнеса и права».

E-mail: g.chekmareva@gmail.com.

Украинцев В. Б. — д. э. н., профессор, директор Представительства Внешэкономбанка в Южном федеральном округе.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Быкадоров А. Л. — д. т. н., профессор кафедры «Автоматизированные системы электроснабжения» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: A5411@yandex.ru.

Выжитович А. М. — к. э. н., профессор кафедры «Налогообложение и учет» Сибирского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

E-mail: vam_70@mail.ru.

Григориадис С. П. — аспирант кафедры государственного и муниципального управления ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет».

E-mail: kavkazvi@gmail.com.

Даудов М. Х. — ст. преподаватель кафедры «Региональная экономика» ФГБОУ ВПО «ГНТУ имени академика М. Д. Миллионщикова».

Долгушевский Н. А. — преподаватель кафедры «Основы техники связи» ГБПОУ РО «Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики».

E-mail: ndrnd@bk.ru.

Заруцкая Т. А. — к. т. н., доцент кафедры «Автоматизированные системы электроснабжения» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: zarutskaya_t@mail.ru.

Ишанов И. В. — аспирант кафедры «Международная торговля и таможенное дело» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Мамаев Э. А. — д. т. н., профессор, зав. кафедрой «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: mamaev_enver@mail.ru.

Механцева К. Ф. — д. э. н., доцент кафедры «Товароведение и управление качеством» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: mehantseva.karina@mail.ru.

Пономарёва М. А. — д. э. н., профессор кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: yuma@list.ru.

Ралык Д.В. — к. э. н., доцент кафедры «Коммерция, сервис и туризм» ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

Тумхаджиев И. А. — соискатель кафедры «Региональная экономика» ФГБОУ ВПО «ГНТУ имени академика М. Д. Миллионщикова».

Хайбуллин Л. Р. — аспирант кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: reg.eko@mail.ru.

Шевурдяев А. А. — аспирант кафедры «Государственное и муниципальное управление» ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет».

E-mail: kavkazvi@gmail.com.

Шеховцов Р. В. — д. э. н., зав. кафедрой «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: reg.eko@mail.ru.

РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Аксенов С. С. — маркетолог агрохолдинга АО «Концерн Энергомера».

E-mail: akstanislav@yandex.ru.

Басенко А. М. — д. э. н., профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Бухонова С. М. — д. э. н., профессор, зав. кафедрой «Финансовый менеджмент» ФГБОУ ВПО «Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова».

E-mail: sofia@intbel.ru.

Губанов Р. С. — к. э. н., старший научный сотрудник Центра отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт».

E-mail: gubanof@mail.ru.

Губин Н. П. — начальник отдела защиты прав потребителей ФБУЗ «ЦГиЭ в РО», соискатель кафедры «Финансы» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: zppfsb@gmail.com.

Ишанов И. В. —

Киреева Ю. В. — консультант отдела стратегического планирования и программ развития управления стратегического планирования и прогнозирования развития региона Департамента экономического развития Белгородской области.

E-mail: Vocharova1016@yandex.ru.

Рыкова И. Н. — д. э. н., Академик РАЕН, руководитель Центра отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт».

E-mail: rysova@yandex.ru.

Хубаев Г. Н. — д. э. н., профессор кафедры «Информационные системы и прикладная информатика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: gkhubaev@mail.ru.

Широбокова С. Н. — к. э. н., доцент кафедры «Информационные и измерительные системы и технологии» Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института).

E-mail: Shirobokova_SN@mail.ru.

Щербинин Т. А. — аспирант кафедры «Финансы и кредит» ФГАУ «Южный федеральный университет».

E-mail: timpser@mail.ru.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ № 8/13 от 02.03.2012 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям.

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью; должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «*.doc» или «*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210 × 297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, список использованной литературы. Указанные данные, Ф.И.О. авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — vestnik.rsue@mail.ru.

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах: на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ВЕСТНИК
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
(РИНХ)**

№ 1 (53), МАРТ, 2016

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Главный редактор

АЛЬБЕКОВ АДАМ УМАРОВИЧ

Заместитель главного редактора

ДЖУХА ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВИЧ

Ответственный секретарь

ПАРХОМЕНКО ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА

**РЕДАКТИРОВАНИЕ, КОРРЕКТУРА, МАКЕТИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА ШМЫГЛЯ Э. В.
МАКЕТИРОВАНИЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЙ НАБОР ГУЗЕНКО Н. В.
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР АКимова Л. И.**

Изд. № 58/2759. Подписано в печать 01.03.2016.

Объем 13,5 уч.-изд. л., 25,0 усл. печ. л.

Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура «Times New Roman».

Заказ № 122. Тираж 1000 экз.

344002, РОСТОВ-НА-ДОНУ, Б. САДОВАЯ, 69,

РГЭУ (РИНХ), к. 152

ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС.

Тел.: (863) 261–38–77, 266–42–34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

344002, РОСТОВ-НА-ДОНУ, Б. САДОВАЯ, 69,

РГЭУ (РИНХ), к. 337

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)».

Tel. (863) 237–02–75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

SCIENTIFIC EDITION

**VESTNIK
OF ROSTOV STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS
(RINH)**

№ 1 (53), MARCH, 2016

SCIENTIFICALLY-PRACTICAL JOURNAL

Editor-in-Chief

ALBEKOV ADAM UMAROVICH

Deputy Editor-in-Chief

DZHUKHA VLADIMIR MICHAILOVICH

Executive Secretary

PARKHOMENKO TATIANA VALERIEVNA

EDITING AND PROOFREADING, LAYOUT BY *SHMYGLYA E. V.*
LAYOUT, COMPUTER SET BY *GUZENKO N. V.*
ISSUER EDITOR *AKIMOVA L. I.*

Ed. № 58/2759. Signed in print 01.03.2016.
Volume of accounting and publishing sheets 13,5, conditionally printed sheets 25,0.
Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font «Times New Roman».
Order № 122. Printing 1000 copies.

344002, ROSTOV-ON-DON, B. SADOVAYA st., 69,
RSUE (RINH), a. 152
PUBLISHING AND PRINTING COMPLEX.
Tel.: (863) 261-38-77, 266-42-34.
E-mail: ipkrinh@gmail.com

344002, ROSTOV-ON-DON, B. SADOVAYA st., 69,
RSUE (RINH), a. 337
EDITORIAL BOARD OF «VESTNIK OF RSUE (RINH)».
Tel.: (863) 237-02-75.
E-mail: vestnik.rsue@mail.ru