



# ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*Сборник статей по материалам  
XXXV международной научно-практической конференции*

№ 3 (35)  
Март 2014 г.

Издается с февраля 2011 года

Новосибирск  
2014

УДК 33.07  
ББК 65.050  
Э 40

Ответственный редактор: Гулин А.И.

Председатель редакционной коллегии:

**Толстолесова Людмила Анатольевна** — д-р экон. наук, доц., проф. кафедры финансов, денежного обращения и кредита Тюменского государственного университета.

Редакционная коллегия:

**Елисеев Дмитрий Викторович** — канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

**Желнова Кристина Владимировна** — канд. экон. наук, асс. Воткинского филиала Удмуртского государственного университета;

**Леонидова Галина Валентиновна** — канд. экон. наук, доц., зав. лабораторией исследований проблем трудового потенциала ФГБУН «Институт социально-экономического развития территорий РАН»;

**Наконечный Дмитрий Иванович** — бизнес-консультант, преподаватель программ MBA Плехановской школы бизнеса «Integral», Moscow Business School.

**Э 40 Экономика и современный менеджмент: теория и практика**  
/ Сб. ст. по материалам XXXV междунар. науч.-практ. конф.  
№ 3 (35). Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. 196 с.

Учредитель: НП «СибАК»

Сборник статей «Экономика и современный менеджмент: теория и практика» включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

При перепечатке материалов издания ссылка на сборник статей обязательна.

<b>Оглавление</b>	
<b>Секция 1. PR и реклама</b>	<b>7</b>
РЕКЛАМА «ПРОТИВ» PR (ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНФЛИКТА) Станев Велин Стефанов	7
PR «ПРОТИВ» РЕКЛАМЫ (ОТЛИЧИЯ КАК НЕСОВЕРШЕНСТВА) Станев Велин Стефанов	15
<b>Секция 2. Банковское и страховое дело</b>	<b>24</b>
РЫНОК БАНКОСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЕ ПРАВИЛА ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ Скворцова Наталья Владимировна Урмацких Светлана Анатольевна	24
<b>Секция 3. Вопросы ценообразования в современной экономике</b>	<b>34</b>
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТОИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ В УНИВЕРСИТЕТАХ МИРА Леонтьева Карина Николаевна	34
<b>Секция 4. Инновационные подходы в современном менеджменте</b>	<b>42</b>
АКТИВНАЯ УПАКОВКА — ВЫЗОВ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕД НИМИ Димитрова Теофана Валентинова	42
<b>Секция 5. Мировая экономика и международные экономические отношения</b>	<b>48</b>
НООСФЕРИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РАЗВИТИЯ НВІС-ТЕХНОЛОГИЙ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ Глухова Дарья Андреевна	48
<b>Секция 6. Операционный менеджмент</b>	<b>53</b>
ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЯ И ВЫБОРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ Карпец Ольга Викторовна Голубев Евгений Иванович	53

<b>Секция 7. Правовое регулирование социально-экономических отношений</b>	<b>59</b>
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭВОЛЮЦИИ АГРАРНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ С ПОЗИЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО АГРОБИЗНЕСА Аксёнов Павел Сергеевич	59
<b>Секция 8. Проблемы макроэкономики</b>	<b>66</b>
ФУНКЦИИ ИННОВАЦИЙ КАК КАТАЛИЗАТОРА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА Жданова Ольга Александровна	66
ШТРАФ ЗА ТРУД Михеев Сергей Евгеньевич	71
<b>Секция 9. Стратегический менеджмент</b>	<b>77</b>
НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА Лозгачева Татьяна Михайловна	77
РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИЙ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА НА БАЗЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА Орехов Сергей Александрович	85
КОНТРОЛЛИНГ И ДИАГНОСТИКА РИСКОВ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИИ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА Орехов Сергей Александрович	90
РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЭК РОССИИ НА БАЗЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА Решетько Наталья Игоревна	97
АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТЭК КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИИ Решетько Наталья Игоревна	103

<b>Секция 10. Теория современного менеджмента</b>	<b>110</b>
МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОНТРОЛЛИНГА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ Гвоздева Елена Александровна	110
<b>Секция 11. Теория управления экономическими системами</b>	<b>117</b>
ПРЕДПОСЫЛКИ РЕОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ Гайфуллин Рашит Рашитович	117
МЕСТНОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ Сментына Наталия Валентиновна	123
<b>Секция 12. Управление и развитие персонала</b>	<b>132</b>
УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КИЭРГЭ») Егорова Майя Александровна Борисова Ульяна Семеновна	132
ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ Соловьева Мария Николаевна Борисова Ульяна Семеновна	137
<b>Секция 13. Управление проектами</b>	<b>142</b>
ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ Туянина Ксения Геннадьевна Арнаут Станислав Николаевич	142
<b>Секция 14. Финансы и налоговая политика</b>	<b>148</b>
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА И ВНЕШНЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ Дмитриев Сергей Юрьевич	148

**Секция 15. Экономика труда и управление персоналом** **155**

НАСТАВНИЧЕСТВО НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЕ КАК ИНСТРУМЕНТ  
АДАПТАЦИИ И РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАГС  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)  
Горохова Юлия Викторовна  
Михайлова Анна Викторовна

155

КОГНИТИВНАЯ ПСИХОТЕРАПИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ  
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ  
Шкляр Татьяна Львовна

160

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА МОТИВАЦИЮ ПЕРСОНАЛА  
Шкляр Татьяна Львовна

164

**Секция 16. Экономические аспекты  
регионального развития** **168**

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ,  
ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ  
Лимарева Юлия Анатольевна  
Остапченко Людмила Александровна

168

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ  
ПЛАНИРОВАНИЯ В РЕГИОНЕ  
Максимова Ирина Васильевна

173

КАЛУЖСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ — СТРАТЕГИЯ  
РАЗВИТИЯ  
Николаев Виктор Александрович

179

ОБРАБАТЫВАЮЩИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ ГОРОДА  
НОВОРОССИЙСКА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
Четошникова Любовь Александровна

188

## СЕКЦИЯ 1.

### PR И РЕКЛАМА

#### РЕКЛАМА «ПРОТИВ» PR (ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНФЛИКТА)

*Станев Велин Стефанов*

*канд. экон. наук, доцент  
Пловдивский университет им. П. Хилендарского”,  
Болгария, г. Пловдив  
E-mail: [velstan@yahoo.com](mailto:velstan@yahoo.com)*

#### ADVERTISING "VERSUS" PR (HISTORICAL ASPECTS OF THE CONFLICT)

*Stanev Velin Stefanov*

*doctor of mass communication, asst. professor,  
Plovdiv University "P. Hilendarski",  
Bulgaria, Plovdiv*

#### АННОТАЦИЯ

Между рекламой и PR существует конфликт, в котором, однако, только одна из сторон активна. С миссионерским пафосом часть специалистов по связям с общественностью (СО) тенденционно нападают в своих научных текстах, а рекламе все нипочем. Мы опишем основные приметы этой странной войны в двух последовательных статьях, в первой из которых проидентифицируем некоторые из ее исторических причин.

#### ABSTRACT

Long war rages between advertising and PR, but only the one side is active. Some PR scientists deliberately attack the advertising in their articles and books. This paper will identify some of the historical reasons which caused a strange collision.

**Ключевые слова:** реклама; PR; маркетинг; 4P; маркетинговый PR; интегрированный маркетинг.

**Keywords:** advertising; PR; marketing; 4P; marketing PR; integrated marketing.

## 1. О могуществе рекламы

Реклама служит бизнесу, экономике, политике, и сама она — бизнес, экономика и политика. Она повсеместна, и никто не сомневается в огромном ее могуществе. Реклама [4, с. 20]: информирует рынок; культивирует адекватные потребительские навыки; ускоряет внедрение новых продуктов и услуг; поддерживает интерес к уже налажившимся продуктам; способствует организации потребительского спроса и уменьшению расходов по сбыту; обязывает производителей повышать качество продуктов и обслуживания покупателей; стимулирует лояльную конкуренцию; защищает качественные продукты от фальсификаций; повышает престиж производителя; обеспечивает значительную часть доходов масс-медиа... Даже одного только последнего аргумента достаточно для того, чтобы оправдать недостатки рекламы, так как масс-медиа — это наше окно в мир, и они не могли бы просуществовать без рекламы. Коммерческие масс-медиа являются деловыми организациями, производящими продукт, при помощи которого они завоевывают внимание и свободное время своего аудиторного сегмента, чтобы продать их тем рекламодателям, которые видят в нем свою целевую аудиторию. Таков законовый механизм получать прибыль от медийной деятельности [11]. Кроме того, как типичный культурно-массовый артефакт, реклама развлекает, лансируя при этом не только товары и услуги, но также и идеалы, модели поведения и управления; образ жизни; социальные, экономические, культурные и образовательные статусы и инициативы; идеологии и политические решения... Да, реклама повсеместна, и никто не сомневается в огромном ее могуществе. Кроме части специалистов по PR! Они ведут войну [10]. Миссионерские призывы, однако, не могут одолеть монументальную силу этой всемирной промышленности — рекламы. Общественное мнение реагирует не на слова, а на дела, и не на утверждения без референта, а на реальности.

Сам факт, что большинство научных текстов, посвященных СО, френетически подчеркивает отличия между рекламой и PR, уже симптоматичен. Он в большой степени является следствием существовавшего по меньшей мере до 70-тых лет прошлого века (а реально и поныне) понимания, что PR — это форма рекламы и часть



рекламы. А также еще одного неоспоримого факта — реклама практиковалась и изучалась задолго до того как возникло словосочетание Public Relations, а маркетинг был присоединен к общности экономических наук. Еще в 1802 г. реклама заявила свои права на включение в карту самостоятельных профессий — тогда, когда было напечатано (в Веймаре) учебное пособие «Как писать рекламные объявления», собравшее примеры, анализы, советы и список фирм, которые могут оказать помощь в рекламной отрасли [6, с. 166—170]. Тексты, посвященные рекламе, издавались в течение всего XIX века. В 1874 году, например, (когда еще и в помине не было науки о СО) британец Сампсон опубликовал свой труд по истории рекламы. В 1880 году вышла в свет книга «Реклама и пресса» американца Фаулера. В 1887 году была издана «Книга о рекламе» немца Кронау. В 1892 году опять Фаулер издал «Как осуществлять бизнес» и энциклопедию рекламы с подробными рекомендациями. Его соотечественник Бейтс в 1896 году напечатал книгу «Искусная реклама», а примерно с тех пор (с 1888 года) на рынке уже появился журнал «Printer's Ink». Чтобы сравнить: первые книги, посвященные связям с общественностью, появились в США в двадцатых годах прошлого века, а первый журнал «Public Relations Journal» (издатель — Рекс Харлоу) вышел только в 1945 году [10].

Так или иначе, „Printer's Ink“ оповестил окончательное признание рекламной деятельности как самостоятельной профессии, но он важен и в другом отношении. Наряду с публикацией теоретических вопросов, практических казусов, анализов, критики на негативные тенденции и советов, журнал осуществлял исследования в области рекламной коммуникации, методикой и инструментарием которых впоследствии пользовались и социологи, и психологи. Рекламные эмпирические исследования в Америке опередили остальных в области коммуникации, и это исторический факт [6, с. 170]. Другой исторический факт — это то, что еще в конце XIX века *Американская рекламная федерация* вела борьбу против переступления через основные моральные нормы, разрабатывала свои собственные законопроекты и осуществляла саморегуляцию рекламного рынка, параллельно с этим формулируя основные принципы и подходы в рекламе. И еще один исторический факт. По мнению Джеймса Грунинга, о теории СО нельзя говорить раньше 70-х годов XX века [10], в то время как Скотт еще в 1903 году написал книгу «Теория и практика рекламы» и дополнил ее через пять лет «Психологией рекламы». Поэтому было бы вполне логичным утверждать, что среди родственных дисциплин, способствовавших формированию

теории PR, теория рекламы сыграла важную роль, а это доказывает, что задолго до появления науки и теории PR (и Маркетинга), еще в самом начале прошлого века, реклама уже достигла той глубины, при которой исследования проводятся не только на территории самой дисциплины, но и на уровне интегрирования ее с другими науками [6, с. 200—201].

## **2. О роли маркетинга**

Еще с самого начала связи с общественностью были вынуждены отграничиваться от рекламы, и это факт. Как раз комплекс «вторичности» лег в основу сегодняшней битвы за преимущество. Он также причина того, что с первых своих шагов молодая наука боролась за привилегию иметь потребительскую рекламу в качестве одной из своих функций, а не наоборот — остаться в тени рекламы, как многие продолжают считать. Когда в 1906 году Айви Ли огласил свою «Декларацию о принципах», он утверждал, что агентство его — не рекламное, и что тексты, изготавливаемые его фирмой и адресованные реципиентам прессы, не являются рекламой бизнеса кого бы то ни было [13]. В течение десятилетий PR и реклама отождествлялись в результате того, что в обеих сферах используются одни и те же приемы и методы коммуникации, а попытки добиться гласности через СМИ воспринимаются как скрытая реклама (замаскированная под информационные материалы). К тому же в 70-х и 80-х годах прошлого века стала обычной практикой больших американских рекламных компаний выкупать успешные PR-агентства, в результате чего PR-деятельность лишается самостоятельности и превращается в придаток к рекламе [6, с. 205]. Таким образом, война пиарменов против рекламы приобретает характер отчаянного сопротивления со стороны проигравшего битву, а маркетологи превращаются в неожиданного союзника проигравшего — однако союзника себе на уме.

Среди первых, кто заговорил о снижении мощи рекламы и о альтернативе в лице PR, был отец маркетинга Филип Котлер, а одно из наиболее радикальных превоплощений этого утверждения мы видим в книге Эл и Лаура Райс «Расцвет пиара и упадок рекламы». На протяжении целых 300 страниц авторы гипнотически повторяют, что реклама уже не эффективна, притом с позиций маркетологов, которые бы должны были быть на стороне рекламы, и это патетическое самопожертвование порождает обратный эффект. Критикуя рекламу, Райс на самом деле оказывает медвежью услугу самому маркетингу, признавая, что в США (на родине и маркетинга, и СО) большинство менеджеров считает маркетинг и рекламу синонимами. По его словам, американские медиа говорят об «общности маркетинга

и рекламы», и даже если не ассоциируют вполне маркетинг с рекламой, то все знают — утверждает он — что уже по меньшей мере 100 лет «реклама — доминирующая собака в своре маркетинга» и что на оперативном уровне маркетинговое агенство остается простым рекламным агентством, в то время как PR-агенство и есть PR-агентство [9, с. 277]. Генеральный тезис Райса в том, что после 100 лет тотальной доминации, сегодня реклама осталась «последней в своре», а СО стали лидером именно потому, что они вводят и позиционируют брэнд на рынке. Роль рекламы — будто бы только поддерживать его, и это ее настоящая роль в жизненном цикле брэнда.

Таким образом те, кто ратует за восход PR как нового лидера убеждающей коммуникации, практически включают его в семью маркетинга. И этим не ограничиваются, предвидя великую маркетинговую будущность связей с общественностью. Они считают, что PR должен устремиться вверх в иерархии к настоящей своей роли в маркетинговом процессе — к созиданию брэнда. «Сначала PR, потом реклама. Это ключ к успеху в современном маркетинге... Бренд строится при помощи PR-техник и потом отстраивается рекламой» [9, с. 274]. «Разумеется, и реклама, и PR необходимы каждой организации в условиях рыночной реальности. Но приоритеты уже не те: ведущим является PR, который создает представления о компании и брэнде ее продукта, и вносит их в общественное сознание. Только после этого включается реклама — чтобы поддерживать и сохранять устойчивость уже внедренных представлений в сознании потребителей. Реклама эффективна только тогда, когда она подражает, имитирует идею, пользу, уже лансированную PR в публичном пространстве, чтобы прочно укрепить ее в мире потребителя» [8, с. 35].

Большинство пиарологов, однако, те самые, кто отграничивает PR от рекламы, с этим не согласны. Теперь они должны отграничить СО от маркетинга. В 1980 году Котлер писал, что к традиционным 4P маркетингового комплекса — **product**, **prise**, **place** и **promotion** — надо прибавить пятый **P** — PR. С этим согласны такие ведущие американские маркетологи, как Гал, Кал, Берковиц, Керин, Рузделиус... и для всех них *PR является одним из средств маркетинговой коммуникации*. Однако выдающиеся теоретики PR (в том числе Катлип, Грунинг, Елинг и Уайт) выступают против слияния функций маркетинга с функциями PR и против подчинения PR маркетингу, так как более чем очевидно то, что для преобладающих в количественном и в качественном отношениях дефиниций PR является частью менеджмента [10].

И пока в Америке страсти бушуют, британские специалисты предлагают компромиссный вариант. Рассматривая маркетинг и СО как самостоятельные сферы менеджмента, они признают, что некоторая часть PR реализуется в рамках маркетинговой политики компании, обслуживает ее интересы, и ее следовало бы назвать *Маркетинговым PR*. Один из отцов этой концепции — Томас Харрис — преподает *Маркетинговый PR* как самостоятельную дисциплину еще с 1993 года, а в 1998 году его идея переросла в фундаментальную (и встретила активную поддержку со стороны Филипа Котлера) концепцию интегрированного маркетинга [14].

### **3. О разграничительных маркерах**

Европейская ассоциация рекламных агентств дефинирует рекламу как любую платную форму контролируемого воздействия, осуществляемого через средства массовой коммуникации, по представлению товаров и услуг в интересах явного источника [5, с. 28]. Несомненно, печатные и электронные СМИ не единственные каналы распространения рекламы (внешняя, транспортная, витринная реклама реализуются без помощи масс-медиа), а средства выражения ее полностью детерминированы спецификой канала. Кроме того утверждение, что благодаря планированному контролю над посланием реклама является одним из инструментов эффективного PR, хотя в системе PR ей уделена дополняющая функция [13, с. 48], приводит к выводу, что реклама в масс-медиа есть не основная, но все же медийная PR-деятельность, что дискредитирует базисный разграничительный маркер — платный контроль над коммуникацией — при наличии еще двух ключевых маркеров: явного источника и неличного представления. Джефкинс утверждает, что каждая организация пользуется PR, но не каждая организация пользуется рекламой [7, с. 248]. Опять же Джефкинс считает, что цель рекламы — убеждать и продавать, а PR так не делает [1, с. 200]! По мнению Райкова, однако, и реклама, и PR являются коммуникативными деятельностями, ориентированными к общей цели — увеличению продаж продуктов и услуг компании [8, с. 16].

К остальным наиболее часто указываемым отличиям, касающимся целей, области распространения и функций рекламы, мы подойдем через понимание маркетолога Крыстева и пиаролога Райкова.

По мнению Крыстева (поддерживающего тезис, что PR — функция менеджмента, а реклама — маркетинга) [4, с. 52—53]:

1. PR — управленческая функция центрального руководства, а реклама — органов сбыта.

2. PR представляет достижения и возможности фирмы в целом, объект же рекламы — конкретный товар или услуга.

3. PR создает и поддерживает симпатии, реклама стимулирует покупки.

4. PR добивается общественного признания полезности фирмы, реклама должна завоевать участок рынка.

По мнению Райкова (для которого реклама несовершенна не только в способах осуществления своей деятельности, но и в самой своей деятельности) [8, с. 26]:

1. Единственная миссия рекламы — это создавать желание и мотивировать спрос на продукт или услугу, в то время как миссия PR более глобальна — строить взаимовыгодные отношения между организацией и ее публикой на основе взаимного доверия.

2. Реклама стимулирует людей покупать продукты и услуги, а PR модифицирует (меняет) установки потребителей и создает у них положительное отношение к конкретной компании. PR работает также над созданием брэнда конкретного продукта или услуги, но главная его задача в том, чтобы завоевать доверие публики и таким образом привлечь ее ресурс к реализации организационной политики, и поэтому область его действия неизмеримо шире — он ищет решения во время кризиса, преодолевает конфликты, позиционирует отношение публики к организации.

Тезис большинства PR-исследователей, кроме Райса, которые объявили закат рекламы [9], и Зиймана, который оповестил конец и рекламы, и маркетинга таких, каких мы их знаем [2], можно сформулировать так: в чисто оперативном отношении реклама и связи с общественностью не имеют почти ничего общего! Оказывается, однако, что все же что-нибудь и есть. Общее их звено — корпоративная (институциональная у Стойкова, имиджная у Маринова) реклама. По мнению Маринова, корпоративная и имиджная реклама находятся полностью в компетенциях PR [5, с. 30]. Иными словами, создание корпоративного имиджа является единственной рекламой в рамках PR-компетенций, хотя пиарологи не единодушны и насчет этого. То, что реклама, используемая в корпоративном PR, отличается от потребительской рекламы, решающей маркетинговые задачи, утверждает и Китчен. Корпоративная реклама, по его словам, стремится вызвать симпатии в определенных кругах общественности или взаимопонимание с ними, и ее можно рассматривать как «стратегическую подборку из немаркетинговых намерений, обычных общественных услуг или сомнительной рекламы» [3, с. 46]. Стайков считает, что речь идет скорее всего о специфически

гибридной форме рекламы и PR, используемой для контролируемой коммуникации, при помощи которой покупается место и время с целью проинформировать о социальной политике данной организации как части полной ее стратегии создания положительного корпоративного имиджа [13, с. 49].

Что касается спора насчет смысла корпоративной рекламы в качестве PR-рекламы, многие отрицают рекламу в этой ее корпоративной функции. Они считают, что для организации значительно лучше искать благоприятного имиджа, заявляя о своей миссии перед обществом не при помощи рекламы, но путем неконтролируемых способов, что обеспечивает значительно большее доверие [3, с. 46].

Реклама служит бизнесу, экономике, политике, и сама она — бизнес, экономика и политика. Она повсеместна и никто не сомневается в огромном ее могуществе, кроме части специалистов по СО. Они ведут войну, и в следующей статье мы профдефинируем некоторые из наиболее фрапирующих ее признаков.

### **Список литературы:**

1. Джефкинс Ф.У. Въведение в маркетинга, рекламата и пбблик рилейшънс. В.: Гранд Варна Мениджмънт и Консултинг, 1993. — 288 с.
2. Зийман С.С. Краят на рекламата, каквато я познаваме. С.: Фокус, 2004. — 294 с.
3. Китчен Ф.Д. Эволюция пабблик рилейшънс: принципи и практика: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина. М.: Юнити-Дана, 2004. — 454 с.
4. Кръстев С.В. Рекламата. Понятия, правила, примери. С.: Сиела, 2000. — 274 с.
5. Маринов Р.В. Пбблик рилейшънс. С.: ИК Ваньо Недков, 2001. — 340 с.
6. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью. СПб.: Питер, 2007. — 288 с.
7. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М.: Центр, 1998. — 352 с.
8. Райков З.Ц. PR — Технологията на успеха. С.: Дармон, 2003. — 232 с.
9. Рийс А., Л. Рийс. Залезът на рекламата и възходът на пбблик рилейшънс. С.: Класика и стил, 2003. — 303 с.
10. Станев В.С. Какво е и какво не е PR. С.: Сиела, 2013. — 323 с.
11. Станев В.С. Американското форматно радио. Аспекти на развоая и програмирането. П.: УИ „П. Хилендарски“, 2007. — 296 с.
12. Станев В.С. Властта на рекламата и рекламата като власт // Сборник „Традиции, посоки, предизвикателства“. Том III. С.: УИ „П. Хилендарски-Смолян“, 2013. — С. 26—34.

13. Стойков Л.Д., В.К. Пачева. Връзки с обществеността и бизнескомуникация. С.: От игла до конец, 2005. — 466 с.
14. Харис Т.Л. Добавената стойност на пбблик рилейшънс. Тайното оръжие на интеграция маркетинг. С.: Рой Комюникейшънс, 2002. — 322 с.

## **PR «ПРОТИВ» РЕКЛАМЫ (ОТЛИЧИЯ КАК НЕСОВЕРШЕНСТВА)**

*Станев Велин Стефанов*

*канд. екон. наук, доцент Пловдивский университет  
им. П. Хилендарского,  
Болгария, г. Пловдив  
E-mail: [velstan@yahoo.com](mailto:velstan@yahoo.com)*

## **PR "AGAINST" ADVERTISING (THE DIFFERENCES AS IMPERFECTIONS)**

*Stanev Velin Stefanov*

*doctor of mass communication, asst. professor,  
Plovdiv University "P. Hilendarski",  
Plovdiv, Bulgaria*

### **АННОТАЦИЯ**

В предыдущей статье (в обобщенном виде) мы идентифицировали некоторые из исторических причин конфликта связей с общественностью (СО) и рекламы, в этой же мы сосредоточимся на наиболее серьезных критиках против рекламы, визирующих ее взаимоотношения со средствами массовой информации (СМИ) и их реципиентами, чтобы продемонстрировать, что большинство так называемых преимуществ PR переувеличены или совершенно не существуют.

### **ABSTRACT**

In a previous article, we have identified some of the historical causes of the conflict between PR and advertising. In this one, we will focus on the most important critics against advertising — its relationship with

the mass-media and their recipients — and we will demonstrate that the most of the so-called benefits of PR are absolutely non-existent.

**Ключевые слова:** реклама; PR; реклама и СМИ; различия рекламы и PR.

**Keywords:** advertising; PR; advertising and mass-media; the differences between advertising and PR.

При определении параметров различий рекламы и СО в большинстве научных разработок присутствует оценочность — как рефлексия продолжавшегося десятилетиями недооценивания PR — причем обычная схема декларативна: „реклама... (отрицательный знак), в то время как СО... (положительный знак)“. Точное дефинирование отличий действительно требует сравнения, но в PR-текстах оно всегда в пользу СО, причем, пытаясь обобщить видимые отличия, авторы приходят к противоречивым утверждениям с элементами неодобрения и осуждения. Поэтому для того, кто оспаривает целесообразность обвинений, приходится неизбежно взять сторону рекламы.

### **1. Реципиенты**

Почепцов отмечает, что реклама — это позитивный рассказ о конкретном объекте, адресованный конкретной аудитории и имеющий своей целью покупку, в то время как PR не обращается к ограниченному кругу потенциальных потребителей [8, с. 249]. Он предназначается широкой публике, окружающей целевые сегменты и имеющей отношение к организационной политике, а именно: муниципальным властям, профсоюзам, лидерам мнений... Как раз обширность адресатов превратил PR в технологию тотального воздействия [9, с. 23—24]. Сходно с этим и мнение Стойкова и Пачевой (реклама — по их мнению — направлена на узкий сегмент публики — на потенциальных потребителей, в то время как послания PR — на более широкую аудиторию [12, с. 49], а также Джефкинса, для которого реклама ограничивается продажей товаров и услуг, в то время как СО затрагивают всё и всех [2, с. 115]. Крыстев тоже видит смысл рекламы в адресовании ее конкретной рыночной среде, в то время как состав целевой группы PR намного шире, потому что она занимается не только решением о покупке, но всесторонне, системно и продолжительно обрабатывает широкую общественность [6, с. 52—53].

Основное в приведенных выше взглядах то, что реклама доходит до конкретных реципиентов, PR — до широкой общественности.



А это противоречит категорическим мнениям „отца“ науки, Эдварда Бернейса, „теоретика“ Джеймса Грунинга и „патриарха“ Скотта Катлипа, что PR не интересуется широкой общественностью, что смысл PR — в интернациональном общении с конкретно дефинируемыми целевыми группами, имеющими отношение к организации и взаимодействующими с ней [11]. Более того — Грунинг утверждает, что для организации, стратегически планирующей свои СО, „редко существует причина осуществлять коммуникацию с массовой публикой“ [1, с. 226].

Таким образом, рамка, очерченная „отцами“, вступает в значительное теоретическое противоречие с попытками указанных исследователей отграничить PR от рекламы по критерию „адресат“. Исследователи же, со своей стороны, совершенно расходятся мнениями с Эл и Лаурой Райс, для которых реклама стремится дойти до всех, так как широкоохватность и частота — это основные ее функциональные характеристики, в то время как PR доходит только до конкретных людей, до тех, кто имеет значение [10, с. 255]. Специалисты по СО продают — по их словам — не всем, а только продавцам, и не ставят ударение на широкоохватность и частоту послания, а на качество его и на влияние медиа, что нам дает следующий „повод“ для разграничения — особенности рекламного послания в масс-медиа.

## **2. Контроль и деньги**

Главное в механизмах, при помощи которых коммуникативные продукты, являющиеся следствием PR-деятельности, попадают и реализуются в масс-медиа, а также в их специфике и значении для содержания масс-медийного потока — это то, что публичное их обращение идентифицирует и превращает их в своего внутреннего медийного продукта, а не в информацию (статью, репортаж, новость...) с внешним источником. По мнению большинства приверженцев этого понимания, СО являются наиболее эффективной технологией убеждающей коммуникации в XXI веке [9], главное их преимущество именно в аудиторном нераспознавании первоисточника. В случае с рекламой это как раз наоборот — заказчик (инициатор, контрактор) рекламы известен [12, с. 49]. По этой причине Катлип дефинирует рекламу как „оглашаемую через медиа информацию, чей источник конкретен и известен, и он платит за время и место оглашения“ [4, с. 14]. Именно явный источник определяет противоположные подходы рекламы и СО в их коммуникации с масс-медиа. В случае с рекламой он предопределяет платный характер коммуникации и контроля над помещением сообщений в медиа,

по силе контракта, фиксирующего время, содержание и место. Иными словами — реклама полностью контролирует свои медийные реализации в отношении времени, содержания и места опубликования/эмиссии [5, с. 46]. Поэтому Доганов и Палфи называют ее контролируемой коммуникацией [3, с. 17]. А контролируется она именно в силу того, что платная [4, с. 13—14]. В отличие от нее, PR контролирует единственно только внутренние коммуникации: бюллетени, отчеты, журналы и все медийные продукты, продуцируемые самой организацией, но не обладает никаким средством контроля над публикациями в СМИ [7, с. 27]. Редактор может написать заново полученный пресс-релиз или даже выбросить его [2, с. 200].

Если мы примем эти мнения, то придем к выводу, что независимо от того, кем является рекламодатель — директным клиентом, агентством или PR-специалистом, которому нужны рекламные элементы в данной PR-кампании, то реклама предоставляет им возможность контроля над информацией, попадающей в медиа [12, с. 48]. Иными словами, организации могут использовать и используют рекламу в нуждах PR, когда [4, с. 15]: хотят представить в медиа свою критику так, чтобы сохранить контроль над сказанным; не довольны тем, что в медиа говорится; считают, что их точка зрения не совсем точно выражена; ощущают, что публика не понимает проблемы или апатична, или пытаются присоединить конкретную публику к определенной каузе. „Организации прибегают к рекламе, когда хотят контролировать содержание, место и частоту PR-сообщения в медиа“ — утверждает Катлип, и этим указывает нам на следующее отличие: платный характер и цена послания. Выходит, что [11]:

3. каждая организация вынуждена обращаться к рекламе тогда, когда ее доступ к медийным каналам ограничен, или когда контроль над местом, временем и содержанием послания в медиа настолько важен, что нельзя рисковать [5, с. 46].

4. именно по той причине, что реклама платная, она значительно более эффективна и надежна, и PR вынужден пользоваться ей в случаях, когда вроде бы всегда работающие PR-инструменты не обеспечивают доступа к масс-медиа.

5. обычные платные сообщения и репортажи очевидно являются следствием PR-бессилия, прибегающего к контролируемой рекламной коммуникации.

Неоспоримо, что PR-услуги также платные. И если утверждения: „PR-информации являются частью новостей, редакционных статей... они индиректны и публика не осознает, что за них запла-

чено“ [12, с. 49] и „Реклама платит, чтобы получить доступ в масс-медиа, в то время как PR-продает масс-медиа свое время и экспертизы“ [8, с. 248] не выясняют в достаточной степени кто кому и как платит, то клиентны, несомненно, платят за полученные PR-услуги. Несмотря на это, спорящие с рекламой авторы оппозиции „платная реклама — дешевые PR-услуги“ изобрели и более радикальную форму: „дорогая реклама — бесплатные PR-услуги“ [7, с. 30]. Утверждают также, что: реклама не только дороже, но она еще и кратковременная, в то время как PR-кампания не только дешевле, но одновременно с тем долговременная и развивается постепенно в продолжительный период времени [9, с. 261]; расходы при PR значительно ниже благодаря разнообразным возможностям и техникам коммуникации; цены рекламы перманентно высоки, и особенно тогда, когда нужно добиться эффекта среди более широкой публики, и именно поэтому PR значительно более эффективен, смотря на соотношение „цена — цель“ [12, с. 48]; постижение публичности не бесплатно, но денег нужно значительно меньше, чем тех, которыми нужно „заправить“ рекламное агентство, „притом без доказанной связи их работы с увеличением продаж“ [9, с. 17].

Мнения подобного рода сознательно оставляют в стороне имплицитную рекламную функцию — информационную. Вопреки всем демоническим качествам, которые ей приписывают, реклама информирует о товарах, продуктах и услугах, и для коммуникативных PR-продуктов, попадающих в масс-медиа как новости и общественно значимые информации, несомненно, невозможно заменить неоспоримую способность рекламы сообщить, что существует что-то новое или улучшенное старое.

Утверждение, что реклама ужасно дорога, а PR совершенно бесплатен, абсурдно. Услуги PR-специалистов также не бесплатны, поэтому и один из аргументов Фрэнка Джефкинса, пытающегося отграничить PR от рекламы, формулирован так: „PR не есть бесплатная реклама, так как он также платный, просто платят не медиам“ [2, с. 200].

### **3. СМИ как жертвы**

Несомненный разграничительный маркер: платный контроль над медийными посланиями — связан с пониманием пиарменов, что реклама прессирует СМИ и обезличает их. Проблема, по их мнению, прежде всего в недоверии, которое платная и контролируемая коммуникация в принципе порождает. Поэтому и пиармены стремятся к проникновению на нерекламные страницы и в нерекламные блоки — в журналистическое медийное содержание.

Они строят свои текстовые послания в соответствии со спецификой и жанровой характеристикой конкретных медиа, стараясь удовлетворить потребностям реципиентов. Рассмотрим некоторые из основных аргументов приверженцев тезиса о закате рекламы и восходе PR при помощи медийных их проекций по схеме: обвинение — опциональный ответ [11]:

- Несмотря на то, что контролирует и время, и место, и содержание своих посланий, которыми СМИ вроде бы заваливают нас, реклама не может насильно вторгнуться в сознание потребителя. Чем больше она старается, тем меньше вероятность осуществить это, чем сильнее давление со стороны рекламы, тем крепче сопротивление. В отличие от этого — ибо медиа сами выбирают время, место и содержание PR-посланий, потребители вроде бы не догадываются о том, что первоисточник — внешний, и считают, что медиа им помогают, раскрывая им глаза на превосходный новый продукт или услугу [10, с. 247].

Да, это возможно! Это возможно, если согласиться с теорией о „Растущей познавательной пропасти“ Тиченора, Донахью и Олиен из университета в Миннесоте, о порожденном заваливающими нас информацией масс-медиа двухклассовом обществе богатых и бедных информацией [1]. Те образованные и богатые сегменты общества, которые быстро и полноценно осваивают поступающую информацию, легко распознали бы и усомнились бы в бескорыстии PR-продуктов, в то время как сегменты, осваивающие медленнее и неполноценнее, вообще бы их не освоили. В обоих случаях выигрывает... реклама.

- Организация, уже принявшая решение рекламировать, будто бы определилась уже какой именно хочет быть, и что и кому хочет продавать. В то время как организация, начавшая PR-кампанию, оставляет свое будущее в руках масс-медиа. Они говорят ей какой быть и что продавать. „Это выглядит нелепо, но медиа всегда выходят победителями“ [10, с. 257].

Это действительно нелепо. Медийная власть вроде этой заставила бы отказаться от PR-услуг даже наиболее ревностных сторонников практики пользоваться PR-кампаниями, а не рекламными. Интересно, подозревают ли масс-медиа о таком своем всесиили!

- Нет ничего бесполезнее — говорит автор — вчерашней рекламы. Она — как бабочка, живет коротко и умирает, в то время как хорошая история, рассказанная масс-медиа, живет вечно. Она может вызвать интерес и переключать из газеты в радио или телевидение, из маленьких медиа в большие или наоборот. Когда

журналист решает писать, всегда проводит проверку, что уже писалось по данному вопросу, но никто не проверяет старые рекламы [10, с. 259].

Каждая новая рекламная кампания, однако, конституируется, конструируется, структурируется, позиционируется и стартуется на основании предыдущей. Те же самые авторы называют это „продолжением линии“ и объявляют изъясном, притом в том же самом тексте, а оригинальное выражение звучит так: нет ничего скучнее вчерашней газеты.

- Люди — утверждает автор — скептически относятся к рекламе, так как знают, что это реклама. PR-материалы представляются как новости, и поэтому не вызывают скептицизма. Люди не знают, что это — продукт PR-деятельности [7, с. 30]. Медийное PR-послание добивается того, чтобы его не воспринимали как рекламное в связи с нарастающей публичной нетерпимостью к рекламе, и в этом — ключ к его эффективности. Реклама остается привнесенным чужим телом, а PR-материал становится обычным медийным продуктом. Публика заинтригована его актуальностью, ценностью его новизны, и если сопровождающий контекст актуален (причины, следствия, значение для потребителя), то точное содержание попадет в то место и время, в которые хотела организация [9, с. 24].

Понимать так: если коммуникативный PR-продукт приподнесен адекватно, в соответствии с законами медиа, и содержит актуальный референт, то организация автоматически приобретет власть над содержанием, временем и местом его помещения. Она будет контролировать коммуникацию, притом бесплатно. Иными словами, производство PR-продуктов для СМИ превратится в игру кто кого перехитрит, или как перехитрить СМИ, что послание важно и что его нужно допустить, а это дискредитирует фундаментальное понимание о том (того же самого автора), что PR-контакты со СМИ строятся на основании взаимовыгодного сотрудничества.

- В отличие от чисто торгового характера рекламного послания, PR-послания располагаются в неторговом контексте, что обеспечивает восприятие PR-сообщения реципиентами, избегающими рекламы. В отличие от всех остальных социальных технологий влияния на поведение публики, СО объективны. Они вступают в роль третьей стороны, связываются с именем популярного журналиста, с авторитетом уважаемого ученого, знаменитого иностранного гостя... и поэтому не ассоциируются с преследованием корыстных целей. Будто бы отсутствует негативный контекст, сопровождающий платные

рекламные послания, в которых всегда присутствует определение „самый“, провоцирующее подозрительность и неверие потребителя, так как нет объективности [9, с. 22]. В отличие от „платного щеголяния рекламы“, PR-сообщение является объективной информацией, соответствующей актуальным интересам потребителей [9, с. 25].

Оставим в стороне факт, что объективность — категория абстрактная, так как любое отражение фактов и событий в сознании (не говоря уже о интерпретации) как отдельной личности, так и общественной группы в целом, субъективно, и поэтому в журналистике говорят не об объективности, а об объективизированности. Из указанного следует, что каждая размещенная в медиа новость соответствует актуальным интересам, что новости в целом сами по себе всегда соответствуют интересам потребителей и что аудитория обязательно воспримет любое медийное послание в неторговом контексте. Вряд ли, однако, найдется медийный специалист, который осмелился бы утверждать, что реципиенты в принципе воспринимают все, что не является рекламой, и что это гарантировано.

- В отличие от рекламы, СО — пишет автор — создают эффективные контакты с медиа. Если репутация конкретного средства массовой коммуникации высокая, то она автоматически переходит и на организацию. Если организацию показывают, о ней говорят или пишут, то значит она важна, серьезна и заслуживает доверия [9, с. 26].

В таком случае, раз высокая репутация медиа автоматически переходит на организации в результате опубликования/эмиссии информации... то по той же логике ничего не мешает репутации перейти и на источник опубликованной/эмитированной рекламы, несмотря на то, что она платная. Раз ее показали, значит реклама важна, серьезна и заслуживает доверия — в результате продажи повышаются и стимулируется желание получить еще информацию.

Разумеется, это только часть различий между рекламой и СО, которую специалисты по СО выдвигают как преимущества PR. Остальным различиям, а также односторонней и странной войне посвящена самостоятельная глава монографии В. Станева [11].

### **Список литературы:**

1. Буркарт Р. Наука за комуникацията. В.Т.: Пик, 2000. — 495 с.
2. Джефкинс Ф.У. Въведение в маркетинга, рекламата и пбблик рилейшънс. В.: Гранд Варна Мениджмънт и Консултинг, 1993. — 288 с.
3. Доганов Д.И., Ф. Палфи. Рекламата каквато е. В.: Princeps, 1992. — 359 с.

4. Катлип С., А. Сентър, Г. Бруум. Ефективен пбблик рилейшънс. С.: Рой Комюникейшънс, 2007. — 508 с.
5. Китчен Ф.Д. Еволюция пабблик рилейшънс: принципи и практика: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина. М.: Юнити-Дана, 2004. — 454 с.
6. Кръстев С.В. Рекламата. Понятия, правила, примери. С.:Сиела, 2000. — 274 с.
7. Маринов Р.В. Пбблик рилейшънс. С.: ИК Ваньо Недков, 2001. — 180 с.
8. Почепцов Г.Г. Теория и практика комуникации. М.: Центр, 1998. — 352 с.
9. Райков З.Ц. PR — Технологията на успеха. С.: Дармон, 2003. — 232 с.
10. Рийс А., Л. Рийс. Залезът на рекламата и възходът на пбблик рилейшънс. С.: Класика и стил, 2003. — 303 с.
11. Станев В.С. Какво е и какво не е ПР. С.: Сиела, 2013. — 323 с.
12. Стойков Л.Д., В.К. Пачева. Връзки с обществеността и бизнескомуникация. С.: От игла до конец, 2005. — 466 с.

## СЕКЦИЯ 2.

### БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО

#### **РЫНОК БАНКОСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НОВЫЕ ПРАВИЛА ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

***Скворцова Наталья Владимировна***

*канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВПО «Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г.И. Носова»,  
РФ, г. Магнитогорск  
E-mail: [skvortsova.nv@mail.ru](mailto:skvortsova.nv@mail.ru)*

***Урмацких Светлана Анатольевна***

*студент V курса ФГБОУ ВПО «Магнитогорский  
государственный технический университет им. Г.И. Носова»,  
РФ, г. Магнитогорск  
E-mail: [surmatskikh@bk.ru](mailto:surmatskikh@bk.ru)*

#### **BANCASSURANCE IN RUSSIA: MODERN STATE, PROBLEMS AND NEW RULES FOR ITS FUNCTIONING**

***Skvortsova Natalia***

*candidate of Economic Sciences, associate professor  
of Nosov Magnitogorsk State Technical University,  
Russia, Magnitogorsk*

***Urmatskih Svetlana***

*5th year student of Nosov Magnitogorsk State Technical University,  
Russia, Magnitogorsk*



## АННОТАЦИЯ

В статье раскрыта сущность банкострахования, приведены результаты анализа современного состояния рынка банкострахования в России и обозначены основные тенденции его развития. Особую актуальность представляет освещение некоторых проблем функционирования рынка банкострахования и возможность их преодоление в рамках изменений в законодательстве, вступающих в силу с 2014 года.

### ABSTRACT

The article reveals the essence of bancassurance, presents an analysis of the current state of bancassurance in Russia and the main trends of its development. Of particular importance is the consideration of some of the problems of interaction between banks and insurance companies, as well as the opportunity to overcome them in the framework of legislative changes, which come into force in 2014.

**Ключевые слова:** банкострахование; коммерческие банки; страховые компании; кэптивныe страховщики; каналы продаж страховых продуктов; комиссионное вознаграждение; проблемы рынка банкострахования.

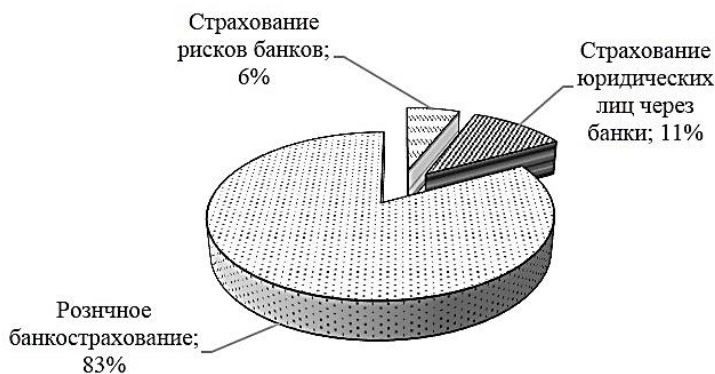
**Keywords:** bancassurance; commercial banks, insurance companies; captive insurers; sales channels of insurance products; commission; problems of bancassurance.

В настоящее время все более заметное влияние на экономику России и, в частности, на ее финансовый сектор оказывают общемировые тенденции, такие как глобализация, интеграция, унификация. В результате такого влияния взаимное проникновение банковского и страхового бизнеса стало в последние годы доминирующей тенденцией в Российской экономике. Такой способ организации сотрудничества между банками и страховыми компаниями как банкострахование стал уже неотъемлемой частью современных финансовых процессов как средство, обеспечивающее экономическую безопасность.

Под термином «банкострахование» следует понимать процесс интеграции банков и страховых компаний с целью реализации как страховых, так и банковских продуктов, совмещая каналы продаж и клиентскую базу партнера, страхование рисков самих банков, а также доступ к внутренним финансовым ресурсам друг друга. При этом мотивация вхождения страховых и банковских институтов в банковское страхование сводится к существенному ряду преимуществ. Банки и страховые компании объединились в пользу взаимовыгодного сотрудничества, которое позволяет осуществить расширение

клиентской базы, снижение издержек и диверсификацию услуг и дистрибуционных каналов страховых организаций; выйти им на новые сегменты рынка; минимизировать риски кредитных учреждений; получить дополнительные доходы в виде комиссионного вознаграждения от страховых компаний; повысить надежность всех финансовых операций; обеспечить защиту финансовой ответственности клиентов перед банком в случае потери трудоспособности или ухода из жизни.

Сотрудничество отечественных страховщиков с банками осуществляется в основном по трем сегментам: страхование залогов юридических лиц; страхование рисков при кредитовании физических лиц; страхование банковских рисков (рис. 1) [2].



**Рисунок 1. Структура рынка банкострахования в 2012 году**

**Источник: разработано авторами на основе данных «Эксперт РА»**

По предварительным данным экспертов объем рынка банкострахования в 2013 году вырос почти на 20 % по сравнению с предыдущим годом и составил около 192,6 млрд. рублей. Согласно исследованиям экспертов, по итогам 2014 года объем сборов в этом сегменте ожидается на уровне 221 млрд. рублей. Однако темпы прироста сегмента банкострахования от года к году сокращаются. Так, в 2013 году он снизился почти в 1,5 раза по сравнению с 2012 годом. В 2014 году ожидается еще большее замедление роста (рис. 2).



**Рисунок 2. Динамика российского рынка банкострахования.**  
**Источник: разработано авторами на основе данных «Эксперт РА»**

На ситуацию оказывает влияние темпы прироста потребительского кредитования, которые тоже сокращаются. Если в 2012 году этот показатель был на уровне 39 %, а в 2013 — 29 %, то в 2014 году он ожидается уже около 22 %.

Страхование жизни и здоровья заемщиков при потребительском кредитовании было и пока остается единственным драйвером банкострахования. Причем именно этот вид высокомаржинального страхования достался в большей степени «кэптивным» страховщикам, в то время как стагнирующее и сложное страхование, в частности страхование заемщиков — юридических лиц и страхование банковских рисков, в большей доли легло на плечи рыночных участников страхового сектора. Кэптивные страховщики, т. е. страховые компании, аффилированные с банками, увеличили свою долю в сегменте банкострахования до 37 % за 2012 год с 28 % за 2011 год и продолжают усиливать свое положение. По итогам 2013 года эта доля, по предварительным данным, составила 50 % (рис. 3).



**Рисунок 3. Динамика доли кэптивных страховщиков в банкостраховании. Источник: разработано авторами на основе данных «Эксперт РА»**

Руководство Федеральной антимонопольной службы России (ФАС) обращает внимание на существующие системные проблемы на рынке банкострахования: уменьшение количества страховых выплат и увеличение количества обращений клиентов в суд. Заемщики не верят ни в обоснованность выплат, ни в то, что эти выплаты состоятся. Проблема заключается еще и в том, что страховщики по добровольным видам страхования предлагают более низкие тарифы, обеспечивая тем самым себе конкурентные преимущества, что приводит к невыполнению ими своих страховых обязательств, когда денег не хватает на то, чтобы выплатить страхователям по этим случаям. Очевидной причиной этого являются, по мнению руководства ФАС России, комиссии. С одной стороны, страховщики вынуждены платить банкам, чтобы получить клиентскую базу. С другой стороны, страховщики движутся на рынок страхования сами и платят комиссии страховым агентам. В итоге, все эти суммарные комиссии пробивают суммы страховых резервов, на выплаты реально ничего не остается. В качестве одного из методов борьбы с этим явлением ФАС России рассматривает введение законодательного ограничения комиссии.

Действительно, по официальным данным ФСФР за первое полугодие 2013 года банки продали страховых полисов на сумму

64,3 млрд. руб. Из них 46 %, что в абсолютном значении составляет 29,9 млрд. руб., банки оставили себе в качестве комиссии (агентского вознаграждения). В 2012 году ФСФР раскрыла размер вознаграждений банкам, уплачиваемых страховщиками (табл. 1), который, по мнению экспертов, не совсем соответствует действительности. И банки не собираются на этом останавливаться, заявляя, что через пять лет продажа страховых полисов будет приносить им до 10 % всех доходов.

*Таблица 1.*

**Размер комиссионных вознаграждений,  
уплачиваемых страховщиками банкам в 2012 году**

Вид страхования	Отношение величины вознаграждения кредитным организациям к величине взносов, полученных от кредитных организаций
Всего	42 %
Страхование жизни	45 %
Страхование от НС и болезней	53 %
Страхование автокаско	19 %
Сельскохозяйственное страхование	17 %
Страхование прочего имущества юридических лиц	16 %
Страхование прочего имущества граждан	22 %

*Источник: составлено по данным ФСФР*

Таким образом, в настоящее время банковский канал продаж для страховщиков самый дорогой. В среднем за полугодие 2013 года комиссии банков достигли 46 % от собранной премии. Агентам страховщики отдали в качестве вознаграждения 31 % от премии, автодилерам — 19 %. «Почта России» берет со страховщиков за агентские услуги 13 %, медицинские учреждения — лишь 3 %. А продажи полисов через интернет (всего — 983 млн. руб.) не стоят почти ничего [1]. Средний же показатель по всем каналам продаж, по данным, теперь уже упраздненной, ФСФР, составляет 23,6 %.

В I полугодии 2013 года больше всего денег банки собрали по страхованию жизни (20,5 млрд. руб.) и от несчастного случая (20,9 млрд. руб.), получив при этом в качестве комиссий 55 и 51 %

от премий. Столь же выгодным оказалось страхование заемщиков от финансовых рисков: здесь комиссия банков достигла 53 % (при сборах в 5,5 млрд. руб.). Достаточно успешными являются продажи банками каско в пакете с автокредитами и страхования жизни и здоровья — с потребительскими кредитами (рис. 4). А вот банковские продажи других полисов, например, накопительного страхования жизни, недостаточно развиты. Выбирая, что продавать, банки ориентируются на величину своей комиссии.



**Рисунок 4. Структура банкострахования в 2012—2013 гг.**  
**Источник: составлено авторами по данным «Эксперт РА»**

По мнению страховщиков, текущий уровень комиссий, которые уплачивают страховые компании банкам слишком велик, и растет быстрее рынка. На этапе становления взаимоотношений между банками и страховыми компаниями в рамках сотрудничества, страховщики были больше в нем заинтересованы, и банки, понимая это, диктовали свои условия, что наблюдается и по сей день. Банки переходят от коллективных договоров на агентскую схему, что требует от страховщиков серьезного увеличения комиссий, которое не все могут себе позволить. Одной из основных причин этого страховщики видят в существовании непрозрачной системы аккредитации партнеров, так как в законодательстве нет четких критериев отбора страховщиков, в одном банке можно легко получить аккредитацию, а в другом нет.

В свою очередь банки в обоснование таких размеров комиссий приводят следующие аргументы: если страховые компании в рамках лицензирования закладывают агентское вознаграждение в 40—50 %, значит, они считают такие высокие проценты экономически оправданными, а уровень комиссии определяет рынок. Кроме этого банки

заявляют, что в рамках сотрудничества со страховыми компаниями они избавляют последних от высоких расходов на дистрибуцию страховых продуктов, ведь банковский канал продаж позволяет страховщикам вести свой бизнес без инвестиций в ее развитие.

Пока страховым компаниям некуда деваться, и они вынуждены платить высокие комиссии, часто достигающие 80 % и более, не взирая на то, что в структуре страхового тарифа заложена доля расходов на ведение дела в 30—40 %. Такое положение дел может привести к росту убыточности страховых операций, вплоть до ухода игроков с рынка, так как страховщики, чтобы привлечь банки, идут на чрезмерное повышение комиссионных в ущерб рентабельности, что снижает их платежеспособность. Назревает необходимость в создании барьера, не позволяющего платить посредникам больше.

Крайними в этом процессе остаются как правило потребители, так как дополнительные расходы перекладываются именно на них. Для того чтобы удержать уровень рентабельности при высоких комиссиях банкам страховщики сокращают страховое покрытие либо увеличивают премии, что ведет к удорожанию полисов, например, для заемщиков, вынужденных покупать их, чтобы получить кредит. Сами же потребители как правило, понимают какова цена кредита, но не вполне осознают, какую сумму они на самом деле платят за страховку. Многие заемщики задним числом проявляют недовольство завышенными комиссиями банков за так называемое «подключение к страхованию» [3]. Проблема заключается в том, что банк заключает со страховой компанией двусторонний договор, поэтому попытки заемщиков получить копию договора страхования и разобраться в тонкостях наталкиваются на отказ со стороны банков, аргументированный тем, что это коммерческая тайна.

Отказаться от страхования заемщикам обычно не удастся, хотя прямого навязывания страхования при кредитовании сейчас практически нет, поскольку этот аспект строго контролируется Роспотребнадзором. Однако потребители, которые отказываются от страхования, сталкиваются с существенным в ряде случаев повышением ставки по кредиту. К тому же ограниченный набор страховщиков, продукты которых аккредитованы банком, не позволяет заемщикам выбрать оптимальный по соотношению цены и качества продукт.

Все эти проблемы страховщиков, банков и заемщиков могут провоцировать замедление кредитования, указывают эксперты. Возможно предвидя такое развитие ситуации, некоторые страховщики уже снижают долю кредитного страхования и переносят упор в сотрудничестве с банками на иные сегменты, например, накопительные виды

страхования жизни. Кроме этого новый импульс развития должны получить добровольное накопительное страхование жизни и коробоные продукты, не связанные с кредитованием.

Частично изменить ситуацию и, возможно, сдержать рост банковских комиссий должен закон «О потребительском кредитовании», который вступает в силу с 1 июля 2014 года [4]. Он обяжет банки спрашивать согласие заемщика на страховую защиту и раскрывать эффективную ставку в договоре. Банки-агенты не смогут выступать выгодоприобретателями по полисам, которые они продают. Но, по мнению страховщиков, это скорее всего лишь усложнит схемы взаимодействия между ними и банками и в итоге обернется удорожанием продукта для клиента.

Также, после вступления в силу 21 января 2014 г. поправок к закону «О внесении изменений в закон о страховом деле» банки, как страховые агенты, стали быть обязаны раскрывать потребителям и другим заинтересованным лицам размер своего вознаграждения от страховщика [5]. Банки признают, что в результате этого могут потерять часть своих непроцентных доходов, собираемых в виде комиссионных со страховщиков. Да и страховщики нововведение тоже не особо приветствуют, поскольку лишаются одного из инструментов конкуренции.

Банкиры и страховщики отмечают, что есть и комиссии, которые могут остаться «за рамками закона». Кредитная организация не всегда выступает именно агентом при страховании. Есть вариант взаимодействия, когда банк оказывает клиенту консультационные услуги, направляя заемщика для заключения договора напрямую к страховщику. Но и в таком случае страховая компания на самом деле платит банку комиссию, причем она проходит вне рамок договоров с потребителями.

По мнению экспертов, раскрытие информации о комиссиях — благо для потребителя, который сможет лучше, чем сейчас, ориентироваться в кредитных предложениях и сопутствующих финансовых услугах. Однако другие участники рынка считают, что изменения в законе не особо повлияют на банковский бизнес, в том числе и на размер комиссии, так клиент, обращающийся за кредитом, как правило, не настроен на то, чтобы досконально разбираться в деталях. Его больше интересует общая стоимость кредитного продукта, а не детальные расчеты по «сопутствующей страховке». С этим мнением отчасти можно согласиться, так как кардинальных изменений с принятием поправок в законе в умах заемщиков в подавляющем числе не следует ожидать.



С точки зрения потребителей банковского кредита, более-менее осведомленных о положении дел на рынке банкострахования, требование о раскрытии размера банковского вознаграждения, получаемого от страховщика, представляется недостаточно продуктивной мерой. Клиенты банков признаются, что для них была бы полезна другая мера, которая звучала в первом чтении поправок к закону «Об организации страхового дела в РФ», выражающаяся в запрете на деятельность банка в качестве страхового агента. Таким образом, это обеспечило бы им дополнительную свободу при выборе страховой компании и условий предоставления страхового продукта, а также снизило бы интерес банков в навязывании, хоть и завуалированном, страховых услуг.

В целом же остается надеяться, что появление ясности в комиссионном ценообразовании приведет к общему снижению финансовой нагрузки на заемщика и повышению гарантий по выплатам при наступлении страхового случая. Банки же могут компенсировать возможное снижение комиссионного дохода путем наращивания портфелей, ведь смысл банковского бизнеса все-таки не в получении комиссии от договоров страхования, она лишь дополнительный источник дохода.

### **Список литературы:**

13. Костина Н.Н., Трубицына О.Г. Технологии дистанционного банковского обслуживания и их развитие в России / Проблемы и перспективы развития экономики и управления: материалы международной научно-практической конференции 3—4 декабря 2013 года. Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ». — 2013. — Ч. 2. — С. 7—10.
14. Рынок банкострахования: перезагрузка / О. Басова, А. Янин, П. Самиев / Рейтинговое агентство «Эксперт РА», 2011 г. — 3 с.
15. Теренина Н.В. Исследование эффективности работы персонала страховой организации методом внутреннего бенчмаркинга // Страховое дело. 2008. № 11.
16. Федеральный Закон РФ № 353-ФЗ от 21.12.2013 г. «О потребительском кредите (займе)» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=155986> (дата обращения 01.03.2014).
17. Федеральный Закон РФ № 234-ФЗ от 23.07.2013 г. «О внесении изменений в закон «Об организации страхового дела в РФ» [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_157042/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_157042/) (дата обращения 01.03.2014).

### СЕКЦИЯ 3.

## ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

### СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТОИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ В УНИВЕРСИТЕТАХ МИРА

*Леонтьева Карина Николаевна*

*аспирант, Северо-Восточный федеральный университет*

*им. М.К. Аммосова,*

*РФ, г. Якутск*

*E-mail: [kleontieva88@yandex.ru](mailto:kleontieva88@yandex.ru)*

### THE ANALYSIS OF THE COST OF TUITION AT UNIVERSITIES IN THE WORLD

*Leontyeva Karina*

*post-graduate student, North-Eastern Federal University,*

*Russia, Yakutsk*

#### АННОТАЦИЯ

В данной статье проводится исследование стоимости обучения в ведущих вузах России и мира, а также корреляционный анализ их соотношения со средней заработной платой в регионах их расположения. В результате проведенного исследования были выявлены самые дорогие университеты мира и России, а также обнаружен синхронный характер стоимости обучения в вузе и средней заработной платы по региону.

#### ABSTRACT

In this article we study the cost of tuition at leading universities in Russia and the world, as well as correlation analysis of their relation to the average wage in the regions of their location. The study identified the most expensive universities in the world and Russia and detected

the synchronous nature of the cost of tuition at the university, and the average wage in the region.

**Ключевые слова:** стоимость обучения; заработная плата; вуз.

**Keywords:** cost of tuition; average wage; university.

Одной из главных причин выбора вуза является стоимость обучения и спектр предоставляемых образовательным учреждением услуг. Стоимость обучения основывается на нескольких факторах. Во-первых, это сама себестоимость обучения, она складывается из затрат на учебно-материальную базу, на оснащенность материально-техническими ресурсами, на трудовые ресурсы и прочие затраты. Во-вторых, дополнительным фактором определения стоимости обучения является восприятие потребителем ценности услуги. В этом случае стоимость основывается на проведении оценок соотношения между ценой и ценностью образовательного учреждения, которая во многом определяется имиджем вуза, социальной инфраструктурой университета, его местоположением и т. д.

В таблице 1. приведены результаты мониторинга средней стоимости обучения по ведущим вузам мира по версии рейтинга QS 100 и лучших вузов России на 2012—2013/2013—2014 учебные годы по данным официальных сайтов вузов, средней заработной платы по региону расположения вуза и процентное отношение стоимости обучения вуза к заработной плате по местонахождению вуза.

*Таблица 1.*

### Результаты мониторинга вузов

	ВУЗ	Зарботная плата по региону, долл. США [2, 5]	Средняя стоимость одного года обучения, долл. США [4]	Отношение стоимости обучения к заработной плате, %
1.	Университет Макгилла, Канада	\$ 32 688,00	\$ 39 500,00	120,84 %
2.	Кембриджский университет, Великобритания	\$ 36 780,00	\$ 33 350,00	90,67 %
3.	Гарвардский университет, США	\$ 39 156,00	\$ 29 350,00	74,96 %
4.	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	\$ 17 358,17	\$ 8 188,66	47,17 %

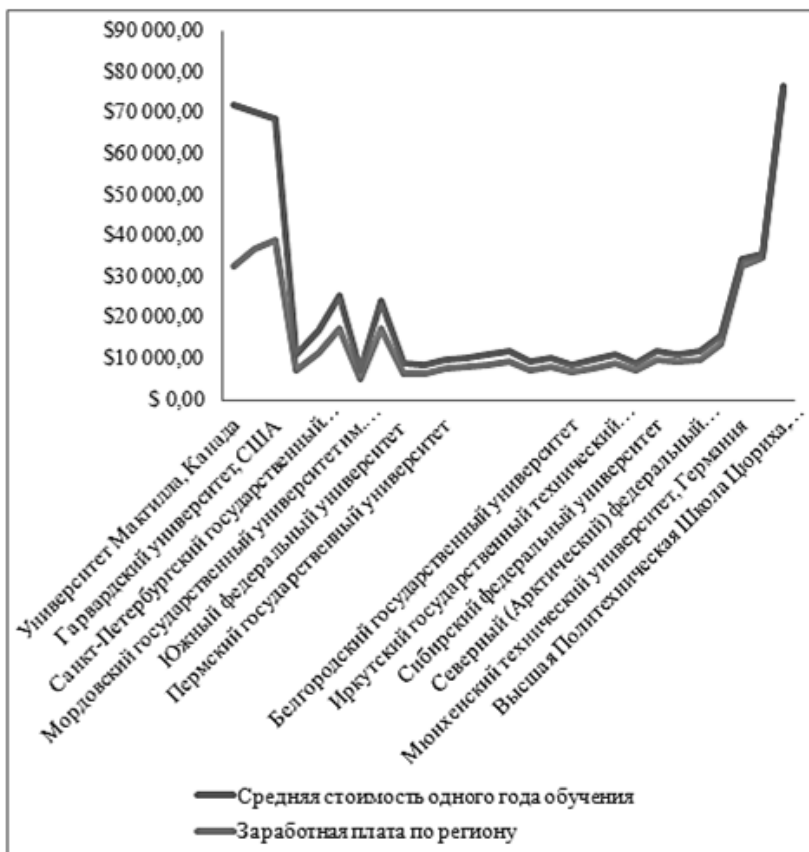
5.	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	\$ 17 358,17	\$ 6 623,37	38,16 %
6.	Санкт-Петербургский государственный университет	\$ 11 290,29	\$ 5 584,17	49,46 %
7.	Самарский государственный аэрокосмический университет им. акад. С.П. Королева	\$ 7 131,43	\$ 3 742,86	52,48 %
8.	Дальневосточный федеральный университет	\$ 9 409,71	\$ 2 608,80	27,72 %
9.	Южный федеральный университет	\$ 6 579,09	\$ 2 493,06	37,89 %
10.	Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина	\$ 8 619,09	\$ 2 445,00	28,37 %
11.	Новосибирский государственный университет	\$ 7 970,06	\$ 2 351,06	29,50 %
12.	Пермский государственный университет	\$ 7 481,49	\$ 2 284,14	30,53 %
13.	Иркутский государственный технический университет	\$ 8 873,49	\$ 2 223,80	25,06 %
14.	Сибирский федеральный университет	\$ 9 830,40	\$ 2 207,03	22,45 %
15.	Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева	\$ 7 965,94	\$ 2 192,31	27,52 %
16.	Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова	\$ 13 685,49	\$ 2 135,57	15,60 %
17.	Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева	\$ 5 206,97	\$ 2 080,00	39,95 %
18.	Северо-Кавказский федеральный университет	\$ 6 324,69	\$ 2 070,89	32,74 %

19.	Томский государственный университет	\$ 9 162,86	\$ 2 056,23	22,44 %
20.	Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта	\$ 7 380,34	\$ 2 045,80	27,72 %
21.	Южно-Уральский государственный университет	\$ 7 714,63	\$ 2 035,14	26,38 %
22.	Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова	\$ 9 782,06	\$ 2 027,14	20,72 %
23.	Белгородский государственный университет	\$ 6 857,83	\$ 1 837,37	26,79 %
24.	Мюнхенский технический университет, Германия	\$ 32 640,00	\$ 1 800,00	5,51 %
25.	Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского	\$ 7 185,94	\$ 1 793,09	24,95 %
26.	Высшая Политехническая Школа Цюриха, Швейцария	\$ 75 350,00	\$ 1 200,00	1,59 %
27.	Сорбонский Университет, Франция	\$ 34 632,00	\$ 937,00	2,71 %

По таблице видно, что тройку самых дорогих вузов составляют университет Макгилла (Канада), Кембриджский университет (Великобритания) и Гарвардский университет (США). Традиционно самые дорогие университеты находятся в США и Великобритании. Эти страны занимают самые высокие позиции в международных рейтингах вузов. Поэтому высокая стоимость обучения в университетах этих стран оправдана престижем, привлекающим в них студентов со всего мира [1].

Далее пятерку дорогих вузов замыкают российские вузы: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова и Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Несмотря на то, что российские вузы практически не фигурируют в международных рейтингах, стоимость обучения в университетах России выше, чем во многих университетах Европы.

Самая низкая стоимость обучения наблюдается в университетах Швейцарии (Высшая Политехническая Школа Цюриха) и Франции (Сорбонский Университет). Что касается Европы, то она в отличие от США и Канады, выбрала другую стратегию. Неблагоприятная демографическая обстановка в странах Старого Света, высокий уровень жизни и социальная защищенность не способствуют желанию местной молодежи учиться. Сохраняя низкую стоимость обучения в университетах, европейские государства привлекают студентов из других стран [1].



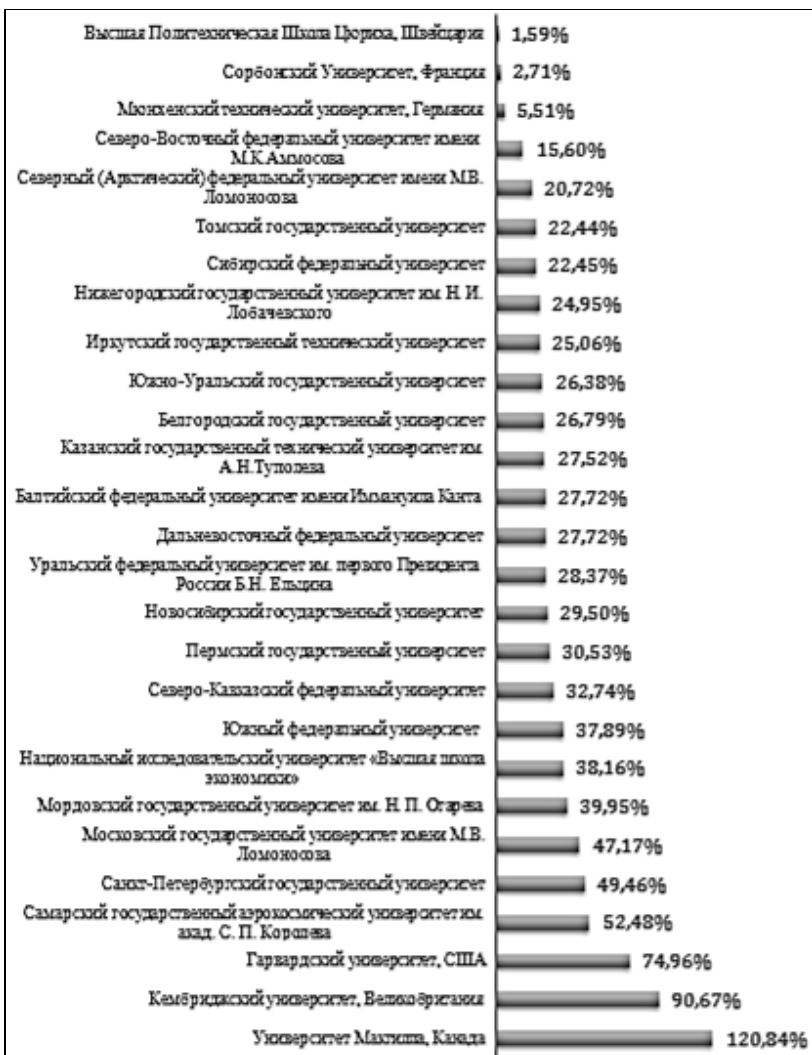
**Рисунок 1. Зависимость стоимости обучения и средней заработной платы**

Далее рассмотрим зависимость стоимости обучения и средней заработной платы по региону. По графику на рисунке 1. видно, что стоимость обучения и средняя заработная плата по региону имеют синхронный характер, что говорит о том, что стоимость обучения более или менее соответствует уровню платежеспособности населения относительно образовательных услуг, предоставляемых в данном регионе. Исключения составляют университет Макгилла (Канада) и Кембриджский университет (Великобритания).

Если рассчитать коэффициент корреляции ( $r$ ), то в целом по выборке он равен 0,52, что говорит о средней зависимости между двумя показателями, как стоимость обучения в вузе и заработная плата по региону вуза. Если взять отдельно по регионам, то по России он равен 0,8, а по США, Канаде и странам Европы  $-0,4$ . Следовательно, в России корреляционная зависимость довольно сильная ( $0,7 < r \leq 0,9$ ), а корреляционная зависимость в других странах очень слабая ( $0 < r \leq 0,2$ ).

Также для объективной оценки покупательской способности населения по отношению к получению высшего образования, было рассчитано процентное отношение стоимости обучения вуза к заработной плате по местонахождению вуза. Полученные результаты продемонстрированы на рисунке 2.

По диаграмме видно, что результаты существенно отличаются. Самая высокая платежеспособность наблюдается в одной из самых дорогих стран Европы — Швейцарии, в Высшей Политехнической Школе Цюриха, там процентное отношение стоимости обучения к заработной плате по Швейцарии составляет всего 1,6 %. Те же показатели в университетах Сорбонны и Мюнхена, 2,7 % и 5,5 % соответственно. Далее хорошая платежеспособность наблюдается у населения Республики Саха (Якутия) в России, процентное отношение стоимости обучения в Северо-Восточном федеральном университете им. М.К. Аммосова к заработной плате в регионе составляет всего 15,6 %. Далее, что касается России, самая низкая платежеспособность в Самарской области, 54,48 %. Тройку самых дорогих университетов по отношению к покупательской способности населения представляют Гарвардский университет (США), Кембриджский университет (Великобритания) и университет Макгилла (Канада), там процентные отношения составляют 74,96 %, 90,67 % и 120,84 % соответственно.



**Рисунок 2. Отношение стоимости обучения вуза к заработной плате, в %**

В целом, по проведенному исследованию зависимости стоимости обучения в вузах от уровня среднегодовой заработной платы можно судить о сильной увязке между собой двух рассмотренных параметров. Если различать регионы по принципу «Россия и зарубежье»,



то можно сделать вывод, что в российских вузах стоимость обучения основывается скорее на себестоимости обучения, она находится в сильной увязке с заработной платой населения. В вузах Европы и Америки стоимость обучения определяется демографическими и социальными факторами, вынуждая европейские вузы не завышать планку стоимости, а американские университеты, наоборот, основывают стоимость обучения на восприятии потребителем ценности образовательной услуги, которая определяется имиджем вуза.

### **Список литературы:**

1. Консалтинговый центр Medelle S.A., Швейцария [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.education-medelle.com>.
2. Министерство образования и науки РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://минобрнауки.рф>.
3. Новости Itvnet [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.itvnet.ru>.
4. Портал о работе в Европе / Evrokatalog.eu [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.evrokatalog.eu>.
5. Рейтинг QS 100 лучших вузов мира [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.topuniversities.com>.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru>.

## СЕКЦИЯ 4.

### ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

#### АКТИВНАЯ УПАКОВКА — ВЫЗОВ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕД НИМИ

*Димитрова Теофана Валентинова*

*канд. экон. наук, доцент  
Пловдивский университет им. П. Хилендарского,  
Болгария, г. Пловдив  
E-mail: [teo\\_dimitr@abv.bg](mailto:teo_dimitr@abv.bg)*

#### ACTIVE PACKAGING — OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR MANUFACTURERS

*Dimitrova Teofana Valentinova*

*doctor of economics, head asst. professor,  
Plovdiv University P. Hilendarski,  
Bulgaria, Plovdiv*

#### АННОТАЦИЯ

Исследователи непрерывно ищут новые возможности увеличивать «жизнь на полке», причем основные усилия в будущем развитии активной упаковки сосредоточены на использовании новых ионосодержащих полимеров этилена с целью постижения отличной герметизации, нанобиосоставляющих с целью предотвращения проникания газов и растворимых веществ, новых материалов с антимикробными агентами и т. д. В статье рассматриваются основные характеристики активной упаковки, ее приложения и прогнозы развития.

#### ABSTRACT

Researchers are continuously looking for new opportunities to increase the "shelf life", and they focused on the use of new ion

containing polymers of ethylene to comprehend excellent sealing, nano-bio-components in order to prevent the penetration of gases and solutes, new materials with antimicrobial agents, etc. for major efforts in the future development of active packaging. This paper reviews the basic characteristics of the active packaging, its applications and development forecasts.

**Ключевые слова:** активная упаковка; умная упаковка.

**Keywords:** active packaging; smart packaging.

### **Введение**

В последние годы множество теоретиков и практиков сосредоточиваются на важности упаковки и на ее управлении. Более того, некоторые из авторов даже предлагают обособить ее как самостоятельный элемент маркетингового микса — очередной „пэ“ (package) в миксе. Разумеется, независимо от аргументов в пользу важности упаковки, надо иметь в виду, что ее нельзя рассматривать приоритетно и в отрыве от других инструментов продуктового микса: качества, дизайна, фасовки, маркировки, этикетирования, обслуживания и т. п.

Социально-экономические перемены за последние два десятилетия привели к определенным тенденциям [4]: увеличение числа работающих женщин; сокращение времени, которое семья проводит вместе за едой; смещение потребительских предпочтений с традиционных форм приготовления и потребления пищи на микроволновые печи и замороженную еду и т. д. Одновременно с этим «современный» потребитель более ответственно относится к своему здоровью и ищет упакованную еду, которая должна быть свежей, высокого качества и безопасной.

В контексте новых условий понимания задач упаковки делается акцент на возможность добавления ее стоимости к продукту. Иными словами, производителям нужно больше, чем физическая упаковка продукта, — им нужна мультифункциональность, то есть каждый из элементов упаковки должен обеспечить выполнение более чем одной функции. В связи с этим инженеры, дизайнеры, микробиологи, маркетологи и др. (работая совместно) все время предлагают новые конструкторские решения упаковки продуктов. Так, например, разработанная система с зип-молнией (в случае с барьерной гибкой упаковкой) удобна для потребителя в нескольких отношениях: защита продукта, контроль над порцией, уменьшение выбрасываемого мусора.

В теории господствует мнение, что упаковка должна прежде всего выполнять защитную функцию — защищать потребителей, продукты (чтобы те не портились, не рассыпались, не подвергались механическим повреждениям и т. п.) и людей, совершающих разные манипуляции с продуктом (транспортировка, сохранение и др.). В практике пищевой промышленности реализация этого представления ассоциируется преимущественно с постоянным стремлением производителей увеличивать срок хранения продуктов и сохранять качество содержания упаковки до момента покупки со стороны конечного потребителя.

Активные упаковки (АУ) разработаны более чем сто лет назад, но интерес к ним достиг общеевропейского масштаба только в последние годы (например, Регламент комиссии европейских общностей — КЕО, регулирующий использование активных и умных материалов и предметов, предназначенных для контакта с пищей, утвержден 29.05.2009).

### **1. Активная упаковка — основные характеристики**

Понятие «активная упаковка» (АУ) впервые использовали в 1989 г. Labuza и Breene, которые определили ее как пограничную линию между «умной упаковкой» и той, что создает условия для атмосферной модификации [13]. Через год после этого Abe дал первую «количественную оценку важности активной упаковки» [5]. Сегодня ведущими в области активных систем упаковки продуктов питания являются японские фирмы, из которых наибольшая доля мировой торговли приходится на Mitsubishi Gas Chemical Company [12].

АУ обеспечивают возможность изменения инфильтрационных свойств упаковки и концентрации разнообразных летучих веществ и газов в свободном пространстве над продуктом (находящимся внутри упаковки). По своей сути они являются или отдельным веществом, или комбинацией из веществ, закрытых в своей отдельной упаковке, характеризующейся определенной проницаемостью, или же встроенных в структуру упаковочного материала [3, с. 154]. При помощи Регламента № 450/2009 Комиссия Европейских общностей (КЕО) регулирует использование активных и умных материалов и предметов, предназначенных для контакта с продуктами питания. КЕО определяет «активные материалы и предметы» как вещества, предназначенные для увеличения срока годности, для сохранения или улучшения состояния упакованной еды. Умные же упаковочные системы, предоставляя потребителю информацию

о состоянии продуктов питания, не должны выделять в них своих ингредиентов [2].

Действие активных упаковок может задаваться целью [1, 3, 6]:

- менять характеристики продуктов;
- защищать продукт от порчи в результате воздействия различных групп микроорганизмов (к примеру, срок хранения колбасной продукции в «активной» упаковке увеличивается в 2—3 раза);
- создавать оптимальную газовую среду внутри упаковки;
- давать информацию о сохранности и целостности упаковки и продукта в ней;
- обеспечивать возможность регулирования температуры обработки продуктов питания, например, в условиях микроволнового нагрева, за счет использования металлизированных полимерных материалов и т. д.

## **2. Активная упаковка — приложения и прогнозы развития**

АУ можно использовать для разных продуктов питания и напитков. В Европе они широко применяются при упаковке свежих фруктов и овощей, сыров, молока, красного мяса, хлебобулочных изделий и т. д. Наиболее распространенными являются те активные упаковки, которые включают в свой состав вещества, абсорбирующие кислород.

Исследователи непрерывно ищут новые возможности увеличивать «жизнь на полке» (то есть период, в который упакованный продукт предлагается клиенту), причем основные усилия в будущем развитии АУ сосредоточены на использовании новых ионосодержащих полимеров этилена с целью нахождения отличной герметизации, нанобиосоставляющих с целью предотвращения проникания газов и растворимых веществ, новых материалов с антимикробными агентами и т. д. Свидетельством о популярности АУ в академической среде может послужить факт, что доля научных разработок в области активной упаковки за последние десять лет значительно возросла (рис. 1).

Последние прогнозы сулят еще больший интерес. Более того, бытует мнение, что спрос на АУ будет доминировать над спросом не все остальные упаковки вместе взятые. Так, например, доклад Freedonia Group сообщает, что только в США в 2017 г. объем продаж (в стоимости) активных и умных упаковок достигнет 3,5 миллиардов долларов [11] (при уровне CAGR за период 2012—2017 в 7,84 %). В соответствии с прогнозом BCC Research, в 2017 г. мировая прибыль от продаж АУ достигнет 11,9 миллиардов долларов (при CAGR 2011/2017 от 5,2 %) [9].



**Рисунок 1. Количество публикаций в базе данных Scopus с ключевым словом в аннотации „active packaging”**

Ясно одно, интерес к активным упаковкам среди потребителей, производителей и ученых в мировом масштабе только возрастет.

#### **Вместо заключения**

В последние годы в болгарской пищевой промышленности были введены хорошие производственные практики вроде HACCP-систем и стандарта ISO 22 000 (с 2005 г.). После производства упаковка и условия хранения играют важную роль для сохранения качества продуктов питания. Адекватный выбор потребительской упаковки предопределяет показатели продуктов к тому моменту, когда они достигнут конечного потребителя.

Несмотря на очевидные свои преимущества, активная упаковка не находит широкого приложения в болгарской пищевой промышленности. Разумеется, объективно существует множество причин для этого: высокая первоначальная цена оборудования, невозможность предвидеть провал нового продукта на рынке, низкая степень интеграции отделов производства, маркетинга, снабжения, инноваций в предприятиях, отсутствие сотрудничества между бизнесом и наукой и т. д. Как отметил Атанас Дробенов (эксперт дирекции «Контроль над продуктами питания»), несмотря на европейские требования (установленные в Регламенте № 1169/2011), многие производители все еще не начали совершенствовать свои упаковки и этикетки, а другие совершенно не намерены делать этого [10].

### Список литературы:

1. Активная упаковка / Снежко А.Г. [и др.] // Переработка молока. — 2008. — № 1. — С. 16—18.
2. БАБХ/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://babh.government.bg/uploads/File/ES> (дата обращения: 26.02.14).
3. Възможности за увеличаване срока на годност на някои хранителни продукти чрез прилагането на активни опаковки / Стефанов С. и др. // Научни трудове на Русенския университет. — 2009. — Т. 48. — Сер. 9. — С. 154—159.
4. Эффективно опаковане — ефективно предотвратяване/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: [www.esopack.bg](http://www.esopack.bg) (дата обращения: 26.02.14).
5. Иванова Д. Активната опаковка – предизвикателството пред съвременния производител // Альтернативи. — 2001. — бр. 3—4. — С. 16—18.
6. Иванова Т., Розанцев Э. Активная упаковка: реальность и перспектива XXI века // Пакет. — 2000. — № 1(2)/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.calculate.ru/book> (дата обращения: 26.02.14).
7. Использование барьерных технологий нового поколения для упаковки сыров / Снежко А.Г. [и др.] // Maisto chemija ir technologija. — 2010. — Т. 44. — № 2. — С. 74—79.
8. Узденский В.Б. Активная упаковка – новое направление в упаковочной отрасли // БАРС-2. — 2010/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.bars2.com/articles/show/?articleId=9> (дата обращения: 26.02.14).
9. Унипак.Ру/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://article.unipack.ru/46626/> (дата обращения: 26.02.14).
10. Farmer.bg/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.farmer.bg/36186> (дата обращения: 26.02.14).
11. Freedonia Group/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.freedoniagroup.com/brochure/> (дата обращения: 26.02.14).
12. ProPack Magazine/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://propackmagazine.bg> (дата обращения: 26.02.14).
13. Suppakul P., J. Miltz, K. Sonneveld, S. Bigger. Active Packaging Technologies with an Emphasis on Antimicrobial Packaging and its Applications // Journal of Food Science, — 2003. — Vol. 68. — № 2. — P. 408—420.

## СЕКЦИЯ 5.

### МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

#### НООСФЕРИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РАЗВИТИЯ NBIC-ТЕХНОЛОГИЙ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Глухова Дарья Андреевна*

*канд. экон. наук, доцент КНУ им. Т. Шевченка,  
Украина, г. Киев*

*E-mail: [gdarja03@gmail.com](mailto:gdarja03@gmail.com)*

#### NBIC-DEVELOPMENT TECHNOLOGIES NOOSPHERE: ECONOMIC DIMENSION

*Gluhova Daria*

*candidate of economic sciences, associate professor  
of Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
Ukraine, Kyiv*

#### АННОТАЦИЯ

Целью статьи является всестороннее исследование современной цивилизационной парадигмы, которая базируется на фундаментальных учениях В.И. Вернадского про ноосферу и ее трансформация под влиянием высоких технологий в условиях их глобальной и интенсивной экспансии.

Основными методами исследования выступают: дедуктивный, эмпирический, логический методы, метод диалектики и наблюдение.

Интенсификация и масштабирование глобальных инновационных процессов продуцируют своеобразную мутацию не только общества, но и цивилизации в общем под влиянием NBIC-конвергенции.



## ABSTRACT

The purpose of this paper is a comprehensive study of modern civilizational paradigm, which is based on the fundamental teachings of V. Vernadsky about noosphere and its transformation under the influence of high technologies in terms of their global expansion and intense.

The basic methods are: deductive, empirical, logical method, the method of dialectics and surveillance.

Intensification and scaling of global innovation processes produce a peculiar mutation not only society, but civilization in general influenced by NBIC-convergence.

**Ключевые слова:** ноосфера; NBIC-технологии; экономика; цивилизация; высокие технологии.

**Keywords:** noosphere; NBIC-technology; economics; civilization; hi-tech.

Само понятие и категория «современная цивилизация» безальтернативно связана с развитием высоких технологий, которые, в свою очередь уже определяют уровень технологического развития последней, а не само общество. Формализация тенденций и перспективности данных процессов определяет сущность всестороннего развития человека как индивидуума.

Переходя от таких понятий как биосфера и ноосфера, мы можем наблюдать появление новых господствующих сил, а именно знаний (продукция разума, т. е. ноосфера продуцирует когносферу) и технологий, которые провоцируют так называемую «обратную» связь развития («снизу-вверх»), исследования (от массового к индивидуальному), формирование в науке такого феномена как «полифуркация», что подразумевает, на современном этапе глобального девелемпентаризма прорывы в одной научной сфере «разветвляют» и синтезируют отрасли и направление в других науках. NBIC-технологии — яркий пример вышесказанного.

Ноосфера вступила в новую фазу эволюции. Мы стремительно растаем во все более высокие технологии (hi-tech, технологии прорыва) и они вырастают в нас.

В фокусе данной тематики — технологическая перспектива ближайших десятилетий и связанная с метаморфозой усредненного human being, которого сегодня еще можно называть просто Homo. Биологически за этот период он заметно измениться не может, а вот симбиоз с новыми технологиями способен преобразовать

его радикально, превращая сегодняшнего Номо в некоторый новый вид, который преобразовывается в hi-tech НОМО.

Образ hi-tech НОМО синтезируется по отдельным деталям, которые можно разделить два плана:

- Общий, отражающий влияние hi-tech, и в первую очередь, -нано, -био, -инфо, -когни на нашу цивилизацию (Ноосферу) в целом, и
- Индивидуальный, — черты отдельного hi-tech НОМО, то сочетание «два в одном», которое отражает симбиоз *Номо* и все то, что нам придется аккумулировать в приставке 'hi-tech.

Очевидно, что оба эти плана будут меняться достаточно кардинально и, конечно, взаимозависимо. При этом трудно сказать, что именно — Номо или цивилизация — будет более динамичным.

Ноосфера, т. е. человечество как целое, есть нечто гораздо более масштабное и инертное. Даже под действием самых радикальных факторов Ноосфера до сих пор перестраивалась намного медленнее, чем можно было бы ожидать. Этот консерватизм с одной стороны позволял ей выживать в периоды социальных и технологических революций, а с другой приводил к тому, что отдельные группы людей, а иногда и целые страны, настолько отклонялись от общего среднего, что казались принадлежащими совершенно иной цивилизации.

До сих пор устойчивость цивилизации была связана с разнородностью и разобщенностью человечества, которые обеспечивали замедление любой динамики «в мировом масштабе». Однако, глобализация, Интернет и рывок сверхвысоких технологий начинают расшатывать эту разнородность и инертность, в результате чего Ноосфера в целом может обойти среднего Номо по скорости качественных изменений примерно так же, как «наиболее продвинутые» страны уходили «в отрыв» от основной массы населения планеты.

Но не менее вероятно обратное: в ближайшей перспективе, темп формирования hi-tech НОМО через молодежь будет опережать эволюцию основных структурных составляющих общества: политики, экономики, социальных процессов.

Интеллектуализация высоких технологий и их экспансия — это ближайший этап, необходимость которого подталкивается гиперактивностью трех тесно взаимосвязанных процессов:

- Растущим потоком всякой NBIC-техники: множась и эволюционируя, элементы этого потока отчаянно борются за свое право на жизнь, т.е. место на рынке, изо всех сил пытаясь доказать свою полезность,

- Всеобщей информатизацией, начинающей проникать не только на каждое рабочее место, но и в карман, на кухню, и даже внутрь организма.
- Возрастание сложности адаптации и функционирования технологий, которая выходит за рамки возможностей текущего поколения как по трудоемкости производства, так и по доступности для массового.

В результате, каждому устройству от микро до макро уровня приходится бороться за выживание в этом жестоком естественном отборе, который уже исчерпал возможности периода вегетативного развития и требует не только удешевления и миниатюризации, но и все более высокого уровня интеллекта.

В ракурсе данного вопроса актуальным является вопрос преобразования социально-экономических процессов под влиянием вышеупомянутых технологий.

В современную миросистему инновационной цивилизации XXI века, которая базируется на основе NBIC-технологий, входят три важные составляющие: подсистемы экономики, социум и природа, которые находятся в сложной нелинейной взаимозависимости. Данная взаимосвязь определяется как совокупность всех общественных и экономических отношений, как гармоническое единство всех ритмов, обмен ресурсами, включая энергетический, информационный обмен, культурный, технологический, научный и морально-этический.

В ходе становления новой глобальной технологической парадигмы образуются качественно новые экономико-бизнес формы, рынки, средства производства и инструменты продвижения «нового продукта». Синергия NBIC-технологий трансформирует и видоизменяет классические подходы глобальной экономики, образуя такие феномены как наноэкономика, биоэкономика, информационная экономика и когноэкономика (когномика).

Выходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что в ближайшем будущем экономика, политика и социум в целом, прежде всего в промышленно развитых странах будут испытывать кардинальные изменения под влиянием междисциплинарных, конвергентных технологий практически во всех направлениях, в результате чего новая инновационно-технологическая цивилизация XXI века будет представлять собой сложную нелинейную, самоорганизующуюся систему и производить ряд проблем, а именно: флуктуацию, бифуркацию, хаос и т. д. Поэтому, с целью предупреждения каких-либо непредсказуемых ситуаций и воздействий на глобальные экономические процессы, во избежание мировых кризисов и эффективного внедрения инноваций

во все сферы жизнедеятельности человека безальтернативным является моделирование будущего с учетом влияния новейших технологий и устоявшимися законами ноосферы.

### **Список литературы:**

1. Баксанский О.Е. Нанотехнологии, биомедицина, философия образования в зеркале междисциплинарного контекста. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. — 224 с.
2. Научная мысль как планетное явление / Вернадский В.И. М., 1989.
3. Прайд В., Медведев В.А. Феномен NBIC-конвергенции. Реальность и ожидания // Философские науки. — № 1. — 2013 — с. 97—117.

## СЕКЦИЯ 6.

### ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

#### ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЯ И ВЫБОРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

***Карпец Ольга Викторовна***

*канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента,  
Школа экономики и менеджмента ДВФУ,  
РФ, г. Владивосток  
E-mail: [ov.karpets@yandex.ru](mailto:ov.karpets@yandex.ru)*

***Голубев Евгений Иванович***

*магистрант 1 курса, кафедра менеджмента,  
Школа экономики и менеджмента ДВФУ,  
РФ, г. Владивосток  
E-mail: [golubev@gkmail.ru](mailto:golubev@gkmail.ru)*

#### PROBLEM OF INFORMATION TECHNOLOGIES' CHOICE AND APPLICATION

***Olga Karpets***

*Candidate of economic sciences, associate professor of the Department  
of Management, School of Business and Public Administration,  
Far Eastern Federal University,  
Vladivostok, Russia*

***Evgeny Golubev***

*Master's Degree Student of the 1<sup>st</sup> year, Department of Management,  
School of Business and Public Administration,  
Far Eastern Federal University,  
Vladivostok, Russia*

## АННОТАЦИЯ

В предлагаемой статье рассмотрена проблема применения и выбора информационных технологий в университете для различных аспектов деятельности. Описаны основные процессы жизнедеятельности университета и предоставлена оценка применимости различных информационных технологий для описанных процессов.

## ABSTRACT

The article is devoted to the problem of information technologies choice and application to the different areas of the federal universities activities. University main processes are analyzed and the applicability of information technologies to university processes assessed.

**Ключевые слова:** менеджмент; стратегический менеджмент; информационные технологии; образовательный процесс; научный процесс; федеральные университеты.

**Keywords:** management; strategic management; information technologies; educational process; scientific process; federal universities.

Принятый в конце 2013 года закон об образовании, представляет современный университет, не только как образовательное учреждение. На университеты возложена роль экономических, политических, научных, инновационных центров региона. Кроме того, Минобрнауки подготовило проект программы «Развитие образования на 2013—2020 гг.», подразумевающей значительные бюджетные ассигнования. Полным ходом идет процесс укрупнения университетов; продолжается реализация программ развития федеральных и национальных исследовательских университетов; университеты и коммерческие организации создают малые инновационные предприятия [1].

Многие аналитики выделяют следующие основные направления, в рамках которых применение ИТ в университете играет центральную роль. Эти направления можно разделить на несколько основных процессов и множество вспомогательных.

Попробуем определить эти процессы и подходящие информационные технологии для возможной автоматизации этих процессов.

К основным процессам университета относятся:

1. *Образовательный процесс.* Здесь актуально внедрение современных информационных технологий и автоматизации. Это главная область использования ИТ. Ее ключевыми проблемами являются обеспечение неограниченного сетевого доступа к учебным материалам, электронное копирование и рассылка документов, доступ

к базам данных, электронные публикации, цифровые библиотеки, интерактивное взаимодействие через беспроводные сети, передача голосовой и визуальной информации и многие другие. В этом плане наиболее очевидным примером является мультимедийное оборудование, которое стало активно применяться во многих университетах. При проектировании информационных систем в первую очередь необходимо предусмотреть возможность использования мобильных клиентских устройств.

2. *Научный процесс.* Это в первую очередь коммуникации с коллегами и исследователями по всему миру. Электронная почта, интернет-конференции, форумы, свободный доступ к научной информации, вот лишь небольшое количество ИТ услуг, которые позволяют значительно повысить уровень исследовательской работы в университете [2]. Отметим ряд необходимых требований к перечисленным услугам:

- доступ к услуге не должен зависеть от статуса трудовых отношений сотрудника или педагогического работника. Это позволит не блокировать доступ к услуге в случае расторжения контракта с университетом;

- уровень услуги должен соответствовать уровню услуги предоставляемой федеральными провайдерами.

Рассмотрим услугу «электронной почты». У федеральных провайдеров есть возможность скачать все прикрепленные файлы одним архивом, возможность отправки файлов больших объемов ссылками через файловое хранилище и т. д.

Здесь нужно понимать, что почтовые сервисы mail.ru и тому подобные дорабатывает армия программистов и дизайнеров, возможно университет не может себе это позволить, но принять к сведению может и должен.

Необходимо отметить возможность интеграции в федеральные и общемировые телекоммуникационные университетские сети: RUNNet, TERENA, FREENET, CEENET, EDUROAM. По каждой сети можно сделать объемное описание, однако сеть EDUROAM заслуживает отдельного внимания. EDUROAM — глобальная университетская беспроводная и проводная сеть с единой авторизацией. Это значит, что получив аккаунт у себя в университете, для подключения к беспроводной сети, по приезду, например в Парижский университет, Вам не нужно искать ИТ службу для регистрации в местной вайфай сети, Вы можете использовать имеющийся у Вас аккаунт в сети EDUROAM[3].

3. *Коммуникационные процессы.* Поддержка и информационное обеспечение таких процессов в основном сводится к оперативной организации заседаний, форумов, телемостов, конференций, публикаций на web ресурсах и так далее.

4. *Управленческие процессы.* Управление высшим учебным заведением сложно представить без ИТ. В автоматизации управленческих процессов возможно применение аналитических систем, систем отчетности, систем визуализации для ситуационных центров, а так же экспертных систем, помогающих принимать управленческие решения.

Исходя из описанных процессов, определим их участников и установим политику применения информационных технологий к каждой группе пользователей

*Профессорско-преподавательский состав.* Это группа пользователей, предъявляющих повышенные требования к информационным услугам университета. Отдельный сотрудник данной группы может работать в нескольких образовательных учреждениях региона, также возможно, что трудовые отношения с университетом связаны с наличием дополнительных личных интересов. Для данной группы пользователей характерна мобильность, как следствие отсутствия стационарного рабочего места и использование для рабочих нужд собственного персонального компьютера. Чтобы повысить лояльность сотрудников данной группы к университету, необходимо принять соответствующую политику в информационной безопасности и соответствующие требования к проектированию услуг.

Примеры таких требований:

- проектировать услуги таким, образом, чтобы они были доступны в сети Интернет;
- ввести политику, разрешающую использование личного персонального компьютера для доступа к услугам университета, например BYOD;
- не блокировать учетные записи сотрудников после расторжения трудового контракта с университетом во избежание отказа доступа к услугам университета, как было описано выше.

*Административно-управленческий персонал* представляет собой группу пользователей с жестко закреплёнными правами и обязанностями. Данные пользователи используют корпоративные информационные системы и к ним применимы корпоративные политики информационной безопасности.

Типичные требования к проектированию услуг для данной группы пользователей:



- закреплённое рабочее место сотрудника с персональным компьютером и оргтехникой, предоставляемой университетом;
- ограничение использования личных накопителей и других средств передачи данных;
- только принятое к использованию программное обеспечение;
- при расторжении трудового контракта с университетом действует блокировка аккаунта сотрудника.

*Студенты* — это группа пользователей с низкой интеграцией в корпоративную сеть университета. Основные требования к услугам для данной группы это:

- доступ к образовательным и административным услугам из сети Интернет;
- возможность доступа с применением мобильных устройств, популярных у молодежи;
- возможность онлайн-оплаты услуг университета.

*Гости.* Этой группе пользователей не доступны корпоративные услуги университета. Обычно гости предъявляют требование доступа в сеть Интернет через проводные или беспроводные сети университета. Как уже было сказано ранее, если университет предоставляет доступ к глобальным университетским сетям, — это значительно повышает уровень престижности заведения.

Таким образом, главную проблему применения информационных технологий в университете мы видим в том, что руководители могут не различать подходов применения ИТ к разным аспектам деятельности университета. Мы считаем, что данная проблема недостаточно рассматривается в контексте принятия управленческих решений и выбора стратегии управления университетом. Как один из вариантов решения проблемы, мы хотели бы предложить подход ServiceDesign [4] для создания паспортов новых услуг и уже имеющихся.

Цели ServiceDesign:

- удовлетворение потребностей университета в услугах, с учётом изложенной оценки применимости различных информационных технологий;
- производить разработку паспортов услуг, в рамках соответствующих сроков и затрат;
- выявлять и устранять риски при эксплуатации услуг, так что бы устранить или добиться их смягчения;

Паспорт услуги — это документ, описывающий детали и все аспекты обслуживания услуги, с учётом требований ко всем этапам её жизненного цикла.

### **Список литературы:**

1. ИТ как движущая сила инноваций в высшем образовании [Электронный ресурс] — Режим доступа. — [http://www.it.ru/press\\_center/publications/2697/](http://www.it.ru/press_center/publications/2697/) (дата обращения 28.02.2014).
2. МЕСТО ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — [http://ict-sport.wehse.ru/files/MESTO\\_INFORMATSIONNYH\\_TEHNOLOGIY\\_V\\_VYSSHEM\\_OBRAZOVANII\\_1227792636.doc](http://ict-sport.wehse.ru/files/MESTO_INFORMATSIONNYH_TEHNOLOGIY_V_VYSSHEM_OBRAZOVANII_1227792636.doc)(дата обращения 18.02.2014).
3. Eduroam — educationroaming [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.eduroam.se/> (дата обращения 18.02.2014).
4. ITILServiceDesign PurposeofServiceDesign 1—4 стр. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.itilofficialsite.com> (дата обращения 19.02.2014).

## **СЕКЦИЯ 7.**

### **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

#### **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭВОЛЮЦИИ АГРАРНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ С ПОЗИЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО АГРОБИЗНЕСА**

*Аксёнов Павел Сергеевич*

*аспирант Тверского Института Экологии и Права,  
РФ, г. Тверь*

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

#### **ECONOMIC ASPECTS OF THE EVOLUTION AGRICULTURAL LEGISLATION OF MODERN RUSSIA FROM THE POSITION OF SMALL AND MEDIUM AGRIBUSINESS**

*Axenov Pavel*

*post-graduate student Tver Institute of Ecology and Law,  
Russia, Tver*

#### **АННОТАЦИЯ**

В данной статье рассматриваются основные экономические аспекты эволюции аграрного законодательства современной России в период реформ аграрного сектора с позиции развития малого и среднего предпринимательства в сельскохозяйственной отрасли.

#### **ABSTRACT**

In article discusses economic aspects of the evolution agricultural legislation of modern Russia in period of agrarian reforms from the position of small and medium agribusiness.

**Ключевые слова:** аграрное законодательство; агропромышленный комплекс; аграрные реформы; сельское хозяйство; малый и средний бизнес.

**Keywords:** agricultural legislation; agroindustrial complex; agrarian reforms; farming; small and medium enterprises.

Современный этап развития в России, начавшийся в 90-ых годах, был отмечен институционализацией рыночных отношений. Этот процесс оказал влияние на все отрасли экономики страны. Агропромышленный комплекс (АПК) в результате начавшейся земельной реформы, а также вследствие рыночных преобразований столкнулся с серьезными экономическими вызовами, к которым оказался не готов.

Будучи одним из основных государственных направлений, развитие АПК является приоритетной задачей государства. Поэтому формирование оптимальной и сбалансированной аграрной политики является одной из важнейших задач законодательства.

Аграрное законодательство выступает в качестве субъективной основы развития сельского хозяйства, основные функции которого выражаются в регулировании отношений в сфере производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия [1, с. 46].

Поскольку, эволюция законодательства неразрывно связана с такими понятиями, как политика и реформы, эти процессы необходимо рассматривать в совокупности.

Основными целями долгосрочной аграрной политики РФ, определенными в Концепции социально-экономического развития на период до 2020 года являются: обеспечение потребностей населения сельскохозяйственной продукцией и продовольствием российского производства; устойчивое развитие сельских территорий; повышение уровня жизни сельского населения; повышение конкурентоспособности российского аграрного комплекса; эффективное импортозамещение на рынке животноводческой продукции и создание развитого экспортного потенциала (особенно в растениеводстве); улучшение и повышение продуктивности используемых в сельскохозяйственном производстве земельных и других природных ресурсов.

По мнению экспертов аграрного права, процесс развития современного аграрного законодательства носил поэтапный характер. Большинство исследователей выделяет 3 этапа.

Первый этап (1991—1998 гг.) характеризовался ускоренным развитием рыночных отношений, что подразумевало ликвидацию совхозов и колхозов, в целях формирования земельного рынка. Также

отличительной чертой данного этапа являлось становление системы крестьянско-фермерских хозяйств, основной идеей которого считалось повышение эффективности производства за счет увеличения числа производителей (путем дробления крупных хозяйств на более мелкие) и создание конкурентной среды. Этот процесс получил название «фермеризация».

Данная теория не зарекомендовала своей состоятельности. Копирование западной модели фермерства произошло без учета факторов отечественной действительности. К ним можно отнести упрощенные производственные технологии, отсутствие материально-технической базы, низкий уровень мер государственной поддержки, и один из наиболее важных факторов - отсутствие сформировавшегося годами конкурентного рынка как одного из основных факторов развития многоукладной экономики в целом.

Несмотря на то, что первый этап реформирования аграрного сектора начался в 1991 г., вектор на институционализацию рыночных отношений в сельском хозяйстве был задан ранее. Закон РСФСР от 22.11.1990 № 348-1 «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» был первым законом, который определял экономические, социальные и правовые основы организации и деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств. Помимо этого он гарантировал гражданам право на создание крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственную самостоятельность и содействие их деятельности.

Дальнейшим шагом к формированию рыночных отношений послужил Указ Президента РСФСР от 03.12.1991 № 297 «О мерах по либерализации цен». С изданием данного документа, цены на производимые товары и услуги были отпущены в «свободное плавание».

Позднее, выходит Указ Президента РФ от 27.12.1991 № 323 «О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР», в преамбуле которого говорится о необходимости осуществления земельной реформы в целях совершенствования земельных отношений, приватизации земель, упрощения процедуры наделения граждан земельными участками. Что стало первым этапом создания земельного рынка.

В целях дальнейшего реформирования АПК выходит Постановление Правительства РФ от 28.12.1991 № 81 «О реформировании системы государственного управления агропромышленным комплексом Российской Федерации», в котором сделан акцент на построении вертикали управления аграрным сектором, во главе которого стоит Министерство сельского хозяйства РФ. Однако,

профессор Козырь М.И., отмечает, что в нем определена лишь структура отраслевых органов управления сельским хозяйством и ничего не сказано об управлении АПК.

Низкие темпы динамики производства в отрасли, по итогам первого года реформ, обусловили принятие Постановления Правительства РФ от 24.01.1992 № 44 «О мерах государственной поддержки крестьянских (фермерских) хозяйств в 1992 году», в котором говорится об оказании первоочередной помощи малому предпринимательству и фермерским хозяйствам, а также об издании Указа Президента РФ от 04.04.1992 № 360 «О мерах по стабилизации экономики агропромышленного комплекса» в котором речь идет о выделении дополнительных финансовых средств на развитие АПК.

Следует отметить создание Федерального центра земельной и агропромышленной реформы России, который, согласно Указа Президента РФ от 27.06.1992 № 718 «Об организационных мерах по проведению земельной и агропромышленной реформы в Российской Федерации», по правовому статусу приравнивает центр к министерству. Однако данная структура не показала своей эффективности, и в целях устранения дублирования при решении вопросов осуществления земельной и агропромышленной реформы, была упразднена.

В 1992 г. начался первый этап «паевизации», законодательной базой, для которой стало Постановление Правительства РФ от 04.09.1992 № 708 «О порядке приватизации и реорганизации предприятий и организаций агропромышленного комплекса». Стремление законодателя к равномерному распределению земли между крестьянскими хозяйствами в итоге обернулось провалом. На практике паи в натуральной форме практически не выделялись и послужили удобным инструментом для их выкупа различными коммерческими структурами. В результате большой объем земельных массивов был выведен из сельскохозяйственного оборота, что, впоследствии явилось «тормозящим» фактором развития малого и среднего агробизнеса [2, с. 5].

В целях определения правовых и экономических основ создания и деятельности сельскохозяйственных кооперативов и их союзов, составляющих систему сельскохозяйственной кооперации Российской Федерации, был принят Федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации». Несмотря на то, что кооперация является наиболее органичной формой коммерческой организации сельского хозяйства, государственная поддержка кооперации дальнейшего развития не получила.

По итогам первого периода аграрных реформ объем производства сельскохозяйственной продукции снизился на 47 %, более трети продовольствия импортируется. Оценочные убытки сельского хозяйства составили 16 млрд. руб. [3]

В Постановлении ГД ФС РФ от 20.02.1997 № 1144-II ГД «О критической ситуации в агропромышленном комплексе Российской Федерации» подчеркивается, что продовольственное обеспечение становится важнейшей социальной задачей, а поддержка сельхозпроизводителей — общегосударственной проблемой. В связи с этим было запланировано увеличение бюджетных ассигнований, направляемых в сельское хозяйство, на 18 % по сравнению с 1996 г., а также пересмотрена кредитная политика в отношении производителей. Помимо этого был разработан законопроект о государственном регулировании паритета цен на сельскохозяйственную продукцию и продукцию машиностроительных предприятий для нужд сельского хозяйства.

Второй этап (1999—2005 гг.) реформирования АПК характеризовался динамичным развитием сельского хозяйства. Была проведена корректировка институциональных изменений АПК в сторону формирования комплексной аграрной политики.

В целях устранения негативных эффектов, сложившихся под влиянием существующего диспаритета цен в сельском хозяйстве, было принято Постановление Правительства РФ от 16.03.1999 № 295 «О ценовой политике в сфере агропромышленного производства». Результатом этого стала разработка комплекса защитных мер по снижению межотраслевого дисбаланса рентабельности. Стоит отметить, тот факт, что рост цен на промышленную продукцию для сельского хозяйства снизился в два раза в отношении роста цен на сельскохозяйственную продукцию [4, с. 40].

Оценивая важность развития малого предпринимательства в сельском хозяйстве, а также сельскохозяйственной инфраструктуры законодатель в целях развития АПК утверждает ряд важнейших документов. К ним относится: Постановление Правительства РФ от 07.12.2000 г. № 927 «О государственной поддержке развития фермерства и других субъектов малого предпринимательства в сельском хозяйстве»; Федеральный закон от 09.07.2002 г. № 83-ФЗ «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей»; Постановление Правительства РФ от 03.12.2002 г. № 858 «О федеральной целевой программе «Социальное развитие села до 2013 года»; Федеральный закон от 11.06.2003 № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве».

К концу второго этапа реформ, в результате взвешенной аграрной политики, удалось добиться значительного снижения отрицательных эффектов первых лет реформирования. Тем не менее, оставалось еще множество нерешенных проблем

Принятие в 2006 г. приоритетного национального проекта (ПНП) «Развитие АПК» ознаменовало начало третьего этапа аграрных реформ. Его особенностью стало то, что государство обозначило основные проблемы и определило направления их решения.

В целом, государство продолжило начатый курс развития малых форм хозяйствования и инфраструктуры в сельскохозяйственной отрасли, а также обозначило развитие животноводства как одно из приоритетных направлений. Помимо этого государство осознало важность проведения комплексной аграрной политики и законодательно закрепило данное понятие в законе «О развитии сельского хозяйства».

Кроме того был принят ряд законодательных актов, который обеспечивал выполнение задач в рамках ПНП «Развитие АПК». К ним относятся: Постановление Правительства РФ от 07.03.2008 г. № 157 «О создании системы государственного информационного обеспечения в сфере сельского хозяйства»; Постановление Правительства РФ от 31.12.2008 г. № 1102 «О реализации дополнительных мер по государственной поддержке субъектов малого предпринимательства»; Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года; Приказ Минсельхоза России от 06.03.2012 г. № 172 «Об утверждении программы по поддержке начинающих фермеров» и т. д.

По мнению исследователей аграрного права, в настоящее время происходит формирование института устойчивого развития сельских территорий. Его отличие от социального развития села в том, что оно выходит за рамки развития социальной сферы и включает в себя комплекс мероприятий, направленных на сокращение разрыва между городом и деревней, что с позиции развития малого и среднего агробизнеса можно считать положительной тенденцией.

Несмотря на то, что современную структуру аграрного законодательства, можно назвать сформировавшейся, есть множество проблем, которые требуют ее совершенствования. Существует обоснованная необходимость принятия аграрного кодекса, который включал бы разделы о государственном регулировании, ценообразовании, кредитовании, о системе страхования в сельском хозяйстве и т. д. Помимо этого необходима разработка комплекса законодательных мер по преодолению негативных последствий для сельского



хозяйства от вступления России в ВТО. И наконец, необходим действенный и сбалансированный механизм развития малого и среднего предпринимательства в сельском хозяйстве, так как именно этот «локомотив» способен «вытянуть» отрасль и обеспечить устойчивое развитие АПК.

### **Список литературы:**

1. Воронин Б.А. Проблемы формирования и развития современного аграрного законодательства //Управленец. — 2012. — № 7—8. — С. 46—51.
2. Коростелев В.Г. Модернизация агропродовольственной политики и современные проблемы развития агропродовольственного комплекса России// Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. — № 6. — 2012. — С. 35—53.
3. Кузьмин С.А. Аграрные проблемы современной//Мир России. — 2007. — № 1. — С. 3—16.
4. Постановление ГД ФС РФ от 20.02.1997 № 1144-П ГД «О критической ситуации в агропромышленном комплексе Российской Федерации».

## СЕКЦИЯ 8.

### ПРОБЛЕМЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

#### ФУНКЦИИ ИННОВАЦИЙ КАК КАТАЛИЗАТОРА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

*Жданова Ольга Александровна*

*канд. экон. наук, доцент, каф. Экономической теории  
и инвестирования, Московский государственный университет  
экономики, статистики и информатики,*

*РФ, г. Москва*

*E-mail: [ozhdanova@mesi.ru](mailto:ozhdanova@mesi.ru)*

#### FUNCTIONS OF INNOVATIONS AS CATALYST OF DEVELOPMENT OF ECONOMY AND SOCIETY

*Zhdanova Olga*

*PhD in Economics, associate professor, the Department of Economic  
Theory and Investment, Moscow State University of economy,  
statistics and informatics,  
Russia, Moscow*

#### АННОТАЦИЯ

Инновации проникли во все сферы жизнедеятельности человека, стимулируя его к созданию новых инноваций, которые в большей степени будут удовлетворять его потребности. Интересно рассмотреть функции инноваций и их роль в развитии экономики и общества.

#### ABSTRACT

Innovations got into all spheres of activity of the person, stimulating him to creation of new innovations which will satisfy more his requirements. It is interesting to consider functions of an innovation and their role in economy and society development.

**Ключевые слова:** инновации; инновационная деятельность; функции инноваций; роль инноваций.

**Keywords:** innovations; innovative activity; functions of innovations; role of innovations.

Инновации, инновационный процесс и инновационная деятельность в современном мире являются широко распространенными понятиями, проникшими во все сферы экономики и жизнедеятельности общества. Инновационная деятельность имеет множество положительных эффектов, выражающихся как в материальном, так и нематериальном виде. Экономические, инфраструктурные, политические, правовые, социальные, экологические и другие положительные эффекты инновационной деятельности способствуют интенсивному развитию общества. Различные виды инноваций «захватили» все слои населения и прочно вошли в обиход, способствуя достижению поставленных целей в самых разных областях.

Инновационной деятельности уделяется много внимания на законодательном уровне при разработке документов о стратегическом развитии отраслей, регионов, стран. Международные организации также не обходят стороной изучение инновационной деятельности и ее влияние на мировое развитие в целом.

В настоящее время интерес к инновационной деятельности трудно переоценить. В связи с этим возникают вопросы: «Какие базовые функции выполняет инновация? В чем заключается ее роль? Почему она является катализатором развития экономики и общества?».

Фундаментальной функцией инновации можно считать «разрешение противоречий между изменившимися потребностями и имеющимися возможностями» [1, с. 13]. Приоритетная роль инновации заключается именно в способствовании удовлетворению потребностей людей за счет расширения их возможностей.

В целом инновации способствуют:

1. расширенному воспроизводству. В XX и XXI веках долгосрочный тренд экономического роста организации, отрасли, региона, страны, мира связан с инновационной деятельностью. Выйдя на первый план в индустриальном обществе, инновации упрочили свои позиции в постиндустриальном и информационном мире, а в smart-обществе они являются базовым активом;

2. получению прибыли. Инновации являются генератором прибыли. В общем случае, от инновации можно получать доход за счет:

- использования в процессе производства;

- продажи исключительных прав на объект интеллектуальной собственности;
- заключения лицензионного договора.

В последних двух случаях, инновация обязательно должна быть юридически оформлена. Если же инновация используется в процессе производства, то ее целесообразно также закрепить юридически, т. к. это позволит увеличить стоимость организации и оградит от возможных патентных споров в будущем.

3. созданию новых отраслей экономики. Радикальные инновации, предлагающие принципиально новый продукт, услугу, способ «дают толчок» к развитию новых отраслей в случае, если инновация пользуется спросом на рынке. В долгосрочной перспективе инновации способствуют трансформации отраслевых структур как страны, так и мира.

4. развитию и совершенствованию законодательной базы в области защиты исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности. В случае, если созданная инновация не будет подпадать под регулирование ни одного нормативного правового акта, это создаст необходимость их разработки или изменения.

5. эффективному использованию накопленных знаний и информации.

6. повышению конкурентоспособности отдельного физического лица, организации, страны. Любая монополия возникает из неоспоримых конкурентных преимуществ, которых можно достичь, поставляя на рынок эксклюзивный продукт, не имеющий аналогов — инновацию. Лицо, обладающее инновацией, по сути, обладает монопольной властью на рынке, позволяющей получать дополнительную прибыль или даже сверхприбыль.

Повышение конкурентоспособности субъекта экономики за счет инновационной деятельности может выразиться и в увеличении доли рынка, расширении круга потенциальных покупателей, завоевании новых сегментов рынка, стабилизации и закреплении положения на рынке, снижении издержек производства, повышении качества производимой продукции.

7. укреплению обороноспособности страны, ее экономической, продовольственной безопасности и т. д. Обеспечение целостности государства и безопасности граждан являются одними из приоритетных задач функционирования органов власти. Несмотря на активную работу ООН и других международных, региональных, национальных и иных организаций по разоружению, все еще остается множество стран с огромным военным потенциалом, готовым

к использованию в самых разных, порой немирных целях. «Горячие точки», существующие в настоящее время в мире, также не способствуют разоружению, а, наоборот, призывают к защите своих интересов каждым государством. Колоссальное повышение общего уровня технической вооруженности в мире, разработка все более опасного, невидимого боевого вооружения, ставит под угрозу обороноспособность стран, вынуждая обращаться к инновациям, позволяющим изобретать еще более современные военные комплексы. Военно-промышленный комплекс государства в настоящее время не может быть эффективным и развиваться без инноваций.

Укрепление экономической и продовольственной безопасности также невозможно без инноваций, например, без создания эффективного программного обеспечения по защите банковских структур, промышленных групп, селекции растений, устойчивых к болезням.

8. интеграции общества. Инновации, создаваемые при активном взаимодействии различных субъектов друг с другом, способствуют их интеграции в экономической, общественной, культурной и иных сферах. Инновации, в том числе с применением сети Интернет и созданием Интернет-магазинов, интегрируют общество в экономическом контексте за счет создания специфического неограниченного единого рыночного пространства.

9. решению глобальных проблем человечества, в том числе социального характера. Глобальные проблемы человечества затрагивают в большей или меньшей степени все страны мира, и поэтому требуют координированных действий при их решении. Многие глобальные проблемы невозможно решить без создания инноваций. Например, в настоящее время отсутствует эффективное лекарство от рака, невозможно точно предсказать время и место землетрясения даже в среднесрочном периоде. Однако, эти проблемы могут быть решены за счет активизации инновационной деятельности во всех странах мира, объединения знаний, опыта, инновационных идей многих лиц, их эффективного взаимодействия. Особо следует отметить, что готовая инновация должна быть доступна всем членам общества, а не только узкой группе лиц.

10. росту уровня жизни населения. Инновации, при прочих равных условиях, повышают уровень жизни за счет роста доходов, уровня образования, удовлетворенности индивида, создания комфортных бытовых условий жизни и взаимодействия людей. Также, инновации способствуют нормализации социальной, экономической, политической, законодательной, техногенной, природной, экологической обстановкам в стране.

11. повышению образованности населения. Для того, чтобы быть востребованным на рынке труда в обществе, активно применяющим и внедряющим новые технологии, необходимо обладать достаточно хорошей общей и специальной базами знаний, и постоянно повышать свою квалификацию.

12. развитию человека как личности. Человек, изобретая что-то новое, улучшая уже существующее — создавая инновации, не только воплощает в жизнь свои мечты и достигает своей цели, но и осознает свою полезность для общества. Удовлетворенность человека, при прочих равных условиях, снижает социальную напряженность и способствует дальнейшему развитию как его самого, так и окружающих его людей, иных субъектов и систем.

Выполняя столь важные, всеобъемлющие функции инновации можно признать катализатором развития всех сфер жизнедеятельности общества. Обратив внимание на Глобальный инновационный индекс за 2013 год [2] можно отметить, что первые 30 стран входят в группу стран с высоким доходом в соответствии с классификацией Мирового банка. Следовательно, страны с наиболее высоким показателем Глобального инновационного индекса являются и наиболее богатыми странами в соответствии с рейтингом Мирового банка, значит, инновации — катализатор экономического развития.

Изучив Индекс человеческого развития стран мира за 2013 год [3], также можно отметить, что страны, входящие в группу «страны с очень высоким уровнем индекса человеческого развития» также входят в первые 22 страны с наиболее высокими показателями Глобального инновационного индекса. В таком случае, инновации — катализатор общественного развития.

### **Список литературы:**

1. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / под ред. проф. В.Л. Попова. М.: ИНФРА-М, 2009. — 336 с.
2. Global Innovation Index [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GII-Home> (дата обращения 02.03.2014).
3. Human Development Report 2013 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013\\_en\\_complete.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf) (дата обращения 02.03.2014).

## ШТРАФ ЗА ТРУД

*Михеев Сергей Евгеньевич*

*д-р физ.-мат. наук, профессор кафедры информационных систем  
Санкт-Петербургского государственного университета,  
РФ, г. Санкт-Петербург  
E-mail: [him2@mail.ru](mailto:him2@mail.ru)*

## PENALTY FOR WORK

*Serge Miheev*

*dr. of sciences in phys. & math., professor of St.Petersburg State University,  
Russia, Saint Petersburg*

### АННОТАЦИЯ

Исследуется зависимость привлекательности для инвестиций производств различной трудоемкости. Показана возможность стимулирования трудоемких производств посредством налоговой системы через повышение налогового гнета на материалоемкие производства и снижением его на трудоемкие производства.

### ABSTRACT

The dependence of the investment attractiveness of industries with different labor-consuming. The possibility of stimulating intensive labor-consuming industries through the tax system by increasing the tax burden on intensive raw-consuming industries and by decreasing its on labor-intensive industries.

**Ключевые слова:** налоговая система; трудоемкость; материалоемкость; инвестиции.

**Keywords:** tax system; labor expensiveness; raw expensiveness; investments.

Современная развитая финансовая система позволяет с легкостью уничтожать любые производства и даже все в отдельно взятой стране. Стоит вспомнить о ГКО, оттягивавшей финансы из всех производств в спекуляцию. На фоне разнообразных финансовых процессов, осуществляемых посредством сложных финансовых инструментов, непросто выявить ключевые элементы подавления какого либо типа производства. Здесь мы попытаемся обрисовать всего лишь одну

схему разрушения и всего лишь одного типа производств — трудоемких.

Для этого потребуется несколько серьезных идеализаций. Прежде, чем начать ими возмущаться, хочу напомнить, что многие законы природы в чистом виде наблюдать невозможно. (Таковы, например, законы Ньютона в механике.) Тем не менее, их знание приносит человечеству огромную пользу.

Итак, 1) полагаем, что граждане РФ не хуже и не лучше граждан развитых стран, по трудолюбию, уму, образованию, алчности, преступности и т. п.; новое производство одинаково легко разместить в любой стране, стоимость размещения одинакова с учетом валютных курсов, после запуска оно работает равноэффективно, т. е. одинаково: потребляет полуфабрикаты, затрачивает живой труд, выпускает продукцию; таможенных барьеров нет [1].

В общем, сплошная ВТО. Возможно ли даже при такой идеализации подавление конкретных типов, в частности трудоемких, производств в отдельной стране независимо от злых умыслов каких-либо персон? Для ответа на этот вопрос потребуются четкие определения трудоемкости и материалоемкости, позволяющие снабдить их количественными атрибутами. Предупредим сразу, что соответствующие этим определениям понятия вводятся не для дискуссий о том, хороши они или нет, использовала ли ранее какая-либо знаменитость нечто похожее или нет, но всего лишь для обслуживания потребностей именно этой работы.

Понятие абстрактного труда (далее просто Труд) активно использовалось еще Марксом. Здесь потребуется какая-либо его мера. Пусть это будут абстрактные человекочасы (АЧЧ). В продукте любого производства содержатся живой Труд и овеществленный Труд, входящий в использованные полуфабрикаты, в которые включены также: электроэнергия, тепло, услуги и т. п. Для сравнения доли Труда в продукте с другими составляющими потребуется ввести единую меру для них всех. Самая удобная — денежная. Цену одного АЧЧ определим как сумму, во-первых, среднегодовой почасовой чистой зарплаты в стране, т. е. общей годичной зарплаты всех граждан, деленной на общее число всех АЧЧ, отработанных в течение года; во-вторых, среднегодовых почасовых налогов на трудовую деятельность, т. е. общей суммы подоходного налога, НДС, налога на прибыль, страховые взносы и т. п., деленной на общее число всех АЧЧ, все за год.

Отметим сразу, что второе слагаемое в цене АЧЧ значительно. По грубым оценкам его доля более половины. Поэтому изменением



налоговой системы можно значительно менять цену АЧЧ без изменения чистых зарплат.

Для определения материалоемкости естественно иметь четкое понятие сырья. По аналогии с Трудом определим абстрактное сырье.

Назовем абстрактным сырьем (далее просто Сырьем) ту субстанцию в продукте, за которую были взысканы платежи, не входящие в круг налогов на трудовую деятельность, такие, как акцизы, платы за добычу полезных ископаемых, штрафы за загрязнение окружающей среды и т. п.

В добытом угле живого Сырья практически нет. В добытой нефти велика доля живого Сырья. Войдя полуфабрикатом на нефтеперерабатывающий завод, она внесет в бензин большую долю овеществленного Сырья. При этом сверхналоги на производство бензина внесут в него еще весомую долю живого Сырья. В услугу «перевозка автомобильным транспортом» полуфабрикатом входит бензин, сама услуга естественно не имеет ни молекулы бензина. Однако свою долю овеществленного Сырья в эту услугу бензин вносит. Назовем такую долю косвенным Сырьем. Таким образом, продукт (услуга) может не содержать ни молекулы от нефти, а доля Сырья (живого или овеществленного, реального или косвенного), обязанная нефти своим происхождением оказаться значительной. С другой стороны, реально содержащееся вещество в продукте не обязано быть Сырьем. Например, воздух в шинах автомобиля.

Отметим, что в отличие от Труда, непосредственно по определению Сырья его первичная мера — деньги. Тем не менее, для облегчения изложения будет полезно ввести натуральную меру для Сырья. Существенные отличия в разных странах соотношений разных видов нетрудовых налогов не позволяют ввести такую единую меру. Можно ограничиться лишь сильно сцепленными разновидностями Сырья и составляющими подавляющую часть в общей стоимости Сырья. Например, нефтью и газом. Или даже одной нефтью. В общем, приведем через отношение платежей за них в одной стране любой вид Сырья к некоторому эталонному Сырью, например, к нефти. И введем натуральную меру — вес эталонного Сырья.

Нетрудно заметить, что понятия Труда и Сырья и, в особенности, их цены, тесно связаны со страной их появления. Цены же — в большой степени складываются налоговой системой.

Помимо Сырья и Труда в продукте можно усмотреть еще одну значительную составляющую — валютную. Она будет появляться из импортных полуфабрикатов и амортизации импортных производственных мощностей, платы за кредиты. Однако наша идеализация

позволяет исключить ее из рассмотрения, как одинаковую для всех стран.

Совокупность долей Сырья и Труда в продукте назовем его отечественной составляющей и исследуем привлекательность их пропорций для размещения в данной стране того или иного вида производства.

Обозначим долю Труда в продукте через  $t$ , долю Сырья — через  $s$ , в стране  $R$  цену АЧЧ через  $P_T^R$  в рублях, цену единицы Сырья — через  $P_S^R$  в рублях, и цены в другой стране, соответственно, через  $P_T^W$  и через  $P_S^W$ , все в долларах. Тогда отношение затрат на местное производство отечественной части продукта к затратам в другой стране на такую же часть примет вид

$$Q = k \frac{P_T^R t + P_S^R s}{P_T^W t + P_S^W s} = k \frac{P_T^R \tau + P_S^R / P_T^R}{P_T^W \tau + P_S^W / P_T^W} = k \frac{P_T^R}{P_T^W} \left( 1 + \frac{\rho(R) - \rho(W)}{\tau + \rho(W)} \right) \quad (1)$$

где:  $k$  — курс рубля к доллару, величина  $\tau = t/s$  может быть названа трудоемкостью, а обратная к ней величина —

$$\rho(X) = P_S^X / P_T^X .$$

материалоемкостью;

Легко заметить, что характер закона (1) определяется дисбалансом

$$d = \rho(R) - \rho(W) = P_S^R / P_T^R - P_S^W / P_T^W . \quad (2)$$

Если  $d > 0$ , то с ростом трудоемкости  $\tau$  стоимость местного производства отечественной части снижается относительно зарубежного. Если  $d < 0$ , то с ростом материалоемкости  $\tau^{-1}$  страна эволюционирует к «сырьевому придатку». Переходя к ценам Сырья и Труда, это означает подавление более трудоемких производств, когда местное отношение цены единицы Сырья к цене единицы Труда ниже зарубежного, и расцвет материалоемких. Напротив, повышение этого отношения до уровня выше зарубежного стимулировало бы обратный процесс.

Высокая доля налогов в цене АЧЧ, позволяет изменения налоговой системы (снижение трудовых налогов и рост акцизов)

меняющие знак дисбаланса на противоположный, но при этом сохраняющие уровень реальных зарплат и доходную часть госбюджета.

Величина  $Q(\tau)$  может трактоваться как количественное значение конкурентоспособности отечественного производства товара с трудоемкостью  $\tau$  относительно мирового. Зависимость  $Q$  от  $\tau$ , как видно из (1) — гиперболическая. Изобразим графически поведение функции  $F(\tau) = Q(\tau)/k$

Из закона (1) явствует, что изменение валютного курса  $k$  лишь меняет нейтраль  $t_0$  в шкале трудоемкости производств. Т. е. то значение  $t$ , при котором  $Q$  равно 1. Тогда доходность отечественного производства сравнивается с зарубежной. Самые трудоемкие и материалоемкие производства по-прежнему подавляются либо стимулируются налоговой системой.

Прочие параметры закона (1) могут быть оценены только очень грубо, но для управления процессом подавления трудоемких производств на основании закона их знания не требуется вообще. Достаточно лишь сохранять отрицательный дисбаланс  $d$ . Несложные рассуждения показывают, что надежным индикатором знака дисбаланса, а также и простым инструментом управления этим знаком, являются внутренние цены на моторное топливо и газ. Если они хотя бы немного ниже мировых, то  $d < 0$  и из трудоемких производств идет отток капитала, разрушая их. Превышение отечественных цен над мировыми на эти продукты является необходимым условием стимулирования трудоемких производств и достаточным для некоторого подавления нефте- и газодобычи. Не все нефте- и газодобывающие страны двигают свою экономику под смертельным лозунгом «дешевые углеводороды удешевляют все местное производство и оно повышает свою конкурентоспособность». Тому пример Норвегия. Она обеспечивает 12 % газа и 20 % сырой нефти в ЕС и, для сравнения: в ЕС из РФ 31 % общего газа, 27 % нефти при населении в 28 раз большем норвежского. Т. е. удельный вес «нефтедолларов», приходящихся на норвежца в десятки раз выше, чем на россиянина. Тем не менее, производство, не связанное с добычей углеводородов, там сохраняется. «Противоядие» против отравления еврами в Норвегии именно такое как предложено в этом докладе: суммарная величина акцизных налогов выливается в цены на бензин более высокие, чем в ЕС. На 15 апреля 2012 литр норвежского бензина стоил 77,77 руб., а самый дорогой в ЕС — голландский — лишь 70,18 руб./литр.

### **Заключение.**

1. Само по себе вливание иностранной валюты не смертельно для отечественной экономики. Оно представляет опасность лишь при отрицательном дисбалансе (2) между ценами на Труд и Сырье отечественными и мировыми. Управление же дисбалансом вполне возможно, если есть понимание закона (1) в парламенте и в правительстве.

2. В формировании дисбаланса не участвует большая доля тех факторов, которые приводят к быстрым и большим колебаниям курса национальной валюты. Дисбаланс более инерционен. Поэтому, если он достаточно удален от нуля, то экономические тенденции носят длительный устойчивый характер. Либо бурное долгое развитие трудоемких производств, либо столь же бурное долгое их свертывание.

### **Список литературы:**

1. Михеев С.Е. Конкурентоспособность и трудоемкость. // Вопросы механики и процессов управления. СПб.: СПб ун-т, — 2004. — № 23. — С. 118—141.

## СЕКЦИЯ 9.

### СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

#### НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

*Лозгачева Татьяна Михайловна*

*канд. экон. наук, доцент кафедры «Менеджмент»  
Нижегородского государственного технического университета  
им. П.Е. Алексеева,  
РФ, г. Нижний Новгород  
E-mail: [myrejik@yandex.ru](mailto:myrejik@yandex.ru)*

#### NEED FOR FORMATION OF MODERN RUSSIAN BUSINESS ASSESSMENT SYSTEM

*Lozgacheva Tatiana*

*candidate of Sciences, assistant professor of «Management»  
of Nizhny Novgorod State Technical University named after R.E. Alekseeva,  
Russia, Nizhny Novgorod*

#### АННОТАЦИЯ

В статье обобщаются современные подходы к методикам оценки бизнеса зарубежных и отечественных авторов; указывается необходимость создания современной российской системы оценки бизнеса ввиду субъективности мировых рейтингов; предлагается набор показателей для формирования объективности оценки.

#### ABSTRACT

The article summarizes current approaches to business valuation methods of foreign and domestic authors indicated the need to establish a system of modern Russian business valuation due to the subjectivity of the world rankings, proposes a set of indicators to form an objective assessment.

**Ключевые слова:** рейтинг; методики оценки; показатели эффективности компании; капитализация компании; национальная безопасность.

**Keywords:** rating; valuation techniques are the company performance; capitalization; and national security.

Современное понимание развития национальной экономики ассоциируется с необходимостью оценки экспертами экономических параметров страны и ее крупных компаний, однако объективность данных суждений вызывает много вопросов. Рейтинговые агентства, определяя статус и уровень развития корпораций, экономики, регионов долгое время являлись неприкасаемыми рефери, однако кризис 2008 года поставил под сомнение данные факты, кроме того именно в этот период времени появляются некоторые статьи с противоположными точками зрения: Нуриэль Рубини и Фил Розенцвейг. Особенно стоит рассмотреть работу «Эффект ореола» Фила Розенцвейга, посвященную объективности исследований успешных мировых компаний: «...от 60 до 85 % компаний не соответствуют параметрам «своих» исследований...»

Начиная с 1997 года, начинает формироваться научно-аналитическое агентство «Эксперт РА», являющееся сейчас одним из уважаемых в отечественной бизнес среде. Ежегодно, проводя колоссальную работу по оценке крупного бизнеса России, агентство приводит публичный рейтинг по объему реализации продукции, чистой прибыли и капитализации компаний. Однако фактически данные оценки носят весьма узкий характер, особенно по последнему показателю, который рассчитывается из средневзвешенной цены акции. Ниже представлена таблица по данным журнала «Эксперт» за 2010—2012 годы.

*Таблица 1.*

**Выборочный рейтинг компаний по чистой прибыли и капитализации**

Название компании	Чистая прибыль, млрд. руб.			Капитализация, млрд. руб.			Отношение капитализации к чистой прибыли		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Газпром	968,5	1679,9	1210,6	4177,4	3744,9	3128,7	4,31	2,87	2,58
НК «Роснефть»	315,9	365,9	342,0	2418,4	2073,5	2598,1	7,65	5,67	7,6
Сбербанк России	182,1	316,2	347,9	1816,1	2029,9	1932,3	9,97	6,42	5,55
НК «ЛУКОЙЛ»	273,6	304,4	339,5	1466,6	1573,3	1649,8	5,36	5,17	4,86

Беглый анализ данных таблицы показывает, что российские лидеры не осуществляют инвестиционной политики, но реальность ведения бизнеса иная. Как сообщает управление информации ОАО «Газпром», в 2012 г. капитальные вложения Группы «Газпром», в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, составили более 1,2 трлн. рублей. ОАО «Роснефть» на инвестиционную программу в 2011 году выделила 507,1 млрд. рублей, что на 54 % больше годом ранее. Объем финансирования научно-технических работ ОАО «НК «ЛУКойл» в 2011 году составил более 140 млн. долл. (в 2010 году — более 120 млн. долл.). Безусловно, у этих компаний есть проблемы по производительности труда, так из 50 компаний Таможенного союза по объемам реализации на 1 сотрудника ОАО «НК «ЛУКойл» на 17 месте, ОАО «НК «Роснефть» — 42 место, ОАО «Газпром» — 44 место.

В июле 2013 г. газета «The Financial Times» опубликовала ежегодный список крупнейших и наиболее дорогих компаний мира. Главный критерий рейтинга Financial Times Global 500 — рыночная капитализация компаний. Так, крупнейшая из отечественных корпораций — ОАО «Газпром», занимавшая в 2012 году 31 позицию, в настоящее время покинула Топ-50 мировой элиты. Холдинг опустился до 57 места, капитализация компании снизилась на 30,4 % и составляет 101,4 млрд. долларов. Кроме того: ОАО «НК «Роснефть» — опустилась с 79 на 81 позицию, капитализация компании составляет 80,9 млрд. долларов (+ 6,9 % по сравнению с прошлым годом); ОАО «Сбербанк России» — откатился с 86 на 97 место с капитализацией в 70,9 млрд. долларов (–1,8 %); ОАО «НК «ЛУКойл» — занимает 142 место, капитализация компании оценивается в 54,6 млрд. долларов (+ 6,2 %) [5].

Оценивая данные, возникает вопрос о реалистичности данного рейтинга. Относительно подобных рейтингов, в которых Россия неминуемо оказывается в компании всевозможных «несостоявшихся государств», сказано уже немало: и про весьма специфические методы их расчётов; и про сомнительных экспертов; и про влияние развязанной против России информационной войны. Не раз уже случалось, что такие рейтинги начисто дискредитировали самих составителей. В первую очередь, нужно выяснить, кто же это такой составитель рейтинга. Следующий шаг при изучении рейтингов — присмотреться к индикаторам, по которым ранжируются страны. Наконец, чтобы окончательно оценить качество рейтинга, достаточно прибегнуть к здравому смыслу и просто сравнить неподвзято

те или иные страны. В целом приходится признать, что нашей стране не достаёт ещё тонкости в международном пиаре [1].

Существует достаточное количество методик оценки бизнеса. Методологическим проблемам создания эффективных управленческих систем посвящены труды таких зарубежных ученых, как Б. Бодди, Д. Гибсон, М. Мейер, Дж. Гэлбрейт, Р. Каплан, Д. Нортон, Д. О'Шоннеси, К. Уолш. Зарубежные школы оценки экономической эффективности исходят из ряда основных положений: повышение эффективности системы управления производством предполагает нахождение наилучших организационных форм, методов, технологии управления конкретным объектом в целях достижения управляемой системой определенных технико-экономических результатов в соответствии с заданным критерием или системой критериев.

Наряду с зарубежными методиками следует отметить российскую школу оценки эффективности управления. Исследованием данной проблемы занимались такие российские ученые, как В.С. Анфилатов, И.М. Сыроежин, В.Н. Бурков, Б.А. Райзберг, Ф.М. Русинов, Б.З. Мильнер, М.В. Мельник и другие. Наиболее важными показателями при анализе производственной деятельности при использовании российских методик являются такие, как коэффициент прибыльности, уровень рентабельности, анализ текущих затрат, анализ контрибуции, операционный рычаг, сравнительный анализ. Важную роль играют показатели дебиторской и кредиторской задолженности предприятия.

Обобщая существующие современные методики оценки, следует выделить следующие подходы: процессно-ориентированный учет затрат (ABC); концепция экономической добавленной стоимости (EVA); метод сбалансированной системы показателей (BSC) и процессно-ориентированный анализ рентабельности (ABPA). Каждая методика вполне объективно освещена в научной литературе, однако практика применения весьма не достаточна для отечественных компаний по причине не развитости в организациях контроллинга и бенчмаркинга. Особо интересен с точки зрения оценки BSC-метод, обеспечивающий системность рассмотрения компании во внутренней и внешней средах.

В статье Жданова И.Ю. «Имитационная модель международного кредитного рейтинга для отечественных промышленных предприятий» предлагается создание имитационной модели кредитного рейтинга для российских предприятий на основе факторного анализа, который позволяет определить степень и характер влияния различных гипотетических или наблюдаемых факторов на формирование кредитного рейтинга.



Одним из самых значимых рейтингов для предприятия является рейтинг кредитоспособности или кредитный рейтинг, представляющий собой оценку платежеспособности и финансовой надежности предприятия. Данный тип рейтинга используется различными финансовыми институтами, посредниками, инвесторами и заемщиками в различных целях. Инвестору он дает дополнительную информацию о надежности предприятия и риске не возврата средств. Предприятию кредитный рейтинг позволяет увеличить ликвидность облигационных займов и снизить процентную ставку по эмиссии облигаций. Финансовым институтам и посредникам позволяет оценить уровень риска дефолта по различным вложениям. Рейтинг международных рейтинговых агентств позволяет предприятию получить ряд очень ценных преимуществ, которые имеют стратегическое значение в долгосрочной перспективе развития. Во-первых, рейтинг позволяет снизить цену заемного капитала. Во-вторых, повышение рейтингового класса предприятий, позволяет зарубежным фондам включить их в различные долгосрочные инвестиционные портфели и тем самым повысить капитализацию предприятия. В-третьих, повышение эффективности управления затратами и высвобождение средств для реинвестирования и повышения стоимости предприятия. В-четвертых, мировая тенденция на глобализацию всех форм отношений приводит к необходимости ведения прозрачного и открытого бизнеса [3].

Для детального понимания сегодняшних проблем в оценке бизнеса стоит вернуться к первоисточнику формирования науки. Особое внимание, по мнению автора, заслуживает работа 1971 года Джеймс Э. Гиббонс «Взгляд на изменяющуюся оценочную сцену», в которой раскрыта причина осуществления субъективного характера данного процесса.

В период кризиса зародился Американский Институт Оценщиков Недвижимого имущества (AIREA — ныне The Appraisal Institute), взявший на себя формирование оценочной науки, которая должна была внести свою лепту в то, чтобы период экономического опустошения больше бы никогда не смог повториться. Один из основоположников — Эллууд подтвердил, что процесс оценки основывается на применении нескольких базовых экономических принципов, сочлененных в такие комбинации, которые бы отражали «назревшие потребности времени» и были бы приспособлены к ним по мере того, как эти потребности видоизменяются, при этом в различные экономические времена для анализа необходимы различные входные данные. Дальнейшие наблюдения Эллууда развивались следующим образом: поскольку инвестор собственного

капитала — самая активная сила на рынке, то доходность его инвестиций должна также стать самым значимым элементом оценки. Имущество должно оцениваться или ценообразовываться так, чтобы обеспечить такому инвестору привлекательную отдачу, которую имело бы смысл рассматривать в контексте множества альтернативных инвестиционных возможностей, и была бы наравне или предпочтительней им. Оценщики, которым развитие частного сектора недвижимого имущества обеспечило процветание, имеют заинтересованность в сохранении его благосостояния. В то время как история первых 40 лет профессии указывает на прагматичный характер функций оценки, с учетом которых процедуры оценки, ее методы и подходы изменялись, корректировались и заново структурировались, чтобы приспособиться к экономическим условиям, риски для профессии сегодня и в ближайшем будущем кажутся более значимыми и подразумевающими, скорей вопрос ее выживания, а не адаптации [2].

По мнению автора необходимо осуществить переход на формирование системы весовых коэффициентов по более значимым параметрам оценки, согласовав между всеми заинтересованными сторонами и обеспечив прозрачность расчетов для всех участников бизнеса:

1. стоимость основных фондов и их технологический уровень на основе инвестиционной политики компании или страны. По мнению экспертов, существует статистическая взаимосвязь между номинальным объемом инвестиций в основной капитал и уровнем производительности труда, которая показывает, что рост объема инвестиций на 1 % дает прирост производительности труда на 0,21 %. По сведениям Росстата, объем инвестиций в основной капитал в 2012 году составил 12,5 трлн. рублей. Инвестиции в основной капитал в России, по оценочным данным, в январе-июле 2013 г. по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. снизились на 0,7 %, говорится в оперативном докладе Федеральной службы государственной статистики (Росстата).

2. уровень интеллектуальной собственности и возможности инновационного развития организации с учетом общемировых тенденций. Согласно публикации «Глобального рейтинга инноваций-2012» Россия находится на 51 месте по уровню инновационного развития из 141 страны исследования. Индекс инновационного развития оценивает в совокупности все факторы инновационного развития стран и подчеркивает важность продуктивного взаимодействия между субъектами инноваций — фирмами, государственным

сектором, научными кругами и обществом в современных инновационных экосистемах [6].

3. уровень кредитоспособности и инвестиционной привлекательности компании или страны с учетом корпоративного или национального долга. Эксперты Moody's подтвердили долгосрочный кредитный рейтинг России, который соответствует уровню Baa1 со стабильным прогнозом, притом, что страна имеет самый низкий государственный долг 12 % ВВП.

4. долю компании и страны в мировом или национальном рынках на основе устойчивости национальной экономики на фондовом рынке. По данному параметру Россия имеет противоречивый характер: с одной стороны — достаточное количество компаний являются лидерами мирового рынка, но они в основном добывающие (ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «РУСАЛ», ОАО «ГМК «Норильский Никель»); с другой — национальный фондовый рынок поддержан постоянному влиянию мировых фондовых площадок, и как результат, почти прямая зависимость от них.

5. уровень корпоративного управления с учетом защиты интересов инвесторов. Российский институт директоров, начиная с 2003 года, проводит анализ практики корпоративного управления 150 компаний и по результатам 2011 года констатирует, что за последние 3 года уровень остается практически неизменным — 53 %, что является недостаточным для обеспечения прав акционеров. По результатам исследований качества корпоративного управления управляющей компании «Арсатера» в августе 2013 года компания ОАО «НК «Лукойл» остается лидером по качеству корпоративного управления в России, кроме того приводится отраслевой индекс: производство минеральных удобрений — 63,4 балла; добыча, переработка нефти и газа — 14,0 баллов [4].

Рассматривая вопрос оценки бизнеса нельзя забывать о национальной безопасности, которая является в современных условиях абсолютно актуальным вопросом; поэтому разработка и реализация необходимых мероприятий по снижению степени влияния внутренних и внешних угроз, а также формирование взаимовыгодных отношений с другими государствами следует рассматривать как первоочередные задачи российского правительства. Можно рассматривать площадку БРИКС как один из действенных механизмов формирования альтернативной оценочной системы.

Другим важным моментом является необходимость научного обоснования предлагаемых методов оценки, потребность в формировании политэкономии, которая по результатам конференции

от 10—11 ноября 2010 года «Есть ли место политэкономии в современной экономической науке» подтвердила свою актуальность и для науки, и национальной экономики, и эволюции общества; однако устоявшегося мнения или направления ее применения для отечественной экономической мысли пока нет.

Подводя итог о необходимости формирования современной российской системы оценки, следует признать, что за последние пять лет она начала активное оформление не только с точки зрения теории и практики, но и определила институциональный вектор. Данный факт позволяет надеяться на принятие соответствующих методик, как профессиональным сообществом, так и государственными органами, создавая единую систему понимания оценки компаний и страны в целом.

### **Список литературы:**

1. Вершинин П. Международные рейтинги — кампания против России / П. Вершинин.// [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://newsland.com/news/detail/id/1033915/>.
2. Джеймс Э. Гиббонс The Appraisal Journal Appraisal Institute Chicago, Illinois/ Артеменков А.И.(перевод и предисловие)/ Он-лайн библиотека оценщиков LABRATE.RU.
3. Жданов И.Ю. Имитационная модель международного кредитного рейтинга для отечественных промышленных предприятий. / И.Ю. Жданов.// [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.beintrend.ru/2013-03-13-06-56-18>.
4. Исследование корпоративного управления в России 2013.// [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://smart-lab.ru/blog/140708.php>.
5. Рейтинг FTGlobal 500. Топ-10 крупнейших и наиболее дорогих компаний мира./ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://global-finances.ru/krupneyshie-kompanii-mira-2013-rossiya-ne-v/>.
6. The Global Innovation Index 2012: Stronger Innovation Linkages for Global Growth. INSEAD and the World Intellectual Property Organization (WIPO). URL// [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.wipo.int/econ\\_stat/en/economics/gii/](http://www.wipo.int/econ_stat/en/economics/gii/).

**РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ  
РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИЙ  
ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА  
НА БАЗЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**

*Орехов Сергей Александрович*

*д-р экон. наук, проф. каф. Общего менеджмента  
и предпринимательства Московского государственного  
университета экономики, статистики и информатики,  
РФ, г. Москва*

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

**COMPETITIVE STRATEGY DEVELOPMENT  
OF THE INFOCOMMUNICATION COMPLEX  
CORPORATIONS ON THE BASIS  
OF INVESTMENT POTENTIAL**

*Orehov Sergei*

*doctor of Economics, professor, Assoc. Department. General management  
and business of the Moscow State University of Economics,  
Statistics and Informatics,  
Russia Moscow*

**АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается общий алгоритм разработки и принятия конкурентной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса. Особое внимание уделяется исследованию роли инвестиционного потенциала корпораций инфокоммуникационного комплекса и управленческим решениям по его применению, а также критериям его выявления и оценки.

**ABSTRACT**

The article describes the general algorithm of development and acceptance of competitive strategy of development of corporations of an infocommunication complex is considered. The special attention is paid to research of a role of investment potential of corporations of an infocommunication complex and administrative decisions on its application, and also criteria of its identification and an assessment.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность; конкурентный потенциал; инвестиционный потенциал; инфокоммуникационный комплекс; конкурентные стратегии развития; управленческие решения в области конкурентоспособности.

**Keywords:** competitiveness; competitive potential; investment potential; infocommunication complex competitive strategy development; administrative decisions in the field of competitiveness.

Анализ основных моделей разработки стратегии развития предпринимательских структур показывает, что каждая из них имеет свои преимущества и свои недостатки. Одни из них излишне детализированы, другие предполагают абстрактную оценку ресурсного потенциала предприятия, третьи концентрируются на теории и рассматривают практическую реализацию стратегии абстрактно, автоматически и т. д. [6]. В связи этим, постараясь сформировать некий общий алгоритм принятия управленческого решения в области формирования конкурентной стратегии развития на примере корпораций инфокоммуникационного комплекса, позволяющий учесть необходимость проведения оптимальной ее детализации по элементам [1]. Алгоритм управленческих решений *включает в себя следующий ряд этапов [4]:*

1. *Анализ существующей общей функциональной и инвестиционной стратегии корпораций инфокоммуникационного комплекса.* В рамках данного этапа, менеджерам корпорации необходимо определить текущие стратегические позиции корпорации, их основные преимущества и недостатки, проанализировать инвестиционную стратегию компании в рамках ее общей политики деятельности [6].

2. *Изучение намерений и ожиданий развития на соответствие корпоративной миссии.* На данном этапе управленцам необходимо сформировать свое видение развития корпорации.

3. *Исследование факторов внешней среды и конъюнктуры целевого рынка.* Данный этап предполагает всестороннее изучение внешней среды и конъюнктуры целевого рынка: динамику спроса, прогнозов развития, конкурентов, их стратегии развития, конкурентных преимуществ, жизненного цикла продукции, ключевых преимуществ отрасли и т. п. факторов, от тщательности и реалистичности диагностики которых, в дальнейшем зависит адекватность разрабатываемой стратегии развития требованиям и условиям целевого рынка, успех ее реализации и эффективность [7].

4. *Формирование стратегических целей развития.* На данном этапе предполагается конкретизация видения развития корпорации

постановкой отдельных целей и задач по ее развитию с учетом выявленных факторов внешней среды и конъюнктуры целевого сегмента хозяйствования.

5. *Анализ стратегических альтернатив корпораций инфокоммуникационного комплекса и выбор стратегических направлений и форм развития.* На данном этапе, из множества возможных альтернатив стратегического развития, предложенных в ходе постановки и систематизации целей и задач, управляющим необходимо проанализировать и решить какие направления и формы развития стоит предпочесть и почему.

6. *Разработка критериев формирования концепции развития корпораций инфокоммуникационного комплекса* [8, 9]. Этот этап включает формулировку критериев и принципов, на основании которых будет впоследствии сформулирована общая концепция стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса.

7. *Разработка концепции стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса.* Производится на базе анализа ранее выявленных стратегических направлений деятельности компании и стратегии формирования ресурсов, необходимых корпорации для развития. Она должна включать в себя краткое описание периода формирования стратегии и конкретизации стратегии развития по периодам ее реализации в соответствии с планом формирования ресурсов и текущим контроллингом всех направлений их использования [3].

8. *Оценка и формирование совокупной стоимости инвестиционного потенциала корпораций инфокоммуникационного комплекса с целью определения возможностей и ресурсов корпорации.* Данная оценка может проводиться на основании критериев и контроллинга эффективности использования потенциала компании в разрезе основных аспектов деятельности, базирующаяся на стоимостной модели выявления совокупного инвестиционного потенциала, предложенной автором в своем диссертационном исследовании [5].

9. *Оценка и выбор оптимального варианта развития с учетом имеющегося инвестиционного потенциала.* Данный этап, с точки зрения автора, предполагает на основании контроллинга и проведенных на предыдущем этапе расчетов, связанных с оценкой совокупной стоимости инвестиционного потенциала корпораций инфокоммуникационного комплекса, определить оптимальный вариант стратегического плана развития предприятия [2].

10. *Разработка системы организационно-экономических мероприятий реализации стратегии развития на базе инвестиционного потенциала.* Предполагает детальную проработку организационных мероприятий (образование новых отделов, структур, изменение общей

структуры организации, осуществление интеграции / дезинтеграции отдельных инвестиционных, финансовых, операционных систем, процессов или предприятий в рамках корпоративного образования и т. п.) по реализации стратегии развития и их стоимостную оценку [13]. Зачастую внедрение передовых систем информационного обеспечения производства класса ERP и CRM позволяет сделать это эффективнее и быстрее [10].

11. *Разработка основных критериев оценки эффективности реализации стратегии развития на базе инвестиционного потенциала.* Здесь требуется выявить ключевые параметры, по которым будет в дальнейшем оцениваться успешность реализованной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса [14].

12. *Внедрение стратегии развития на базе инвестиционного потенциала.*

13. *Анализ и оценка результативности разработанной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса на базе инвестиционного потенциала.* На данном этапе управляющим предлагается с помощью доступных экономических, финансовых, статистических и иных аналитических механизмов произвести оценку результатов разработанной и внедренной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса [11, 12].

14. *Выявление отклонений, анализ их причин и разработка методов нивелирования нежелательных последствий.* Таким образом, отметим, что принятие управленческих решений по вопросам конкурентной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса является неоднозначным вопросом, требующим комплексного подхода и решения, и заключающего в себе специализированные методы и механизмы осуществления инвестиционной деятельности, увязанные в определенную систему стратегического управления совокупным инвестиционным потенциалом отечественного инфокоммуникационного комплекса и учитывающую специфику отрасли функционирования ИТ-корпораций [1, 4].

### **Список литературы:**

1. Башкатова Ю.И. Управленческие решения. Учебное пособие. М., 2008.
2. Башкатова Ю.И. Контроллинг. Учебное пособие. М., 2009.
3. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / М., 2007.
4. Башкатова Ю.И., Бебрис А.О. Принятие эффективных управленческих решений в венчурных фирмах. Транспортное дело России. — 2013. — № 5. — С. 160—163.



5. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). М., 2007.
6. Леонтьева Л.С., Кузнецов В.И., Конотопов М.Н., Орехов С.А., Башкатова Ю.И., Морева Е.Л., Орлова Л.Н. Теория менеджмента. М., 2013.
7. Орехов С.А., Кулешов С.В., Буданова М.М., Воиш А., Решина Г.А., Годин А.А., Година О.А., Гостиев М.В., Ефименко В.В., Зёнбер П., Кузьмина А.А., Максимова Т.П., Хмелев И.Б., Арабян К.К., Архарова З.П., Егорова Л.И., Конотопов М.Н., Корягин Н.Д., Кузнецов В.И., Башкатова Ю.И. и др. Проблемы трансформации современной российской экономики: теория и практика организации и обеспечения управления. Коллективная монография / Российская академия естественных наук, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ) Кафедра общего и стратегического менеджмента. М., 2010.
8. Решетько Н.И. Стратегии развития предпринимательских структур информационного комплекса в условиях конкуренции. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). М., 2009.
9. Решетько Н.И. Стратегии развития предпринимательских структур информационного комплекса в условиях конкуренции. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). М., 2009.
10. Решетько Н.И. Роль CRM-систем в разработке и реализации стратегии развития предприятия. Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 6. — С. 138—141.
11. Решетько Н.И., Бебрис А.О., Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции. Вестник Университета (Государственный университет управления). — 2011. — № 17. — С. 113—118.
12. Решетько Н.И. Проблемы повышения конкурентоспособности отечественного инфокоммуникационного комплекса. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 172—175.
13. Решетько Н.И. Показатели оценки эффективности деятельности отечественного инфокоммуникационного комплекса. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 176—180.
14. Решетько Н.И. Функции и уровни управления конкурентоспособностью предпринимательских структур. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы образования и науки», Тамбов, 30 декабря 2013 г.

# **КОНТРОЛЛИНГ И ДИАГНОСТИКА РИСКОВ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАЦИИ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА**

*Орехов Сергей Александрович*

*д-р экон. наук, проф. каф. Общего менеджмента  
и предпринимательства Московского государственного  
университета экономики, статистики и информатики,*

*РФ, г. Москва*

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

## **CONTROLLING AND RISKS DIAGNOSTICS OF THE INFOCOMMUNICATION COMPLEX CORPORATION COMPETITIVE STRATEGY**

*Orehov Sergei*

*doctor of Economics, professor, Assoc. Department. General management  
and business of the Moscow State University of Economics,*

*Statistics and Informatics,*

*Russia, Moscow*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается общий алгоритм диагностики рисков конкурентной стратегии инфокоммуникационного комплекса. Акцент сделан на классификацию инвестиций корпораций инфокоммуникационного комплекса с учетом степени риска и формирование механизмов диагностики возникновения и управления рисковыми ситуациями при инвестировании в корпорации инфокоммуникационного комплекса.

### **ABSTRACT**

The article describes the general algorithm of diagnostics of risks of competitive strategy of an infocommunication complex is considered. The emphasis is placed on classification of investments of corporations of an infocommunication complex taking into account degree of risk and formation of mechanisms of diagnostics of emergence and management of risk situations at investment in corporation of an infocommunication complex.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность; инфокоммуникационный комплекс; риски; управление рисками; диагностика рисков; управленческие решения по управлению рисками.

**Keywords:** competitiveness; infocommunication complex; risks; risk management; diagnostics of risks; administrative decisions on risk management.

Риск реализации стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса количественно характеризуется субъективной оценкой ожидаемой величины максимального и минимального дохода или убытка от вложения капитала в тот или иной инвестиционный проект развития [6]. Обычно, чем больше диапазон между максимальным и минимальным доходом (убытком) при равной вероятности их получения, тем выше степень риска, что подтверждается данными контроллинга инвестиционной активности компаний [2, 3].

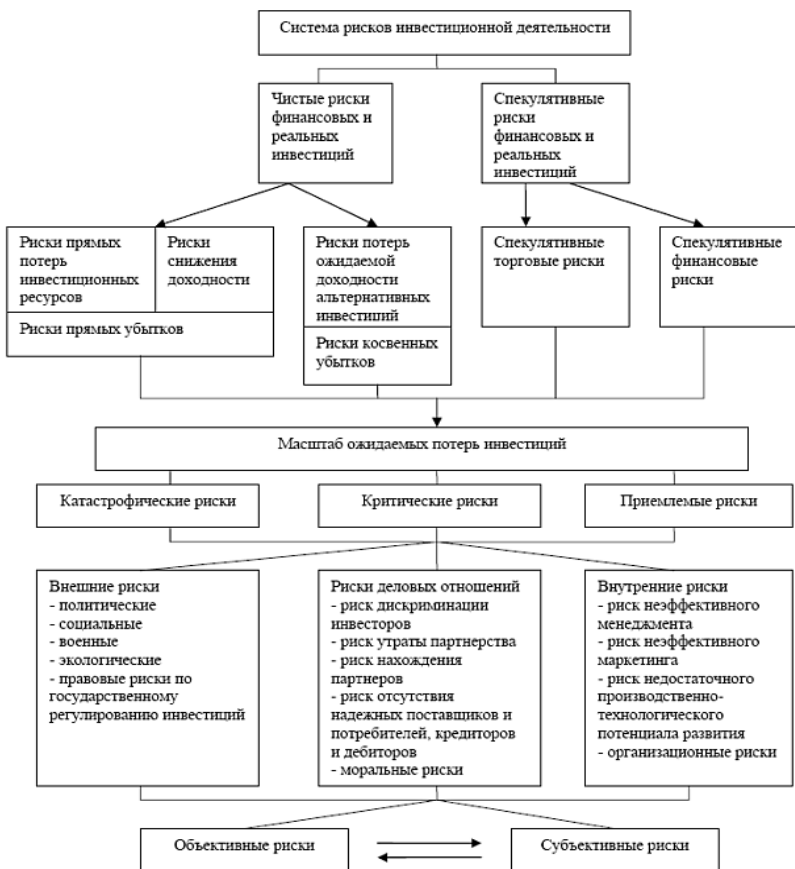
Верно также утверждение — чем больше неопределенность хозяйственной ситуации при принятии решения по реализации стратегии развития и инвестиционных мероприятий, которые она в себя включает, тем выше и степень риска корпораций инфокоммуникационного комплекса [5].

В целом, инвестиционные мероприятия, входящие в состав той или иной стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса (мы говорим о конкретных мероприятиях реального инвестирования, т. к. именно в них лежит база развития корпорации) могут классифицироваться по степени риска, следующим образом (рис. 1) [7]:



**Рисунок 1. Классификация инвестиций корпораций инфокоммуникационного комплекса с учетом степени риска [8]**

Отметим, что анализ рисков осуществления стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса на базе реализации инвестиционного потенциала должен начинаться с выявления и диагностики возникновения потенциальных рисков деятельности корпораций инфокоммуникационного комплекса, связанной с ее развитием и ростом [11]. Зачастую внедрение передовых систем информационного обеспечения производства класса ERP и CRM позволяет сделать это эффективнее и быстрее [10]. Наглядно система потенциальных рисков инвестиционной деятельности в ходе реализации стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса представлена нами на рис. 2.



**Рисунок 2. Система потенциальных рисков инвестиционной деятельности в реализации стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса [9]**

Непосредственно организация диагностики возникновения и управления рисковыми ситуациями при проведении стратегических мероприятий, а в их рамках, инвестирования в приоритетные программы развития корпораций инфокоммуникационного комплекса, представляет собой систему мер риск-менеджмента, направленных на рациональное сочетание всех его элементов в единой технологии процесса управления риском инвестирования в ИТ-комплекс России (рис. 3) [14].



**Рисунок 3. Организация диагностики возникновения и управления рисковыми ситуациями при инвестировании в корпораций инфокоммуникационного комплекса [12]**

Данная схема диагностики возникновения и управления рисковыми ситуациями при реализации стратегии развития корпораций инфокоммуникационного комплекса, как мы можем отметить, отражает системный подход к реализации инвестиционного решения [1, 4]. В ней, как и в большинстве моделей диагностики возникновения рисковых ситуаций, значительное внимание уделяется методам оценки потенциального риска с целью выбора наиболее оптимального варианта вложения финансовых ресурсов в предлагаемые инвестиционные проекты корпораций инфокоммуникационного комплекса в рамках выбранной стратегии развития.

В связи с этим, в качестве основной оценочной модели из многообразия существующих, автор предложил использовать инструментарий экспертной оценки.

*Сущность инструментария оценки факторов риска заключалась в следующем [13]:*

1. На первом этапе, с помощью приведенной выше модели диагностики, выявлялись основные виды рисков реализации инвестиционного мероприятия, направленного на развитие корпораций инфокоммуникационного комплекса;
2. На втором этапе производился анализ выявленных рисков на основе экспертных оценок;

3. На третьем этапе проводилось ранжирование выявленных рисков по удельному весу в структуре, определялись ключевые из них, выявлялись взаимосвязи и взаимозависимости на основании корреляционно — регрессионного анализа [13];

4. На четвертом этапе определялся сводный уровень (индекс) риска для дальнейшего учета при выборе стратегии развития.

*Данный подход позволяет менеджерам принимать адекватные управленческие решения [1, 4]:*

- учитывая силу влияния того или иного фактора риска;
- выявляя ведущие из них, имеющие наибольший удельный вес в структуре и провести ранжирование в соответствии с этим признаком;
- в сочетании с методом корреляционно-регрессионного анализа, установить степень и конкретный вид взаимосвязи и взаимозависимости между ними, позволяющих достоверно прогнозировать и планировать перспективное развитие стратегической ситуации и положения компании ИТ-отрасли на целевых национальных международных рынках;
- в сочетании с оценкой инвестиционного потенциала и анализом эффективности инвестиционных мероприятий, входящих в ее основу, адекватно обосновать и сформировать будущую конкурентную стратегию развития корпораций инфокоммуникационного комплекса.

### **Список литературы:**

1. Башкатова Ю.И. Управленческие решения. Учебное пособие. Москва, 2008.
2. Башкатова Ю.И. Контроллинг. Учебное пособие. Москва, 2009.
3. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Москва, 2007.
4. Башкатова Ю.И., Бебрис А.О. Принятие эффективных управленческих решений в венчурных фирмах. Транспортное дело России. — 2013. — № 5. — С. 160—163.
5. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Москва, 2007.
6. Леонтьева Л.С., Кузнецов В.И., Конотопов М.Н., Орехов С.А., Башкатова Ю.И., Морева Е.Л., Орлова Л.Н. Теория менеджмента. Москва, 2013.

7. Орехов С.А., Кулешов С.В., Буданова М.М., Воишиш А., Решина Г.А., Годин А.А., Година О.А., Гостиев М.В., Ефименко В.В., Зёнбер П., Кузьмина А.А., Максимова Т.П., Хмелев И.Б., Арабян К.К., Архарова З.П., Егорова Л.И., Конотопов М.Н., Корягин Н.Д., Кузнецов В.И., Башкатова Ю.И. и др. Проблемы трансформации современной российской экономики: теория и практика организации и обеспечения управления. Коллективная монография / Российская академия естественных наук, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ) Кафедра общего и стратегического менеджмента. Москва, 2010.
8. Решетько Н.И. Стратегии развития предпринимательских структур информационного комплекса в условиях конкуренции. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Москва, 2009.
9. Решетько Н.И. Стратегии развития предпринимательских структур информационного комплекса в условиях конкуренции. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Москва, 2009.
10. Решетько Н.И. Роль CRM-систем в разработке и реализации стратегии развития предприятия. Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 6. — С. 138—141.
11. Бобрис А.О., Решетько Н.И. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции. Вестник Университета (Государственный университет управления). — 2011. — № 17. — С. 113—118.
12. Решетько Н.И. Проблемы повышения конкурентоспособности отечественного инфокоммуникационного комплекса. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 172—175.
13. Решетько Н.И. Показатели оценки эффективности деятельности отечественного инфокоммуникационного комплекса. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 176—180.
14. Решетько Н.И. Функции и уровни управления конкурентоспособностью предпринимательских структур. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы образования и науки», Тамбов, 30 декабря 2013 г.



# РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЭК РОССИИ НА БАЗЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

*Решетько Наталья Игоревна*

*канд. экон. наук, доц. каф. Маркетинга и коммерции  
Московского государственного университета экономики,  
статистики и информатики,  
РФ, г. Москва*

*E-mail: [Natalia.reshetko@rambler.ru](mailto:Natalia.reshetko@rambler.ru)*

## FORMATION OF RUSSIAN ENERGY INDUSTRY COMPETITIVE STRATEGY DEVELOPMENT ON THE BASIS OF INVESTMENT POTENTIAL

*Reshetko Natalia*

*Ph.D., Assoc. Department. Marketing and Commerce  
of the Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics,  
Russia, Moscow*

### АННОТАЦИЯ

В статье предлагается модель разработки конкурентной стратегии развития корпораций нефтегазовой отрасли на базе инвестиционного потенциала. Акцент сделан на матрицу управленческих решений по выбору оптимальной конкурентной стратегии развития корпорации ТЭК и ее описание.

### ABSTRACT

The article describes the model of competitive strategy development of oil and gas corporations on the basis of investment potential. The emphasis is placed on a matrix of administrative decisions on a choice of optimum competitive strategy of development of energy industry corporation and its description.

**Ключевые слова:** конкурентные стратегии развития; конкурентоспособность; инвестиционный потенциал; нефтегазовые предприятия; энергетическая безопасность; корпорации ТЭК; ТЭК.

**Keywords:** competitive strategy of development; competitiveness; investment potential; oil and gas enterprises; energy security; energy industries; energy Industry corporations.

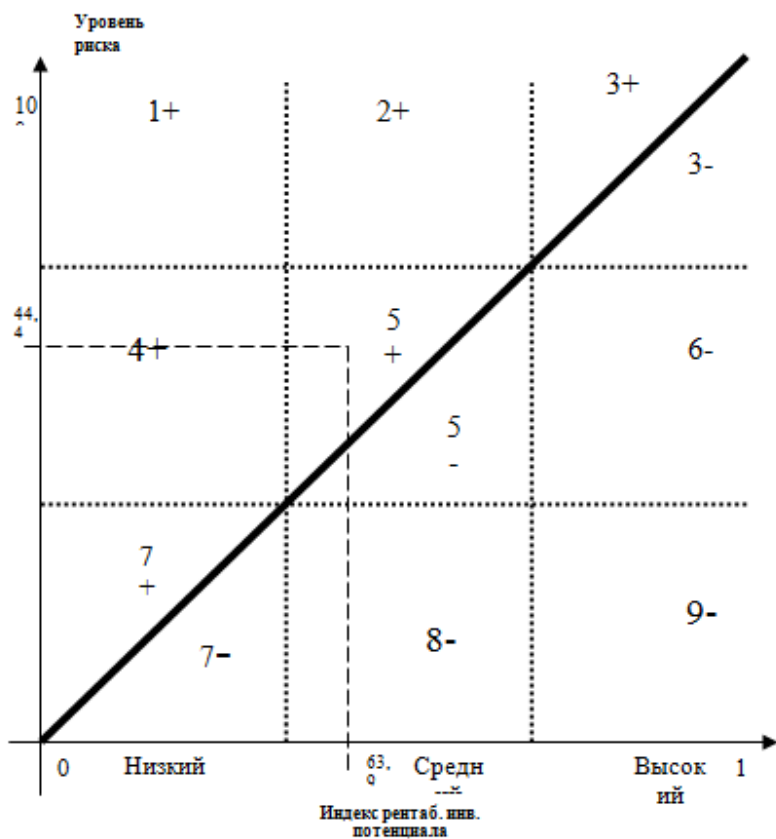
Оценка и выбор оптимального варианта конкурентной стратегии развития с учетом имеющегося инвестиционного потенциала предполагает на основании аналитики и расчетов, связанных с оценкой совокупной стоимости инвестиционного потенциала корпорации ТЭК, определить оптимальный вариант конкурентной стратегии развития предприятия [8].

При этом, для достижения оптимального эффекта от выбора конкурентной стратегии развития, необходимо учитывать экономический эффект от инвестиционных мероприятий, заложенных в ее основу и уровень риска, сопряженный с их реализацией [5].

Все эти факторы (инвестиционный потенциал, эффект от принятых инвестиционных решений и уровень риска), подлежащие учету при выборе оптимальной стратегии развития, требуют определенной систематизации и взаимоувязанной оценки для обоснования выбора варианта развития [1]. Таким образом, была сформирована специализированная модель оценки и выбора конкурентной стратегии развития, основанная на их систематизированном учете и анализе [12].

Данная модель представляет собой матрицу управленческих решений по выбору оптимальной конкурентной стратегии развития корпорации ТЭК, где по одной оси (ось «у») — предлагается оценить уровень риска инвестиционного мероприятия, нацеленного на развитие корпорации в условиях конкуренции, а по другой (ось «х») — индекс рентабельности инвестиционного потенциала (рис. 1) [9].

Данная матрица позволила нам сформировать рациональную конкурентную стратегию развития корпорации ТЭК, интегрируя несколько ключевых факторов, определяющих эффективность данного процесса: доходность инвестиционного проекта развития корпорации ТЭК, временной лаг, уровень инвестиционного потенциала, учет уровня риска реализации инвестиционного мероприятия, заложенного в основу развития корпорации ТЭК [10]. Эти данные можно получить в результате проведения финансового контроллинга на предприятии ТЭК [4].



**Рисунок 1. Матрица выбора оптимальной конкурентной стратегии развития корпорации ТЭК [6]**

Основные характеристики сегментации матрицы выбора оптимальной конкурентной стратегии корпорации ТЭК развития приведены в таблице 1.

*Таблица 1.*

**Характеристики сегментации матрицы выбора оптимальной стратегии развития корпорации ТЭК [7]**

<b>Сегменты матрицы</b>	<b>Характеристики сегмента</b>	<b>Рациональная стратегия развития корпорации ТЭК при заданном уровне риска и рентабельности проекта, заложенного в ее основу</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>1+</b>	Высокий уровень риска, низкий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование при антикризисном управлении, инвестирование для предотвращения кризиса, удержания своих позиций на целевых рынках при нулевом доходе
<b>2+</b>	Высокий уровень риска, средний уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост корпорации ТЭК на базе реализации инновационных проектов узкого целевого назначения (проекты концентрированных инноваций), для извлечения максимального дохода в среднесрочном периоде
<b>3+</b>	Высокий уровень риска, высокий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост корпорации ТЭК на базе реализации инновационных проектов широкого целевого назначения (проекты диверсифицированных инноваций), для извлечения максимального дохода в долгосрочном периоде
<b>4+</b>	Средний уровень риска, низкий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в развитие системы, инфраструктуры с низким уровнем отдачи, но оптимизирующих деятельность комплекса предприятий корпорации ТЭК в целом, максимизирующих синергетический эффект от их взаимодействия
<b>5+</b>	Средний уровень риска, средний уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост посредством диверсификации направлений деятельности корпорации ТЭК для получения нормального дохода в долгосрочном и среднесрочном периоде

7+	Низкий уровень риска, низкий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в социальные проекты развития и проекты, направленные на повышение экологической безопасности с низким уровнем доходности
3-	Высокий уровень риска, высокий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост корпорации ТЭК на базе реализации инновационных проектов широкого целевого назначения (проекты диверсифицированных инноваций), для извлечения максимального дохода в долгосрочном периоде
5-	Средний уровень риска, средний уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост посредством диверсификации направлений деятельности корпорации ТЭК для получения нормального дохода в долгосрочном и среднесрочном периоде
6-	Средний уровень риска, высокий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост корпорации ТЭК на базе реализации инновационных проектов узкого целевого назначения (проекты концентрированных инноваций), для извлечения максимального дохода в среднесрочном периоде
7-	Низкий уровень риска, низкий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в социальные проекты и проекты поддержания статуса социально-ответственной организации при нулевом уровне доходности и риска
8-	Низкий уровень риска, средний уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост корпорации ТЭК на базе концентрирования на определенных сегментах развития со средним уровнем доходности в краткосрочном и среднесрочном периодах
9-	Низкий уровень риска, высокий уровень индекса рентабельности инвестиционного потенциала	Инвестирование в устойчивый рост посредством диверсификации направлений деятельности корпорации ТЭК, модернизацию, техническое перевооружение различных объектов и мощностей корпорации для получения нормального и высокого уровня дохода в долгосрочном и среднесрочном периоде

Отметим, что проекты, обозначенные знаком «+» несут в себе более высокий уровень риска, при прочих равных условиях; в то время, как проекты со знаком «-» — более низкий [11]. Также, стоит отметить, что принятие конкурентной стратегии развития, и в ее рамках, инвестиционных проектов, находящихся на сегментах 1 + может происходить только в случаях необходимости улучшения текущего положения и предотвращения наступления неблагоприятных, кризисных ситуаций в деятельности корпорации ТЭК, как единой экономической системы [8]. Эффективная оценка потенциальных рисков, их постоянный контроллинг играет существенную роль в адекватном выборе конкурентной стратегии развития, прогнозировании и планировании успешности ее внедрения на практике, формирует эффективность, адекватность и рациональность проводимой корпорацией конкурентной стратегии развития [2, 3].

### **Список литературы:**

1. Башкатова Ю.И. Управленческие решения. Учебное пособие. М., 2008.
2. Башкатова Ю.И. Контроллинг. Учебное пособие. М., 2009.
3. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / М., 2007.
4. Башкатова Ю.И. Контроллинг в управленческом консультировании. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). М., 2007.
5. Леонтьева Л.С., Кузнецов В.И., Конотопов М.Н., Орехов С.А., Башкатова Ю.И., Морева Е.Л., Орлова Л.Н. Теория менеджмента. М., 2013.
6. Орехов С.А. Особенности стратегического развития вертикально интегрированных нефтяных компаний, Орехов Сергей Александрович, Толумбаев Берик Зиябекович. М., 2004.
7. Решетько Н.И., Бебрис А.О. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции. Вестник Университета (Государственный университет управления). — 2011. — № 17. — С. 113—118.
8. Решетько Н.И. Национальная и глобальная конкурентоспособность российских нефтегазовых структур. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 180—184.
9. Соколов М.А. Аналитическая модель комплексной оценки эффективности интеграционных трансформаций организаций за счет слияний и поглощений. Транспортное дело России. — 2010. — № 6. — С. 139—143.

10. Соколов М.А. Возможности использования зарубежного опыта в российской практике слияний и поглощений. Вопросы экономических наук. — 2007. — № 5. — С. 199—201.
11. Соколов М.А. Организационно-экономическая модель управления стоимостью российских компаний в условиях проводимых процедур по слияниям и поглощениям. Проблемы экономики. — 2007. — № 5. — С. 27—31.
12. Соколов М.А. Аналитическая модель комплексной оценки эффективности интеграционных трансформаций организаций за счет слияний и поглощений. Транспортное дело России. — 2010. — № 6. — С. 139—143.

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТЭК КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИИ**

*Решетько Наталья Игоревна*

*канд. экон. наук, доц. каф. Маркетинга и коммерции  
Московского государственного университета экономики,  
статистики и информатики,*

*РФ, г. Москва*

*E-mail: [Natalia.reshetko@rambler.ru](mailto:Natalia.reshetko@rambler.ru)*

## **AUTOMATION OF ENERGY INDUSTRY MANAGEMENT AS FACTOR OF ENERGY SECURITY INCREASE AND COMPETITIVENESS OF RUSSIA**

*Reshetko Natalia*

*Ph.D., Assoc. Department. Marketing and Commerce  
of the Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics,  
Russia, Moscow*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье обосновываются предпосылки необходимости внедрения инфокоммуникационных технологий в предприятия отрасли ТЭК, как механизма повышения национальной энергобезопасности и конкурентоспособности страны в целом. Особое внимание уделяется

классификации информационных систем и технологий, поставляемых разработчиками в нефтегазовую отрасль и их функциональному назначению.

### ABSTRACT

The article describes the prerequisites of infocommunication technologies introduction in the enterprises of energy industry, as mechanism of increase of national power safety and competitiveness of the country as a whole. The special attention is paid to classification of information systems and the technologies delivered by developers in oil and gas branch and their functional purpose.

**Ключевые слова:** информационные системы; автоматизация; конкурентоспособность; нефтегазовые предприятия; энергетическая безопасность; корпорации ТЭК; ТЭК.

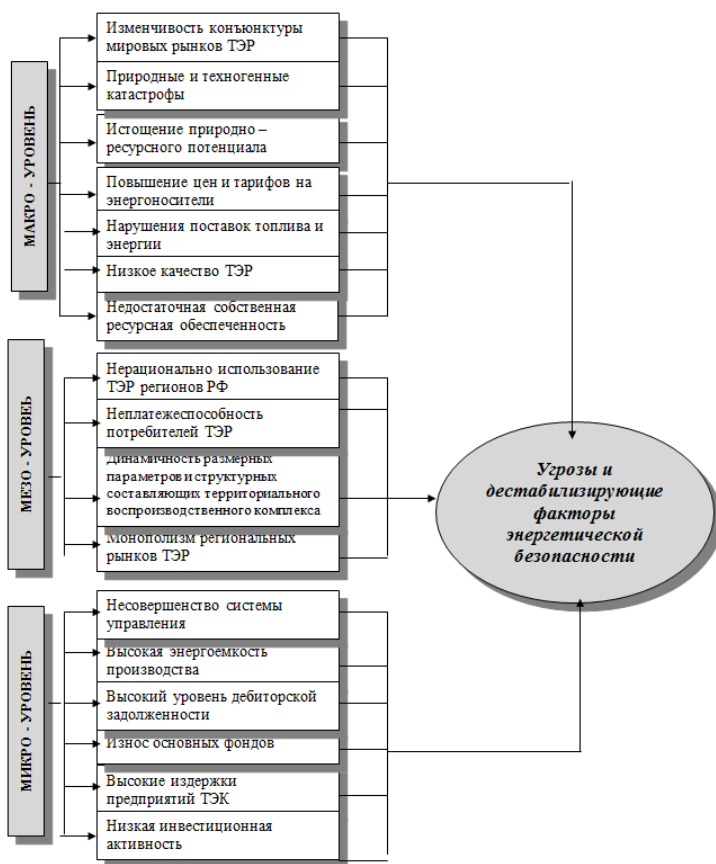
**Keywords:** information systems; automation; competitiveness; oil and gas enterprises; energy security; energy industries; energy Industry corporations.

Использование возможностей информационных технологий в промышленности сегодня обусловлено как необходимостью интенсивного развития производства, так и сложностью современных технологических процессов и принимаемых управленческих решений [4]. Исключение здесь не составляет и ТЭК России, как основная экономико-образующая отрасль, от которой зависит конкурентоспособность, энергетическая и в целом, национальная безопасность российского государства [3].

Отечественный ТЭК тесно интегрирован в мировую экономику, которая на данном этапе развития находится в активной фазе формирования глобального энергетического порядка, а энергетические проблемы все более приобретают международное значение. Мировая система энергообеспечения стала настолько интегрированной, что практически любое нарушение в ее функционировании неизбежно ведет к последствиям, ощущаемым потребителями энергоресурсов во всем мире. В современных условиях глобального развития, энергетика является одной из базовых отраслей мировой экономики, а её интернационализация привела к тому, что многие вопросы бесперебойного функционирования отрасли определяют не только уровень международной энергетической безопасности, но и всю систему современных международных экономических отношений, где комплекс ТЭК России играет важнейшую, если не сказать ключевую роль [5].



Понятие «энергетической безопасности» не является универсальным и отличается в зависимости от обеспеченности той или иной страны собственными энергетическими ресурсами (т. е. от ее национальной энергетической безопасности), а также степенью зависимости поставок энергетических ресурсов из внешних источников, особенностями структуры энергопотребления и многих других факторов. Угрозы надежному топливо — и энергообеспечению определяются как внешними (геополитическими, макроэкономическими, конъюнктурными) факторами, так и собственно состоянием и функционированием энергетического сектора государства (рис. 1).



**Рисунок 1. Угрозы и дестабилизирующие факторы энергетической безопасности России [8]**

Как мы можем увидеть, значительную долю угроз и дестабилизирующих факторов энергобезопасности занимают факторы микро- и мезо-уровня, такие как высокие издержки предприятий ТЭК, высокий уровень дебиторской задолженности, несовершенство системы управления, нерациональное использование ТЭР регионов РФ и т. д.

В таких условиях актуальными становятся задачи увеличения конкурентоспособности и прибыльности предприятий ТЭК, которые в большинстве своем являются сложными интеграционными образованиями. В рыночных условиях рентабельность предприятия играет ключевую роль и невозможна без эффективного управления имеющимися активами, контроля издержек, финансового планирования и бюджетирования. Построение информационных управленческих систем и комплексная автоматизация деятельности такого сложно интегрированного корпоративного образования, как корпорации ТЭК, являются неотъемлемыми составляющими решений этих задач.

Эффективным же инструментом их решения, могут стать отраслевые информационные системы автоматизации предприятий в составе ТЭК. К таким системам можно отнести: комплексные решения по автоматизации предприятий ТЭК класса ERP (таких производителей как SAP, Oracle, MicrosoftDynamics, Navision, Ахapta), либо отдельные модули управления, устанавливаемые на существующие системы, такие как SupplyChainManagement, позволяющий оптимизировать и наладить цепочки поставок; HRMS, позволяющий эффективно управлять кадрами предприятия ТЭК и производительностью труда персонала; CRM, организующие эффективную работу с клиентами компании; а также различные системы бюджетирования, планирования, хранения данных и т. д. [7].

Если более подробно говорить о классификации и специфике автоматизированных систем управления, поставляемых в ТЭК, и значительно повышающих стоимость корпораций, то они могут быть [11]:

- по типу объекта управления (ИС управления технологическим процессом предприятия ТЭК, ИС организационного управления);
- по степени интеграции (локальные, интегрированные);
- по уровню автоматизации управления предприятием в составе ТЭК (информационно-справочные системы, системы принятия решений, экспертные системы);
- по уровню управления (информационные системы управления предприятием ТЭК, корпорацией, отраслью);

- по характеру протекания технологических процессов на объекте управления (автоматизированная система управления дискретным производством, автоматизированная система управления непрерывным производством).

В современных условиях, топливная промышленность на технологическом уровне использует специализированные системы CAD/CAM/CAE для разработки проектировочной документации и системы DMPM/HMI/ SCADA/MES для управления оборудованием, оптимизации производственных процессов и измерения заданных технических параметров. Системы CALS/PLM в данных условиях, в силу особенностей производственного процесса, не используются. На уровне управления бизнес-процессами, как правило, чаще всего используются ERP-системы.

Ключевыми поставщиками отраслевых информационных систем управления предприятиями и промышленными комплексами (ИСУП) в составе ТЭК, являются такие корпорации как SAP (39,7 %), Oracle (21,7 %), 1C (9,7 %), MicrosoftDynamics (9,4 %) [7].

В структуре расходов на информационные технологии в ТЭК, просматривается более высокая доля расходов на ИТ-услуги, чем на программные средства. В связи с этим, можно утверждать, что основная фаза ИТ-модернизации ТЭК еще не началась, а находится на подготовительной стадии. Более оптимальным вариантом информатизации и наращивания качества управленческих решений в ТЭК, безусловно, остается комплексная автоматизированная система, класса ERP, содержащая все необходимые модули и учитывающая отраслевую специфику деятельности предприятий ТЭК [1, 2].

В рамках поставляемых отраслевых решений для отрасли ТЭК, ИТ-вендорами разрабатываются оптимизированные модули (подсистемы) управления и учета на различных уровнях деятельности компании [9]:

- эксплуатационный уровень;
- уровень управления знаниями;
- тактический уровень;
- стратегический уровень.

*Системы эксплуатационного уровня* обеспечивают операции учета и контроля на предприятиях ТЭК. Системы подобного уровня представляют собой системы обработки данных.

*Системы уровня знаний* обеспечивают автоматизацию создание и поддержку электронных архивов, разработки новых видов

продукции, извлечение информации, новых знаний из электронных хранилищ данных (OLAP, DataMining, CAD, DataWarehousing).

*Системы тактического уровня* предназначены для обеспечения контроля, управления, анализа, принятия решений, и административных действий менеджеров среднего звена.

*Системы стратегического уровня* представляют собой гибкий инструмент помощи топ-менеджменту корпораций ТЭК, и подготавливают стратегические исследования и длительные прогнозы, как для компаний, так и для разного рода внешнеэкономических бизнес-процессов [10].

В этой связи, все перечисленные ИТ-системы, поставляемые в отрасль ТЭК, можно разделить на шесть базовых видов: исполнительные системы поддержки топ-менеджмента и руководства предприятия ТЭК — ExecutiveSupportSystems (ESS) на стратегическом уровне; управляющие информационные системы — ManagementInformation Systems (MIS) и системы поддержки принятия решений — DecisionSupportSystems (DSS) на тактическом (управленческом) уровне; системы управления знаниями — KnowledgeWorkSystem (KWS) и системы автоматизации делопроизводства OfficeAutomationSystems (OAS) на уровне знаний и системы обработки транзакций — TransactionProcessingSystems (TPS) на эксплуатационном уровне [12].

Каждая из различных видов систем может иметь компоненты, которые используются различными уровнями управления корпорацией ТЭК одновременно [6]. Наиболее эффективны интегрированные ИС, объединяющие функции всех функциональных подсистем и различных уровней управления. Данные системы могут стать эффективным рычагом повышения конкурентоспособности предприятий в сфере ТЭК, повысить их производительность, эффективность и рентабельность, что, в конечном счете, повлияет на повышение энергетической безопасности нашей страны в целом.

### **Список литературы:**

1. Башкатова Ю.И. Управленческие решения. Учебное пособие. М., 2008.
2. Башкатова Ю.И., Бебрис А.О. Принятие эффективных управленческих решений в венчурных фирмах. Транспортное дело России. — 2013. — № 5. — С. 160—163.
3. Бебрис А.О., Решетько Н.И. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции. Вестник Университета (Государственный университет управления). — 2011. — № 17. — С. 113—118.

4. Леонтьева Л.С., Кузнецов В.И., Конотопов М.Н., Орехов С.А., Башкатова Ю.И., Морева Е.Л., Орлова Л.Н. Теория менеджмента. М., 2013.
5. Орехов С.А. Особенности стратегического развития вертикально интегрированных нефтяных компаний, Орехов Сергей Александрович, Толумбаев Берик Зиябекович. М., 2004.
6. Орехов С.А. Корпоративный менеджмент, учебное пособие / С.А. Орехов, В.А. Селезнев, Н.В. Тихомирова; под ред. С.А. Орехова ; Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°". М., 2008.
7. Решетько Н.И. Роль CRM-систем в разработке и реализации стратегии развития предприятия. Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 6. — С. 138—141.
8. Решетько Н.И. Национальная и глобальная конкурентоспособность российских нефтегазовых структур. Инновации в науке. — 2013. — № 28. — С. 180—184.
9. Соколов М.А. Аналитическая модель комплексной оценки эффективности интеграционных трансформаций организаций за счет слияний и поглощений. Транспортное дело России. — 2010. — № 6. — С. 139—143.
10. Соколов М.А. Возможности использования зарубежного опыта в российской практике слияний и поглощений. Вопросы экономических наук. — 2007. — № 5. — С. 199—201.
11. Соколов М.А. Организационно-экономическая модель управления стоимостью российских компаний в условиях проводимых процедур по слияниям и поглощениям. Проблемы экономики. — 2007. — № 5. — С. 27—31.
12. Соколов М.А. Аналитическая модель комплексной оценки эффективности интеграционных трансформаций организаций за счет слияний и поглощений. Транспортное дело России. — 2010. — № 6. — С. 139—143.

## СЕКЦИЯ 10.

### ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

#### МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОНТРОЛЛИНГА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

*Гвоздева Елена Александровна*

*старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»*

*Рубцовского индустриального института,*

*РФ, г. Рубцовск*

*E-mail: [gvozdeva19@mail.ru](mailto:gvozdeva19@mail.ru)*

#### METHODOLOGICAL APPROACH TO FEASIBILITY STUDY OF CONTROLLING IMPLEMENTATION AT A MACHINE BUILDER

*Elena Gvozdeva*

*senior lecturer of the Department of Finance and Credit,*

*Rubtsovsk Industrial Institute,*

*Russia, Rubtsovsk*

#### АННОТАЦИЯ

В статье представлен авторский подход к оценке целесообразности внедрения контроллинга на машиностроительном предприятии, дано описание основных принципов и этапов предлагаемого подхода.

#### ABSTRACT

In the article there is presented the author's approach to the feasibility study of controlling implementation at machine builders; the description of main principles and stages of the proposed approach is given.

**Ключевые слова:** контроллинг; концепция контроллинга; предприятия машиностроения.

**Keywords:** controlling; controlling concept; machine builders.

На современном этапе развития экономики машиностроительные предприятия оказались в совершенно новой конкурентной среде, которая требует адекватной реакции. Внедрение концепции контроллинга может существенно повысить эффективность функционирования предприятия. Однако, ее реализация потребует определенных временных и финансовых затрат, а кроме того, как и любое преобразование будет связано с риском. Поэтому на этапе принятия решения о построении контроллинга актуальной задачей становится оценка целесообразности принятия положительного решения. В экономической литературе достаточно подробно описаны этапы построения контроллинга на предприятии, но при этом вопрос оценки целесообразности его внедрения не освещен.

Предлагаемый подход к оценке целесообразности построения контроллинга основан на анализе внутренних факторов функционирования предприятия, определяющих необходимость построения контроллинга. В рамках данного подхода не рассматриваются внешние факторы функционирования предприятий, так как в рыночной экономике практически любое предприятие вынуждено действовать в условиях жесткой конкуренции и быстро меняющегося рыночного пространства. Данное обстоятельство однозначно говорит в пользу необходимости внедрения концепции контроллинга и не нуждается в дополнительном обосновании.

Анализ внутренних факторов функционирования предприятия, по сути, сводится к оценке эффективности существующей системы управления предприятием в сравнении с аналогичными ведущими предприятиями отрасли и целесообразности планирования в ближайшей перспективе изменений в системе управления. В свою очередь эффективность системы управления определяется, прежде всего, эффективностью достижения поставленных целей.

Предлагаемый подход основывается на следующих принципах:

- простота и практичность;
- принцип комплексности (всестороннее изучение объекта исследования);
- объективность;
- гибкость;
- вероятностный характер выводов.

Методический подход к оценке целесообразности внедрения концепции контроллинга на предприятии включает следующие этапы:

1. Оценка расчетных показателей.

Набор расчетных показателей определяется отраслевой принадлежностью предприятия. Исходя из того, что контроллинг концепция управления, направленная на достижение системы стратегических и оперативных целей развития предприятия, каждый блок расчетных показателей отражает прогресс в движении поставленных целей. Расчет осуществляется на основании данных бухгалтерской отчетности исследуемого предприятия. Расчетные показатели оценки целесообразности внедрения контроллинга представлены в таб. 2 (группы K1, K2, K3).

## 2. Оценка экспертных показателей.

На данном этапе рассчитываются показатели, характеризующие эффективность организации процесса управления, основанные на экспертных оценках (см. таб. 2). В качестве экспертов могут выступать сотрудники аппарата управления исследуемого предприятия, либо аналитик, применяющий данный методический подход. Обязательным требованием к эксперту является полное владение информацией об организации процесса управления и его эффективности. Объективность оценки считается выше, если в качестве экспертов выступают несколько сотрудников аппарата управления.

## 3. Интегральная оценка целесообразности внедрения контроллинга.

Заключительным этапом оценки является расчет интегрального показателя целесообразности внедрения контроллинга, который определяется по формуле:

$$K = \sum \omega_i * B_i \tag{1}$$

где:  $K$  — интегральный показатель целесообразности внедрения концепции контроллинга;

$\omega_i$  — весомость  $i$ -го показателя;

$B_i$  — баллы по  $i$ -му показателю.

4. Выбор оптимального решения из трех возможных альтернатив на базе интегрального критерия:

- внедрение концепции контроллинга, вероятно, необходимо (значение интегрального показателя больше 3,5);
- однозначного вывода о целесообразности внедрения контроллинга сделать нельзя (значение интегрального показателя в пределах от 1,6 до 3,4);



- внедрять концепцию контроллинга, вероятно, нет необходимости (значение интегрального показателя меньше 1,5).

Каждой группе показателей на основе метода экспертных оценок присвоены определенные коэффициенты весомости (см. таб. 2). Экспертная оценка осуществлялась в форме одного из методов экспертного опроса — анкетирования. В качестве экспертов выступили сотрудники аппарата управления машиностроительных предприятий г. Рубцовска. Экспертам было предложено проранжировать по значимости группы показателей эффективности производственной, финансовой, инвестиционной деятельности, а также показатели эффективности организации процесса управления. В рамках отдельной группы показателям присвоены одинаковые веса.

Особого внимания при разработке данного подхода заслуживает вопрос определения шкалы ранжирования показателей, в соответствии с которой значению каждого из них ( $K_{II}$ ) присваивается определенный балл — от 1 до 4.

В качестве критериев бальной оценки предлагается использовать средние значения показателей ведущих предприятий отрасли ( $\bar{\Pi}$ ) и среднеквадратические отклонения полученных показателей ( $\delta$ ). Границы шкалы оценки критериев целесообразности внедрения контроллинга представлены в таб. 1.

*Таблица 1.*

**Определение шкалы оценки показателей  
(критериев целесообразности)**

Критерий целесообразности	Значение ( $K_i$ )	Качественные оценки целесообразности			
		вероятно «нет»	скорее «нет», чем «да»	скорее «да», чем «нет»	вероятно «да»
Баллы по критерию ( $b_i$ )		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Показатель	$K_{II}$	$>(\bar{\Pi} + 2\delta)$	от $(\bar{\Pi} + \delta)$ до $(\bar{\Pi} + 2\delta)$	от $\bar{\Pi}$ до $(\bar{\Pi} + \delta)$	$< \bar{\Pi}$

Каждому показателю в соответствии с тем, в какой интервал попадает его значение, присваивается определенный балл. Таким образом, в качестве достижимых ориентиров развития предприятий выбраны средние значения показателей предприятий ведущих в отрасли.

Таблица 2.

## Интегральная оценка целесообразности внедрения контроллинга на машиностроительном предприятии

Критерий целесообразности	Вес ( $\omega_i$ )	Значение ( $\mathcal{K}_i$ )	Качественные оценки целесообразности			
			вероятно «нет»	скорее «нет», чем «да»	скорее «да», чем «нет»	вероятно «да»
Баллы по критерию ( $b_i$ )			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>К1. «Показатели эффективности производственной деятельности»</b>	<b>0,15</b>					
К1 а. Темпы роста реализованной продукции	0,03		>202	от 164 до 202	от 125 до 164	<125
К1 б. Затраты на рубль продукции	0,03		<0,81	от 0,81 до 0,93	от 0,93 до 1,05	>1,05
К1 с. Коэффициент износа	0,03		<0,4	от 0,4 до 0,54	от 0,54 до 0,69	>0,69
К1 d. Фондорентабельность	0,03		>117	от 85 до 117	от 54 до 85	<54
К1 е. Фондоотдача	0,03		>8,3	от 7,0 до 8,3	от 5,8 до 7,0	<5,8
<b>К2. «Показатели эффективности финансовой деятельности»</b>	<b>0,2</b>					
К2 а. Рентабельность реализованной продукции	0,04		>42	от 28 до 42	от 14 до 28	<14
К2 б. Рентабельность собственного капитала	0,04		>72	от 58 до 72	от 45 до 58	<45
К2 с. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,04		>0,2	от 0,1 до 0,2	от 0,05 до 0,1	<0,05
К2 d. Коэффициент текущей ликвидности	0,04		>1,45	от 1,4 до 1,45	от 1,37 до 1,45	<1,37
К2 е. Доля чистой прибыли в выручке	0,04		>21,7	от 15,1 до 21,7	от 8,5 до 15,1	<8,5

<b>К3. «Показатели эффективности инвестиционной деятельности»</b>	<b>0,15</b>					
К3 а. Доля нематериальных активов и долгосрочных финансовых вложений в активах, %	0,075		>0,009	от 0,007 до 0,009	от 0,005 до 0,007	<0,005
К3 б. Доля поступлений денежных средств по инвестиционной деятельности в общей сумме поступлений, % денежном потоке предприятия	0,075		>25,45	от 19,06 до 25,45	от 12,7 до 19,06	<12,7
<b>К4. «Показатели эффективности организации процесса управления»</b>	<b>0,5</b>					
К4 а. Коэффициент надежности	0,1		>60 %	от 50 до 60 %	от 40 до 50 %	<40 %
К4 б. Коэффициент гибкости	0,1		>60 %	от 50 до 60 %	от 40 до 50 %	<40 %
К4 с. Коэффициент дублирования	0,1		>60 %	от 50 до 60 %	от 40 до 50 %	<40 %
К4 д. Коэффициент эффективности использования информации	0,1		>60 %	от 50 до 60 %	от 40 до 50%	<40 %
К4 е. Коэффициент согласованности целей	0,1		>60 %	от 50 до 60 %	от 40 до 50 %	<40 %
<b>Интегральный показатель целесообразности (К)</b>	<b>1</b>	$\sum \omega_i * B_i$				

Представленный алгоритм определения шкалы оценки критериев целесообразности применим ко всем расчетным показателям, включенным в методику. Экспертным показателям баллы присваиваются на основе экспертных оценок в результате обработки анкетных данных.

Интегральная оценка целесообразности внедрения контроллинга на машиностроительном предприятии представлена в таб. 2.

Значения показателей групп К1, К2 и К3 в графе «Качественные оценки целесообразности» рассчитаны по данным предприятий, ведущих в отрасли машиностроения в Алтайском крае за последние годы: ОАО «Алтайвагон», ОАО «Барнаульский Вагоноремонтный завод», ОАО «РОТОР» [1, 2, 3]. Данные предприятия входят в десятку наиболее крупных предприятий машиностроительного сектора Алтайского края в рейтинге, составленном по данным Управления Алтайского края по промышленности и энергетике по критерию — объем выпуска продукции (по итогам 2012 г.).

Границы значений расчетных показателей периодически должны пересматриваться в зависимости от ситуации, складывающейся на рынке. Данная процедура не потребует значительных временных затрат, так как все показатели рассчитаны в Excel. Для их пересчета достаточно изменить исходные данные. Алгоритм предлагаемой методики оценки целесообразности внедрения контроллинга может быть применим и к предприятиям других отраслей. Однако в этом случае может меняться набор расчетных показателей и шкала оценок.

В заключении хотелось бы отметить, что данная методика позволяет получить лишь вероятностную оценку целесообразности планирования изменений в системе управления в ближайшей перспективе. Контроллинг, как концепция управления, направленная на достижение системы стратегических и оперативных целей предприятия, при этом может оказаться эффективным не только для предприятий, испытывающих определенные проблемы в управлении, но и для вполне успешно функционирующих компаний.

### **Список литературы:**

1. Бухгалтерская отчетность ОАО «Барнаульский Вагоноремонтный завод» // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.bvz.ru/shareholders\\_and\\_investors/bukhgalters](http://www.bvz.ru/shareholders_and_investors/bukhgalters) (дата обращения 25.02.2014).
2. Бухгалтерская отчетность ОАО «Алтайвагон» // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://altaivagon.ru/o\\_kompanii/informaciya\\_emitenta](http://altaivagon.ru/o_kompanii/informaciya_emitenta) (дата обращения 25.02.2014).
3. Бухгалтерская отчетность ОАО «РОТОР» // [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=13409> (дата обращения 25.02.2014).

## СЕКЦИЯ 11.

### ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

#### ПРЕДПОСЫЛКИ РЕОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

*Гайфуллин Рашит Рашитович*

*магистрант ТГНГУ,*

*РФ, г. Тюмень*

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

#### PREREQUISITES FOR TRANSPORT COMPANIES RESTRUCTURING IN OIL AND GAS INDUSTRY

*Rashit Gayfullin*

*master's Degree Student of Tyumen State Oil and Gas University,*

*Russia, Tyumen*

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены предпосылки реорганизации транспортных предприятий в нефтегазовой отрасли на примере крупных нефтегазовых компаний, приведены обобщающие выводы о реорганизационных преобразованиях транспортного обслуживания в современных условиях функционирования.

#### ABSTRACT

The article considers prerequisites for transport companies restructuring in oil and gas industry by the example of major oil and gas companies. There are presented generalizations about reorganization transformations of transport service under current conditions of functioning.

**Ключевые слова:** экономика; транспорт.

**Keywords:** economy, transport.

Нефтегазовая отрасль, как одна из стратегически важных для Российской Федерации, сегодня стоит перед серьезными вызовами: на фоне существенной изношенности основных фондов ухудшается ресурсная база и усложняются условия добычи. Для того чтобы остаться конкурентоспособными, компании сектора пересматривают стратегические ориентиры, внедряют новые технологические решения и эффективные системы управления. Среди приоритетных задач — удержание текущего уровня добычи углеводородов, повышение операционной эффективности сектора, развитие высоких переделов нефтепереработки и нефтехимии и увеличение объема экспорта продукции переработки с высокой добавленной стоимостью.

Развитие топливно-энергетического комплекса России во многом определяется работой трубопроводного транспорта. Доставка углеводородного сырья к потребителям и на нефтеперерабатывающие предприятия осуществляется преимущественно трубопроводным транспортом (100% газа и 87 % нефти). В нашей стране создана разветвленная сеть магистральных нефтепроводов протяженностью более 50 тыс. км и нефтепродуктопроводов, общая длина которых превышает 19 тыс. километров [1].

Тем не менее потребность в новых трубопроводах растет, Поэтому процесс разработки и реализация новых проектов в этом направлении не прекращается (табл. 1).

Для обеспечения растущей потребности в развитии сети магистральных нефтепроводов в период с 2012 по 2020 годы требуется строительство около 1500 км линейной части, строительство и реконструкция 43 НПС, строительство около 800 тыс. м<sup>3</sup> резервуарной емкости.

Инвестиционные затраты на развитие системы магистральных нефтепроводов составят до 356 млрд. руб. [4].

Источниками финансирования вышеуказанных инвестиционных проектов являются собственные тарифные средства компании ОАО «АК «Транснефть», средства нефтяных компаний по тарифным соглашениям в соответствии с методикой ФСТ (согласованный тариф), заемные средства, предоставляемые под гарантии оплаты нефтяными компаниями услуг ОАО «АК «Транснефть» вне зависимости от объема перекачки.

*Таблица 1.***Планируемые к реализации проекты развития нефтепроводного транспорта на период до 2020 года [4]**

№ п/п	Наименование проекта	Стоимость, млрд. руб. с НДС в ценах IV кв. 2011 года
	Увеличение добычи на новых месторождениях	215,2
1	Строительство ТС Заполярье-Пур-Пе (1—3 очереди строительства)	112,0
2	Расширение пропускной способности Пур-Пе-Самотлор	7,2
3	Н/п от новых месторождений Красноярского края до НПЗ Тайшет	80,0
4	Расширение пропускной способности МН Баку-Тихорецк	7,9
5	Расширение пропускной способности МН Уса-Ухта-Ярославль	8,1
	Увеличение объемов транспортировки на НПЗ и подача из нефтепроводов	140,6
	<b>Итого 2012—2020 годы</b>	<b>355,8</b>

В соответствие с ростом протяженности системы магистральных нефтепроводов и совершенствованием системы управления изменениям подлежит структура компании «Транснефть», которая будет меняться в сторону увеличения прямого участия ОАО «АК «Транснефть» в уставных капиталах предприятий.

Предполагается ликвидация перекрестного и распыленного владения. Владение пакетами акций/долей и корпоративное управление предприятиями системы ОАО «АК «Транснефть» централизовано в ОАО «АК «Транснефть» (Рис. 1).



**Рисунок 1. Совершенствование корпоративной структуры «Транснефть» на период до 2020 года [4]**

Кроме того, «Транснефть» готова поддержать создание международной ассоциации транспортировщиков нефти. По словам официального представителя «Транснефти» Игоря Демина, «ответственную организацию, скорее всего, можно назвать клубом нефтетранспортных компаний» [4].

Демин отметил, что новая организация, которая создается по инициативе компаний-операторов нефтепровода «Дружба» в рамках общественного объединения будет обсуждать вопросы тарифообразования, диагностики трубопроводов, а также сохранности нефти в трубопроводной системе.

Он отметил, что пока в число участников нового клуба могут войти транспортные компании Чехии (по инициативе которой создается организации), России, Польши и Венгрии, однако в дальнейшем к этой организации может присоединится Казахстан, который также поставляет нефть через территорию РФ в Европу, и, не исключено, что Китай, который заинтересован в участии в международных консультационных организациях.

География участников может расширяться и Европой с учетом трубопроводных систем, связанных с нефтепроводом «Дружба»,



принимая во внимание необходимость дискуссии среди компаний-транспортировщиков нефти.

Если совет директоров и акционеры российской транспортной компании примут положительное решение по вопросу участия компании в международной ассоциации транспортировщиков нефти, то «Транснефть» может войти в новый клуб летом 2014 года после собрания акционеров.

Необходимо отметить, что активность процессов реорганизации характерна для современного состояния нефтедобывающих предприятий. В настоящее время очень многие отечественные компании, применяя зарубежный опыт, осуществляют масштабную реорганизацию, выделяя обслуживающие подразделения из своего состава.

Характерная особенность транспортной отрасли, в том числе и трубопроводов, заключается в том, что транспортный процесс имеет определенные риски, особенно связанные с отрицательным влиянием транспортных средств, как на транспортируемую продукцию (потери и т. д.), так и на окружающую природную среду. Это придает важное значение принятию необходимых мер, ограничивающих негативное влияние транспорта на человека и окружающую среду, как в процессе строительства магистральных нефтегазопроводов, так и в процессе их эксплуатации. Необходимо создавать специализированные подразделения по ликвидации аварийных разливов нефти, которые оснащены самым современным природоохранным оборудованием [2, с. 16].

Таким образом, в современных условиях ограниченности ресурсов и жесткого регулирования государством естественных монополий приоритетная задача транспортного предприятия в нефтегазовой отрасли заключается в том, чтобы повысить внутреннюю производственную эффективность и рациональное использование ресурсов.

Однако разветвленная организационная структура, широкий спектр номенклатуры производств и подразделений, многообразные хозяйственные связи между ними, характерные для предприятий нефтегазовой отрасли, значительно усложняют управление затратами.

Чаще всего в мировой истории разделение бизнеса нефтегазовых компаний проходило по сценарию и под диктовку государства. Сегодняшняя российская ситуация не так однозначна. С одной стороны, о необходимости разделить оптовый и розничный бизнес уже давно говорят антимонопольщики. С другой — именно по такой схеме сегодня работает большинство ведущих компаний во всем мире. Во всем мире реализация топлива через АЗС, оптовые продажи,

транспортировка и хранение нефтепродуктов осуществляются самостоятельными предприятиями, а не одним юридическим лицом.

Например, реорганизация сбытового бизнеса «Газпром нефти» совпадает с инициативами ФАС, однако не ограничивается просто разделением опта и розницы. Появляется целый ряд новых компаний.

Инициатива в этом разделении целиком принадлежит компании, и первый шаг она сделала сама, разработав и в феврале 2013 года подписав с Федеральной антимонопольной службой (ФАС) «Правила торговой практики ОАО «Газпром нефть» в отношении реализации бензинов и дизельных топлив в Российской Федерации» [3].

Процесс транспортировки нефтепродуктов в Правилах не регламентирован, однако в результате реорганизации сбытовой системы «Газпром нефти» появилась еще одна новая компания — «Газпромнефть-Транспорт». Предприятие, зарегистрированное в Омске, будет предоставлять услуги по доставке нефтепродуктов автотранспортом с заводов и нефтебаз на АЗС сети «Газпромнефть», а также оптовым клиентам. «Газпромнефть-Транспорту» будут переданы все бензовозы, принадлежащие «Газпром нефти» в России. Ранее перевозками занималось внутреннее подразделение «Газпром нефти». Среди главных целей создания компании в «Газпром нефти» называют оптимизацию количества транспорта и снижение затрат на перевозки.

Поскольку за доставку нефтепродуктов на АЗС будет отвечать «Газпромнефть-Транспорт» и будет известна стоимость транспортировки, цепочка формирования цены на нефтепродукты станет более прозрачной.

Таким образом, решению задач, которые возникают перед предприятием в современных условиях функционирования, могут способствовать реорганизационные преобразования, нацеленные на обеспечение прозрачности учета затрат и совершенствование управления ими.

### **Список литературы:**

1. Нефтетранспортная территория / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.nefttrans.ru/>.
2. Нефть и газ Западной Сибири: материалы международной научно-технической конференции. Т. 5. Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. — 182 с.
3. ОАО «Газпром нефть» / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gazprom-neft.ru/>.
4. ОАО «АК «Транснефть» / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://transneft.ru/>.

# МЕСТНОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ

*Сментына Наталия Валентиновна*

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления  
национальным хозяйством  
Одесского государственного экономического университета,  
Украина, г. Одесса  
E-mail: [smentn@yandex.ru](mailto:smentn@yandex.ru)*

## LOCAL SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: MAIN APPROACHES AND TOOLS

*Nataliia Smentyna*

*candidate of Economics, Assistant Professor of the Department  
of national economy, Odessa National Economic University,  
Ukraine, Odessa*

### АННОТАЦИЯ

В работе исследуется категория местное социально-экономическое развитие как базис результативности и успешности макроэкономического развития в разрезе стратегического планирования. Использован системный метод — для теоретико-методологического обобщения научных концепций и разработок. Результатом исследования является обоснование необходимости планирования местного социально-экономического развития на принципах публичности и партнерства власти, бизнеса и общественности.

### ABSTRACT

The purpose of the article is to investigate the local socio-economic development as the basis of effectiveness and success of macroeconomic development in the context of strategic planning. The system method was used for theoretical and methodological generalization of scientific concepts and researches. The result of this study is substantiation the necessity of the planning of local socio-economic development on the principles of publicity and partnership between the government, business and community.

**Ключевые слова:** местное социально-экономическое развитие; административно-территориальная единица; социально-экономические системы мезоуровня; стратегическое планирование; партнерство.

**Keywords:** local socio-economic development; administrative unit; meso-level's socio-economic systems; strategic planning; partnership.

Государственному управлению социально-экономическими процессами в условиях современных глобализационных преобразований свойственна тенденция к применению методологии современного корпоративного менеджмента в публичном управлении, в соответствии с требованиями демократизации общества, повышения эффективности предоставления публичных услуг, и, вообще, изменения стиля отношений власти и общественности. Именно на этой методологической основе осуществляется переход «от традиционным бюрократических моделей администрирования к таким моделям, при которых система управления оценивается по ее способности лучше удовлетворять динамические потребности граждан как основных потребителей услуг» [8, с. 89] на пути достижения стратегической цели государственного менеджмента — увеличения благосостояния общества. При таких условиях, в процессе планирования перспективных изменений, следует отталкиваться именно от базовой единицы управления — территориальной общины, а именно, пытаться предсказать сначала местное развитие: ведь четкое понимание местных ограничений, конкурентных преимуществ социально-экономических систем мезоуровня в итоге позволит выработать удачную политику экономического и социального развития на макроуровне.

То, что социально-экономические системы мезоуровня являются движущей силой любой национальной системы, подтверждают и мировые глобализационные процессы и развитие международной экономики. Именно на территориальном уровне формируются первичные ресурсные и финансовые потоки, закладываются основы разделения труда и производственной кооперации, складываются стабильные связи и взаимозависимости различных видов воспроизводственных циклов и социально-экономических процессов, удовлетворяются ключевые потребности населения, осуществляется защита окружающей среды, а показатели территориального развития формируют сначала региональные показатели, а затем и макропоказатели. Таким образом, от результатов развития административно-территориальных единиц страны, как социально-экономических систем мезоуровня, зависит и развитие государства. Соответственно,

фундаментом экономического и социального развития на макроуровне является местное развитие, ведь именно это развитие, как справедливо отмечают ученые, «воспроизводит связи, на основе которых формируется внутренний национальный рынок и происходит формирование национальной экономики в целом» [6, с. 3].

Официальное определение категории «местное развитие» на законодательном уровне в Украине отсутствует. Исследуя проблему, ученые, в основном, оперируют зарубежными дефинициями. Приведем некоторые из них. Так, Всемирный банк подходит к местному экономическому развитию как процессу, в котором общественность, бизнес и партнеры правительственного сектора сотрудничают над формированием лучших условий экономического роста и повышением занятости с целью улучшения качества жизни населения [9]. В документах программы ООН по населенным пунктам (ООН Хабитат) под категорией подразумевается процесс сотрудничества местной предпринимательской инициативы для обеспечения жизнеспособности и устойчивости местной экономики. Это своего рода инструмент содействия созданию новых рабочих мест и улучшения качества жизни всех слоев населения» [10].

В практической управленческой деятельности органов государственной власти и управления преобладает то понимание категории, которое описывает плановые изменения, подпадающие под проекты международного сотрудничества. Так, например, в рамках реализации проекта международной технической помощи «Местное экономическое развитие городов Украины» (который внедряется в стране Федерацией канадских муниципалитетов), местное развитие рассматривается как процесс под руководством местных властей, органов местного самоуправления или определенного агентства, органа или организации, ассоциаций предприятий, организаций социальной сферы, финансовых учреждений и др., действующих от имени местной власти с целью обеспечения экономической состоятельности территориальной общины города, поселка, села ... » [2, с. 12]. Инициаторы проекта USAID: Локальные инвестиции и национальная конкурентоспособность, склоняются к пониманию категории как стратегического партнерства местной власти, бизнеса и общественности для привлечения инвестиций, ресурсов и создания новых рабочих мест [7, с. 84].

Сотрудники Национального института стратегических исследований определяют местное экономическое развитие как деятельность предприятий (субъектов хозяйствования) на территории региона,

органов местного самоуправления и других заинтересованных сторон, направленную на приумножение экономических ресурсов общества и получение положительного социально-экономического эффекта [6, с. 4]. На наш взгляд, такая дефиниция служит подтверждением научных дискуссий относительно того, что еще совсем недавно и, в достаточно большой степени, до сих пор, в Украине, как и в большинстве постсоветских стран, местное экономическое развитие почти отождествляется с региональным развитием. На самом деле эти категории не являются синонимами, хотя их и объединяет общая цель — развитие территорий для улучшения качества жизни населения и, как результат, экономический рост страны. Мы склонны к пониманию категории как сотрудничества местной власти, бизнеса и общественности на пути изменений к лучшему в пределах территориальных общин мезоуровня (районов, городов, поселков, сел), или их объединений (что в научной литературе воплощается в категориях «агломерации», «субрегионы»), иными словами, в рамках тех социально-экономических систем, которые отвечают номенклатуре территориальных единиц для статистики NUTS 2-5. Кроме того, на наш взгляд, руководствуясь тем, что категория «развитие» охватывает не только экономическую составляющую, но и социальную, значение и место которой в последнее время возрастает, лучше, оперировать словосочетанием «местное социально-экономическое развитие».

Объединяет взгляды ученых то, что местное развитие рассматривается как процесс укрепления конкурентных позиций территорий, активизации их экономического роста, повышения благосостояния и качества жизни населения на основе стратегического партнерства трех субъектов национальной экономики: власти, бизнеса и общественности. Основной его целью признается формирование экономического потенциала заселенной территории для улучшения экономического будущего и повышения уровня жизни ее жителей, а индикатором достижения основной, стратегической цели такого сотрудничества — рост благосостояния населения.

Ведущая роль в отношении направленности местного социально-экономического развития, в определении его целей и задач, на наш взгляд, принадлежит местным органам власти (органам местного самоуправления), как коллективным представителям интересов территориальной общины. Именно на них Законом Украины «О местном самоуправлении в Украине» возложена обязанность обеспечения сбалансированного развития социально-экономических систем мезоуровня, эффективного использования природных, трудовых, финансовых ресурсов.

Мировая практика вкладывает в категорию местное социально-экономическое развитие довольно сложный комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание, совершенствование или реформирование системы социально-экономических отношений с целью обеспечения устойчивого развития определенной административно-территориальной единицы. Ключевыми его инструментами признаются: стратегическое планирование, поощрение частных инвестиций, формирование достаточных местных бюджетов, рациональное муниципальное управление, использование финансовых и нефинансовых инструментов развития частного сектора, маркетинг территории, поддержка бизнеса и создание благоприятного бизнес климата, поддержка негосударственных организаций и агентств экономического развития и др. [4, с. 7]. Главный же акцент в процессе реализации местного социально-экономического развития должен быть направлен на повышение привлекательности социально-экономических систем (удачное или, вернее, удобное для бизнеса и жителей территории расположение объектов инфраструктуры, обеспечение безопасности и т. п.), что, в конечном итоге, способствует привлечению дополнительных ресурсов. Стратегическое планирование, в силу этого, признается исходным инструментом местного социально-экономического развития. Причем оно должно осуществляться по принципу равномерного развития, согласно которому, удовлетворение потребностей нынешнего поколения ни в коем случае не должно ухудшать условия развития будущих поколений. Иными словами подразумевается такое развитие, которое обеспечивает передачу в наследство потомкам всех компонентов окружающей среды в состоянии не худшем, чем то, которое существует сегодня.

Зарубежный (и, в первую очередь, европейский) опыт стратегического планирования показывает, что стратегии экономического и социального развития территорий могут формироваться одним из подходов: руководством территории (представителями власти), усилиями внешних консультантов, а также по результатам опроса жителей. Однако наиболее оптимальным является их сочетание, то есть разработка стратегий на принципах публичности, диалога и согласования интересов всех субъектов национальной экономики, которые заинтересованы в результатах стратегического планирования, а такими является власть, бизнес и общественность.

Руководящим органам стратегия необходима как своего рода демонстрация обществу того, что власть знает, как решить существующие проблемы, к каким действиям и каким образом следует прибегать, для достижения главной цели управления — повышения

качества жизни населения. Однако, администрация административно-территориальной единицы, как основной заказчик стратегии, в современных условиях менеджмента, не может ограничиться взаимодействием только с профильными министерствами и ведомствами, естественными монополиями и крупным бизнесом. Разработка стратегии в условиях демократизации общества видится не как кабинетный процесс, а именно как «коммуникативный процесс, в который должны быть вовлечены все субъекты, имеющие желание и готовые отстаивать и обсуждать собственную позицию по поводу стратегического развития социально-экономической системы» [3, с. 41]. Такими стратегическими субъектами планирования или «стейкхолдерами» (от англ. слова stakeholders) развития территорий мезоуровня кроме власти является бизнес-общество, в том числе и инвесторы, и гражданское общество. Российский исследователь В. Полтерович отдельно выделяет еще и науку [5], в то время как многими исследователями представители научных кругов вместе с населением социально-экономических систем и общественными организациями относится к такому субъекту стратегического планирования как общественность.

Для бизнеса важность стратегии объясняется тем, что четко обозначенные цели и ориентиры развития территории позволяют предпринимательским структурам увидеть перспективы экономики, перспективы развития и государственной поддержки отраслей, и, с учетом тех подходов и целей, которые декларируют в плановых документах местные власти, строить свои планы на будущее. Общественность, в том числе и население соответствующей административно-территориальной единицы, на основании стратегии получает представление о том, что ожидает ее с позиции условий жизни в отдаленной перспективе.

В стратегическом развитии территорий стран запада достаточно широко применяется подход, когда местная власть строит свои действия исключительно на пожеланиях общественности. Именно оттуда приходит понимание того, что когда жители территориальной общины чувствуют, что они принимают реальное участие в развитии родного села, города, района, области, страны, и ощущают, что их мнение необходимо и важно для руководящих структур, срабатывает эффект «привыкания людей к тому будущему, которое они сами же планируют» [1, с. 92].

С учетом этого, стратегия развития социально-экономических систем должна прорабатываться только в многостороннем и конструктивном диалоге власти, бизнеса и общественности. То есть, три



субъекта национальной экономики должны вместе, путем консенсуса, создавать общую стратегию экономического и социального развития административно-территориальных единиц как совокупность стратегических целей, объединенных в программу действий на основе выявленных внутренних преимуществ и недостатков, имеющихся ресурсов, возможностей и угроз внешней среды. Подход, в соответствии с которым к планированию местного социально-экономического развития, следует подходить именно на принципах публичности, диалога и согласования интересов заинтересованных сторон, по мнению В. Полтеровича, должен лечь в основу модернизации экономики страны, ведь, согласно взглядам ученого, «... надеяться на один только рынок бессмысленно, а ломать бизнес бесполезно и неэффективно» [5].

На основании обобщения сказанного выше, следует констатировать, что стратегическое планирование должно основываться на балансе интересов: власти, бизнеса и общественности. Органы государственной власти и управления, в силу современных изменений в менеджменте, чувствуют и понимают невозможность стандартного подхода к планированию, и все больше осознают свою ответственность за принятие решений, по развитию подчиненных им территориальных общин. Территориальная община же ожидает от руководящих органов взвешенных шагов, повышения качества жизни и выражает желание участвовать в управлении социально-экономической системой. Использование для этого такого управленческого инструмента как стратегическое планирование, позволяет с учетом индивидуальных особенностей территории, совместить ожидания общества и практический опыт специалистов управленческих структур в последовательную схему действий по развитию территориальных громад.

Украина, руководствуясь зарубежным опытом, пребывает в самом начале перехода на новый стиль планирования, при котором смещаются акценты от отечественного опыта властно-административной разработки планов социально-экономического развития к распространенной в мире практике применения интерактивных технологий привлечения к разработке стратегий широкого круга общественности. Впервые в стране только в 2006 году в рамках реализации проекта «Украина-Канада: «Региональное управление и развитие» на уровне региона была предпринята попытка организации демократического процесса участия общественности в разработке и реализации эффективной региональной политики. Запорожская и Закарпатская области стали пилотными в Украине

по разработке Стратегических планов развития областей с учетом мирового опыта привлечения общественности. В последующем такая идея нашла свое воплощение на уровне ряда других социально-экономических систем мезоуровня (при разработке стратегий экономического и социального развития городов и районов отдельных регионов).

В заключение, хотелось бы отметить, что следуя принципу целостности стратегического планирования на пути выявления перспектив развития социально-экономических систем, сотрудничество власти, бизнеса и общественности должно стать общепринятой практикой разработки стратегий экономического и социального развития территорий по принципу «снизу-вверх». То есть, отталкиваясь от перспектив местного экономического развития всех без исключения территорий мезоуровня, в стране должна разрабатываться общерегиональная стратегия, которая в последующем служит основой стратегии экономического и социального развития макроуровня.

### **Список литературы:**

1. Джерела та механізми фінансування місцевого економічного розвитку: навчальний посібник / [В. Мамонова, Н. Балдич, Н. Гринчук та ін.]. К.: Центр громадської експертизи, Проект «Місцевий економічний розвиток міст України», 2013. — 176 с.
2. Еволюція місцевого економічного розвитку в Канаді — аналіз концепція, практичні рішення та кращі практики: [Проект «Місцевий економічний розвиток міст України (ПРОЕКТ МЕРМ)» ]. 2012. — 50 с.
3. Марача В.Г. Региональное стратегическое планирование: основные подходы и условия реализации / В.Г. Марача // Проблемы теории и практики управления. — 2008. — № 11. — С. 35—42.
4. Мід М. Значення місцевого економічного розвитку для територіальних громад / Маргарет Мід // Місцевий економічний розвиток: основи та перспективи розвитку в Україні: матеріали VII Українського муніципального форуму від 1 липня 2011 року, м. Іллічівськ. — 24 с.
5. Полтерович В.М. Региональные институты модернизации // Экономическая наука современной России. — 2011. — № 4. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://www.cemi.rssi.ru/scr>.
6. Стимулювання економічного зростання на місцевому рівні: аналітична доповідь / [С.О. Біла, О.В. Шевченко, М.О. Кушнір, В.І. Жук та ін.]; під ред. С.О. Білої. К.: НІСД, 2013. — 54 с.
7. Територіальний розвиток в Україні: розвиток агломерацій та субрегіонів: [Проект USAID: Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність]. К, 2012. — 183 с.

8. Черкашина К.В. Місцеве самоврядування як засіб забезпечення сталого розвитку територій / К.В. Черкашина // Сталий розвиток територій: проблеми та шляхи вирішення: матеріали II міжнар. наук. практ. конф., 1 жовт. 2011 р. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2011. — С. 88—90.
9. Local Economic Development. Primer A. Developing and Implementing Local Economic Development Strategies and Action Plans / World Bank. Washington, D.C., 2003.
10. Trousdale, William. Strategic Planning for Local Economic Development. The Manual. Volume I: Concepts & Process / UNHabitat and Ecoplan International Inc., 2003.

## СЕКЦИЯ 12.

### УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

#### УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КИЭРГЭ»)

***Егорова Майя Александровна***

*студент группы УП-09 Финансово-экономического института  
Северо-Восточного Федерального университета им. М.К. Аммосова,  
РФ, г. Якутск*

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

***Борисова Ульяна Семеновна***

*д-р социол. наук, профессор кафедры социологии и управления  
персоналом Северо-Восточного федерального университета,  
РФ, г. Якутск*

*E-mail: [ulsem2012@mail.ru](mailto:ulsem2012@mail.ru)*

#### THE HUMAN CAPITAL IN SYSTEM OF COMPETITIVE ADVANTAGES AND SHORTCOMINGS OF THE MODERN ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF KIERGE

***Egorova Mayia***

*student of group UE-09 Financial and economic Institute  
of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov,  
Russia, Yakutsk*

***Borisova Ul'yana Semenovna***

*doctor of sociological Sciences Professor, Department of sociology  
and personnel management of Financial and economic  
Institute of the North-Eastern Federal University,  
Russia, Yakutsk*

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются результаты изучения кадрового потенциала фирмы и отслеживание того, как его качество влияет на конкурентоспособность предприятия. Были указаны причины конкурентоспособных преимуществ, определяемые качеством кадрового потенциала компании, и выявлены возможные угрозы потери этих преимуществ в связи с недостаточностью кадровой работы.

## ABSTRACT

This article discusses the results of a study of personnel potential of the company and tracking how it affects the quality of the company's competitiveness. Were the reasons for the competitive advantage that determines the quality of human resource capacity, and identifies possible threats, the loss of these benefits due to insufficient personnel work.

**Ключевые слова:** кадровый потенциал; текучесть кадров; конкурентоспособность.

**Keywords:** staffing; turnover; competitiveness.

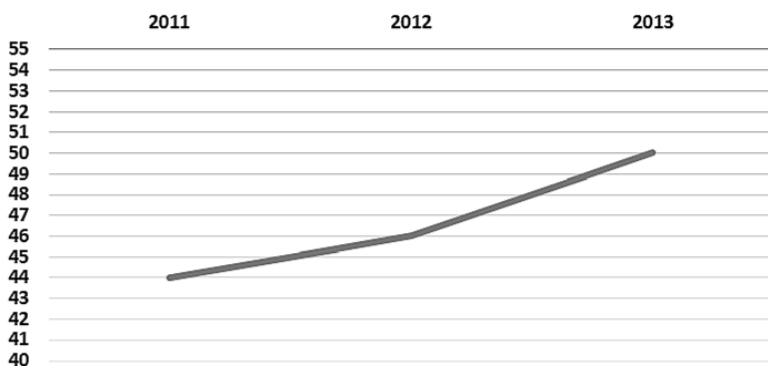
В современном мире на смену управлению персоналом пришла концепция управления человеческими ресурсами. Именно человек как работник и трудовой человеческий коллектив являются главной ценностью хозяйствующего субъекта [3]. Поэтому под кадровым потенциалом организации понимается «вся совокупность имеющихся у организации наёмных работников, обладающих профессиональными компетенциями, физиологическими и личностными качествами, полезными для работодателя и нуждающимися в непрерывном развитии» [1].

Ювелирная фирма «Киэргэ» («Украшение») была создана 22 июля 1993 года. В 2011 году была признана лучшим ювелирным магазином России в номинации «ТОП 100». Это единственная фирма на территории России, которая предоставляет все виды ювелирных услуг:

- производство ювелирных изделий из золота, серебра и других драгоценных металлов с использованием драгоценных и полудрагоценных камней;
- выполнение индивидуальных заказов населения на изготовление ювелирных украшений;
- оказание услуг населению по ремонту и чистке ювелирных и других бытовых изделий, художественной, компьютерной, лазерной и ручной гравировке, вставке драгоценных камней;

- изготовление предметов художественно-прикладного искусства и народных промыслов;
- оптовая и розничная торговля ювелирными изделиями, а также реализация готовых изделий собственного производства;
- ломбард и скупка драгоценностей [2].

В ООО «Киэргэ» количественный состав за последние три года изменился незначительно и колеблется от сорока до пятидесяти человек.



*Рисунок 1. Численность работников в ООО «Киэргэ»*

При оценке социально-психологического климата организации с помощью анкетного опроса за основные показатели мы взяли следующие: удовлетворенность работников организации характером и содержанием труда, взаимоотношениями с коллегами по работе и менеджерами, стилем руководства фирмой, уровнем конфликтности отношений, профессиональной подготовкой персонала. Проанализировав, были выявлены основные причины возникновения конфликтных ситуаций: конфликтная личность в коллективе — ответили 8,5 %, распределение функциональных обязанностей — 4,5 %.

Оценка морально-психологической атмосферы в трудовом коллективе включала оценку респондентами частоты возникновения конфликтных ситуаций в коллективе и причин их возникновения. В большинстве случаев конфликты в фирме случаются из-за неудовлетворенности заработной платой, незаинтересованности работников в доходе фирмы, не учитываются личностные и профессиональные компетенции, недостаточна психологическая поддержка персонала,

социально-экономическая поддержка персонала ведётся бессистемно, что чревато увеличением долгосрочных кадровых проблем.

Конкурентные преимущества предприятия, определённые качеством её кадрового потенциала, — высокий образовательный уровень сотрудников, удовлетворённость подавляющего большинства персонала работой, социальная работа, проводимая руководством фирмы.

Неоспоримым преимуществом являются повышенные требования к качеству обслуживания продавцами-консультантами, работающими в фирменном салоне.

К недостаткам можно отнести то, что в фирме не учитываются личностные и профессиональные компетенции при подборе кадров, не разработана модель компетенций, отсутствует зависимость заработной платы от результатов деятельности, неидеальные дополнительные денежные выплаты, недостаточно психологическая поддержка персонала. Лояльность сотрудников к фирме нестабильна.

Наличие выявленных проблем связано с тем, что на предприятии нет службы персонала или хотя бы специалиста по кадрам. Данная ситуация сложилась в ходе развития предприятия, с самого начала его деятельности. Поэтому для улучшения конкурентных позиций ООО «Киэргэ» путём улучшения качества человеческого капитала мы предлагаем не совершенствовать существующую кадровую политику, а создать новую, отвечающую требованиям современного HR-менеджмента.

Мы предлагаем начать отбор кандидатов на трудоустройство с разработки модели компетенций. Это описание компетенций, необходимых для замещения рабочего места, которое должно учитывать все компетенции — как профессиональные, так и личностные.

Ориентация должна идти на молодых специалистов и/или рекомендованных доверенными лицами. На данный момент в «Киэргэ» достаточно сформировавшихся в профессиональном плане работников, что позволяет безболезненно провести найм молодых специалистов, не имеющих опыта работы, и приставить к ним наставников. Это позволит провести быструю адаптацию, воспитать новых сотрудников в нужном компании корпоративном духе.

Для усиления конкурентных позиций путём улучшения качества кадрового потенциала компании необходимо пересмотреть мотивацию персонала, подход к основной оплате труда и системе премирования.

Для повышения качества персонала за счёт повышения компетентности нужно создать профессиональный стандарт должности с параметрами, необходимыми для конкретного рабочего

места, обязательными и желательными компетенциями. В ней должны быть учтены все особенности категории, включая здоровье и место проживания.

В ООО «Киэргэ» не совсем рационально используется основная форма оплаты труда. Для её оптимизации нужно использовать механизм, основанный на условно-постоянной доплате. Новая система премирования позволит вовлечь персонал в процесс разделения прибылей и убытков как соучастников компании. Она создаст у сотрудников дополнительную заинтересованность в улучшении трудовой деятельности и повышении конкурентоспособности фирмы.

### **Список литературы:**

1. Вотякова И. Оценка эффективности инвестиций в кадровый потенциал при формировании стратегии инновационного развития кадрового потенциала организации: И. Вотякова, В. Брендаков // Управление персоналом. 2008. № 16.
2. «Киэргэ», дарующее красоту и радость // Журфикс. 2013. Август-сентябрь.
3. Лившиц Д. Работодатель не выбирает между хорошим и очень хорошим специалистом. Д. Лившиц // Управление персоналом. 2013. № 18.
4. Мясоедова Т.Г. Кадровый потенциал и конкурентоспособность предприятия / Т.Г. Мясоедова // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 3.
5. Никитина Е.А. Вознаграждение и мотивация: точка зрения. / Е. Никитина // Управление персоналом. 2012. № 22.
6. Тугускина Г.Н. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал предприятий / Г.Н. Тугускина // Управление персоналом. 2009. № 17.



## **ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**

***Соловьева Мария Николаевна***

*студент группы УП-09 Финансово-экономического института  
Северо-Восточного Федерального университета им. М.К. Аммосова,  
РФ, г. Якутск  
E-mail: [Soloveva\\_mariya91@mail.ru](mailto:Soloveva_mariya91@mail.ru)*

***Борисова Ульяна Семеновна***

*д-р социол. наук профессор кафедры социологии и управления  
персоналом Северо-Восточного Федерального университета,  
РФ, г. Якутск  
E-mail: [ulsem2012@mail.ru](mailto:ulsem2012@mail.ru)*

## **PRACTICES OF STAFF IN THE TECHNOLOGY OF MUNICIPAL SERVICES**

***Maria Solovieva***

*student of group UE-09 Financial and economic Institute  
of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov,  
Russia, Yakutsk*

***Borisova Ul'iana Semenovna***

*doctor of sociological Sciences, professor,  
Department of sociology and personnel management  
of Financial and economic Institute of the North-Eastern Federal University,  
Russia, Yakutsk*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматриваются результаты исследования по практике применения современных кадровых технологий в работе с персоналом в муниципальных образованиях. Подчеркивается, что кадровая ситуация в муниципальных образованиях региона в основном позитивная, однако не исключает наличие проблем.

## ABSTRACT

The article discusses the results of a study on the practice of modern human technology in Human Resources in the municipalities. Emphasizes that the staffing situation of the municipalities in the region are mainly positive, but does not exclude the existence of problems.

**Ключевые слова:** кадровые технологии; муниципальные образования; муниципальные служащие.

**Keywords:** personnel technologies; municipalities; municipal employees.

Кадровые технологии постепенно входят в практику деятельности муниципальных образований, но органы местного самоуправления не обладают достаточным опытом применения подобных технологий.

Кадровые технологии — это сложный комплекс форм, средств и методов воздействия на персонал организации в целях достижения нужных для организации результатов. Они способствуют рационализации отбора, подбора и оценки кадров. Их грамотное использование повышает управляемость организации, эффективность ее деятельности. Но, несмотря на это до настоящего времени остаются недостаточно исследованными многие аспекты разработки и внедрения современных кадровых технологий в системе муниципальной службы.

Кобяйский муниципальный район — муниципальное образование, состоящее из одного городского и одиннадцати сельских поселений, объединенных общей территорией.

Кобяйский улус образован 20 апреля 1937 года. В улусе 12 наслегов, 23 населенных пунктов, из них жилых населенных пунктов 19. Население улуса по состоянию на 01.01.2011 года составляет 13,6 тыс. человек, из них в улусном центре п. Сангар проживают 4,4 тыс. человек, в селах 9,2 тыс. человек.

На 01.01.2014 г. в улусе работает 84 муниципальных служащих и лиц, замещающих муниципальные должности (главы муниципальных образований), из них 59 служащих работают в муниципальных образованиях поселений. Средний возраст муниципальных служащих в улусе составляет 39 лет, а по стажу преобладают работники со стажем от 5—10 лет, где 85 % муниципальных служащих работают в сельских поселениях.

Структура органов управления районной администрацией обеспечивает стратегическое и оперативное управление муниципальным районом. Кадровая политика муниципального района основана

на Концепции государственной кадровой политики РС (Я). Кадровую политику в администрации муниципального района осуществляет служба управления персоналом, основными направлениями деятельности которой является конкурсный подбор, отбор и расстановка кадров, обеспечение подготовки резерва кадров на руководящие должности муниципальной службы и проведение деловой оценки муниципальных служащих.

Масштаб и результативность использования кадровых технологий в муниципальном управлении в значительной степени зависит от общего состояния кадровой работы, уровень организации которой различается в отдельных муниципальных образованиях.

Проведенное нами исследование позволило оценить состояние системы работы с кадрами в муниципальном образовании «Кобякский улус (район)» РС(Я). Приняли участие муниципальные служащие 13 муниципальных образований Кобякского улуса, в том числе служащие 12 сельских поселений.

Оценивая состояние системы работы с кадрами в органах местного самоуправления в целом по пятибалльной шкале, 30,76 % опрошенных ставят оценку 5; 38,46 % — 4; 23,08 % — 3; 7,7 % — 2. Это говорит о том, что есть значительный потенциал для совершенствования системы работы с кадрами в органах местного самоуправления, что, в свою очередь, требует эффективного применения кадровых технологий.

Также было предложено оценить кадровую ситуацию в своем муниципальном образовании в сравнении с другими по шкале: «более благоприятная»; «в целом такая же»; «в отдельных случаях более, в других менее благоприятная». 23,07 % опрошенных оценили как более благоприятная, 69,23 % — утверждают, что в целом такая же, как и в других муниципальных образованиях и только 7,7 % считают менее благоприятной. Из этого видно, что муниципальные образования особо не стремятся и не знают, как улучшить свою кадровую ситуацию.

Мы проанализировали кадровые технологии, которые используются в улусе при работе с персоналом. В большинстве муниципальных образований применяют «постоянно» аттестацию кадров, квалификационный экзамен и регламентацию деятельности. «Время от времени» используют технологию профессионально-квалификационного развития муниципальных служащих, т. е. подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров. И во многих муниципальных образованиях не применяются технологии управления карьерой и ротация персонала (см. табл. 1.).

**Таблица 1.**

**Применяемость кадровых технологий в муниципальной службе**

№	Кадровые технологии	постоянно	Время от времени	Не используются
1.	Технология аттестации персонала	76,92 %	23,08 %	—
2.	Технология отбора персонала	30,77 %	23,08 %	46,15 %
3.	Конкурсная технология замещение вакантных должностей муниципальной службы	61,54 %	30,77 %	7,69 %
4.	Технология подбора персонала	23,08 %	46,15 %	30,77 %
5.	Технология ротации персонала	15,38 %	30,77 %	53,85 %
6.	Технология управления карьерой персонала	15,38 %	23,08 %	61,54 %
7.	Профессионально-квалификационное развитие	30,77 %	69,23 %	—
8.	Формирование и использование кадрового резерва	69,23 %	30,77 %	—
9.	Квалификационный экзамен (присвоение классного чина)	84,61 %	15,39 %	—
10.	Мотивация и стимулирование на основе оценки результатов деятельности	—	84,61 %	15,39 %
11.	Регламентация деятельности (использование регламентов)	76,92 %	23,08 %	—

Не применение некоторых кадровых технологий, прежде всего, связано с предельной численностью работников органов местного самоуправления, так как в опросе участвовали сельские поселения. Вторую причину не использования столь важных технологий как подготовка кадров, повышение квалификации можно объяснить нехваткой финансовых средств. И третья причина — это нехватка знания, опыта служащих.

Таким образом, в муниципальных образованиях Кобяйского улуса накоплен определенный опыт применения кадровых технологий. Наиболее используемыми кадровыми технологиями в Кобяйском улусе являются: технология аттестации персонала; конкурсная

технология замещение вакантных должностей муниципальной службы; формирование и использование кадрового резерва; квалификационный экзамен (присвоение классного чина); регламентация деятельности (использование регламентов); профессионально-квалификационное развитие.

Для улучшения кадровой работы с муниципальными служащими, нужно автоматизировать кадровые процессы и кадровые технологии, чтобы своевременно выработать и принять необходимые управленческие решения при работе с персоналом; обучить сотрудников, организовать обмен опытом с другими муниципальными служащими; мотивировать к эффективной работе, за счет стимулирования на основе оценки результатов; усовершенствовать работу службы управления персоналом (отбор, подбор, расстановка кадров, управление карьерой, ротация персонала). Например, в государственной и муниципальной службе многих промышленно развитых стран Европы, а также США и Японии практика управления карьерой имеет правовую основу и отлаженный механизм продвижения по службе зарекомендовавших себя специалистов, руководители всех уровней, а также специалисты кадровых служб обязаны владеть практикой управления карьерой своих подчиненных.

Таким образом, анализ практики использования кадровых технологий в МО «Кобяйский улус (район)» показывает, что в целом она может быть охарактеризована как позитивная, что, однако, не означает отказ от идеи ее дальнейшего и постоянного совершенствования.

### **Список литературы:**

1. Астахов Ю.В. Современные кадровые технологии: от теории к муниципальной практике: монография. Белгород, 2010. — С. 53.
2. Богатырева И.В. О некоторых аспектах кадрового обеспечения муниципальной службы региона: социологический анализ // Научные ведомости БелГУ. — № 2 (57). — 2009. — С. 95.
3. Борисова У.С., Борисов К.А., Сосина И.А. Местное самоуправление как инструмент социального развития гражданского общества (на материалах Республики Саха (Якутия) // Социальная политика и социальное партнерство. — 2011. — № 10. — С. 37—45.

## **СЕКЦИЯ 13.**

### **УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ**

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

***Туянина Ксения Геннадьевна***

*магистр, факультет Экономики, Национальный Исследовательский  
Университет Высшая Школа Экономики,  
РФ, г. Санкт-Петербург  
E-mail: [kseniya.tuyanina@gmail.com](mailto:kseniya.tuyanina@gmail.com)*

***Арнаут Станислав Николаевич***

*магистр, факультет Экономики, Национальный Исследовательский  
Университет Высшая Школа Экономики,  
РФ, г. Санкт-Петербург  
E-mail: [iyahyn@gmail.com](mailto:iyahyn@gmail.com)*

#### **RESEARCH OF INNOVATIVE PROJECTS FUNDING SOURCES**

***Ksenia Tuyanina***

*master, Faculty of Economics,  
National Research University Higher School of Economics,  
Russia, Saint Petersburg*

***Stanislav Arnaut***

*master, Faculty of Economics,  
National Research University Higher School of Economics,  
Russia, Saint Petersburg*

## АННОТАЦИЯ

В данной статье мы анализируем внешние и внутренние источники финансирования инновационных проектов. Затем мы выбрали самые подходящие источники финансирования — банковское кредитование и самофинансирование. Проведя их сравнительный анализ, мы сделали вывод, что банковское кредитование выступает наиболее эффективным источником финансирования при отсутствии у компании возможности самофинансирования.

### ABSTRACT

In this paper we analyze the internal and external sources of funding for innovative projects. Then we chose the most suitable sources of funding — bank credit and self-funding. Their comparative analysis showed that bank credit serves the most effective source of funding if company has no possibility of self-funding.

**Ключевые слова:** источники финансирования; инновационный проект.

**Keywords:** funding sources; innovative project.

В существующей ситуации быстрого развития научно-технического прогресса реализация инновационных проектов является неотъемлемой частью развития и дальнейшего успеха компании. И чтобы успевать за быстрым темпом развития и не стать в будущем компанией, выпускающей устаревшие продукты или услуги, необходимо уделить большое внимание разработке и внедрению инноваций.

Однако реализация инновационного проекта предполагает не только наличие хорошей идеи и плана ее внедрения, но также и прогнозирования и расчета экономической эффективности проекта, поиска источника его финансирования. Зачастую компании не располагают собственными средствами для внедрения инноваций, особенно если проект крупномасштабный и требует больших ресурсов. В этом случае приходится привлекать сторонние источники финансирования.

Мы исследуем основные внешние источники финансирования и выделим наиболее эффективные из них в случае финансирования инновационных проектов.

### **Методы финансирования проекта.**

Методы финансирования инновационного проекта выступают как способы привлечения инвестиций для финансового обеспечения проекта.

Разделяем следующие формы финансирования проектов:

- *собственные средства* — реинвестируемая прибыль предприятия, в т. ч. прибыль от реализации предприятием нематериальных активов, амортизационные отчисления, страховое возмещение убытков.

- *внешние средства* — коммерческие, банковские и бюджетные кредиты, безвозмездные пожертвования, взносы, ценные бумаги.

Внешние источники финансирования, в свою очередь, делятся на несколько основных источников финансирования инвестиционных, а в частности инновационных проектов.

**Государственное финансирование.** Финансирование проектов приоритетного для государства значения осуществляется из специализированных фондов средств государственного бюджета.

По государственной инновационной политике РФ выделяются приоритетные отрасли, для которых возможно получить финансирование для инновационного проекта. Согласно статье В.В. Веселовского «Особенности государственного финансирования инновационных проектов в России», претендовать на финансирование могут инновационные проекты, удовлетворяющие требованиям:

- проект направлен на развитие перспективных отраслей экономики, компания должна покрывать не менее 20 % суммы финансирования;

- срок окупаемости проекта обычно не должен превышать 24 месяцев;

- проект имеет положительное заключение государственной ведомственной экологической экспертизы или независимой экспертизы;

- проект реализуется за счет финансовых средств, подлежащим возврату (возможно путем передачи части акций государству).

Мы не будем сравнивать данный источник финансирования с другими, поскольку возможность финансирования государством зависит от реализуемых государством программ и от успешности проекта в конкурсе.

**Финансовый лизинг.** Данная форма финансирования является долгосрочным кредитом, предоставляемый в следующем виде: лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество и передать его лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение.

После выплаты полной суммы по договору и по завершению действия договора, предмет лизинга, как правило, переходит



в собственность лизингополучателю. Такой источник финансирования помогает в решении проблем приобретения дорогостоящего оборудования. Однако в общем случае его мы не рассматриваем, поскольку внедрение инновационных проектов не всегда требует покупку нового оборудования. Ярким примером являются различные интернет проекты.

**Форфейтинг.** Данная форма финансирования предполагает трансформацию коммерческого в банковский кредит: покупатель, не имеющий (в данный момент) нужный объем денежных средств, выписывает продавцу векселя на стоимость предмета форфейтинга и процентов по нему. Такой вид финансирования обычно не применяется при больших объемах привлекаемых денежных средств.

**Акционерное финансирование.** В данном случае осуществляется заем денежных средств на неопределенное время у покупателя. Предприятие получает средства для реализации инновационного проекта, размещая акции среди инвесторов, с помощью эмиссии ценных бумаг долговые обязательства заменяют на инвестиционный кредит. Возможность финансирования такого финансирования зависит от наличия покупателей акций.

**Венчурное финансирование.** Осуществляется фондами риска-капитала без права изъятия, предоставляющими денежные средства с нулевой процентной ставкой и без гарантий возврата этих средств. Венчурные инвесторы несут большой риск, однако в случае экономически эффективной реализации проекта, они получают высокую прибыль. Согласно статистике, в 15 % проектов полностью не оправдывают прогнозы, в 25 % — инвесторы несут убытки, в 30 % — небольшие прибыли, в 30 % — высокие прибыли. Венчурные инвесторы снижают риски путем тщательного отбора инновационных проектов, тем самым для создателей проекта велика вероятность не получить венчурного финансирования.

**Банковские кредиты.** Коммерческие банки осуществляют финансирование инновационных проектов при условии, что их срок окупаемости меньше срока реализации, и имеются источники возврата инвестируемых финансовых средств, которые обеспечат прирост выделяемого капитала.

При этом банковский кредит предоставляется на определенный период времени, с определенной процентной ставкой, она зависит от срока займа, финансовых характеристик заемщика и величины риска. В связи с чем процентная ставка по займу на реализацию инновационного проекта, который несет высокие риски, также высока.

### **Сравнение источников финансирования, наиболее подходящих для инновационного проекта.**

Использование банковских кредитов для финансирования инновационных проектов объясняется наличием гибкой схемы финансирования, уменьшением налогооблагаемой прибыли с помощью отнесения процентных выплат в затраты, включаемые в себестоимость, наличие эффекта финансового рычага, что позволяет увеличить рентабельность собственного капитала (в зависимости от соотношения заемного капитала и инвестируемых средств).

При этом инвестиционный кредит зачастую включает период отсрочки основного долга.

При длительном и плотном сотрудничестве с банком-кредитором для финансирования проекта он может открыть заемщику инвестиционную кредитную линию. В этом случае сокращаются накладные расходы и потеря времени на заключение договоров. Однако из-за высоких рисков инновационного проекта, ставка кредитования также высока.

В случае самофинансирования инновационного проекта формирование средств, предназначенных для реализации проекта, обязательно должно носить целевой характер, что возможно, в частности, с помощью формирования отдельного бюджета инновационного проекта. После вычета из заработанных от продаж денежных средств налогов и других обязательных платежей, оставшиеся денежные ресурсы останутся в распоряжении компании. Самофинансирование возможно только для реализации не капиталоемких инновационных проектов, поскольку компании зачастую не располагают достаточными средствами.

*Таблица 1.*

### **Сравнительный анализ источников финансирования**

<b>Источник финансирования</b>	<b>Достоинства</b>	<b>Недостатки</b>
Самофинансирование (внутренний источник)	<ul style="list-style-type: none"><li>• доступность и скорость мобилизации</li><li>• меньший риск банкротства и неплатежеспособности</li><li>• более высокая прибыль по причине отсутствия выплат по привлечению внешних источников</li><li>• нет угрозы потери собственности и управления учредителей</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ограниченность величины привлеченных средств</li><li>• вывод собственных средств из хозяйственного оборота;</li><li>• отсутствие независимого контроля эффективности использования инвестиций</li></ul>

Банковское кредитование (внешний источник)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• возможность привлечения финансовых средств в больших объемах</li> <li>• обеспечение независимого контроля эффективности использования инвестиций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• сложный и длительный процесс привлечения инвестиций</li> <li>• высокая процентная ставка кредитования инновационных проектов</li> <li>• необходимость предоставления доказательств финансовой эффективности и устойчивости</li> <li>• высокий риск неплатежеспособности и банкротства;</li> <li>• меньшая прибыль по причине выплат по займам</li> <li>• вероятность утраты залоговой собственности и прав на управление компанией</li> </ul>
--	--	--

### **Заключение**

Исследуя внешние и внутренние источники финансирования, мы провели сравнительный анализ наиболее подходящих для финансирования инновационных проектов. Банковский кредит выступает как одна из наиболее эффективных форм внешнего финансирования инновационных проектов. Однако, в связи с высокими процентными ставками кредитования инновационных проектов, предпочтение отдается банковскому кредитованию только в тех случаях, когда компания не может обеспечить реализацию проекта за счет собственных средств.

### **Список литературы:**

1. Василевская П.В. Инновационный менеджмент, 2005 г.
2. Веселовский В.В. «Особенности государственного финансирования инновационных проектов в России», 2008 г.
3. Салмина О.А. Финансирование инновационной деятельности: мировой опыт и российская практика // Успехи современного естествознания. 2008 г.

## СЕКЦИЯ 14.

### ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

#### ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА И ВНЕШНЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

*Дмитриев Сергей Юрьевич*

*аспирант Оренбургского государственного университета,*

*РФ, г. Оренбург*

*E-mail: [bcс-buzuluk@ya.ru](mailto:bcс-buzuluk@ya.ru)*

#### MANAGEMENT FEATURES OF THE BUDGET PROCESS AND EXTERNAL FISCAL CONTROL IN A MUNICIPAL UNIT

*Sergey Dmitriev*

*postgraduate student of Orenburg State University,*

*Russia, Orenburg*

#### АННОТАЦИЯ

На современном этапе реформирования системы государственного финансового контроля обозначилась потребность в своевременной актуализации нормативно-правовой базы и правоприменительной практики, на уровне муниципальных образований. Статья исследует особенности реализации полномочий в области внешнего финансового контроля в муниципальных образованиях на всех стадиях бюджетного процесса.

#### ABSTRACT

At the present stage of reforming the system of state financial control the need for a timely updating of regulatory framework and law enforcement practice at the level of municipal units has appeared. The article examines the features of authority implementation in the sphere

of external fiscal control in municipal units at all stages of the budget process.

**Ключевые слова:** бюджетный процесс; внешний финансовый контроль; бюджет.

**Keywords:** budget process; external fiscal control; budget.

Основными регламентирующими нормативными актами в области бюджетного процесса, являются Конституция, Бюджетный кодекс, Федеральный закон о местном самоуправлении, правовые акты муниципальных образований.

Порядок и сроки составления проектов местных бюджетов устанавливаются местными администрациями. Не смотря на равенство правового статуса муниципальных образований, бюджетный процесс в различных муниципальных образованиях может значительно отличаться. Эти различия сформированы с учетом следующими факторами: отсутствие самостоятельности бюджетов, слабые финансовые возможности, размер муниципального образования, особый статус, определенный законодательством, структура муниципального образования, отсутствие проработанной нормативно-правовой базы, игнорирование требований законодательства, неверное толкование норм права.

При осуществлении бюджетного процесса перед органами местного самоуправления стоит не маловажная задача обеспечить сбалансированность местных бюджетов и соблюсти установленные федеральными законами требования к регулированию бюджетных правоотношений, осуществлению бюджетного процесса, размерам дефицита местных бюджетов, уровню и составу муниципального долга, исполнению бюджетных и долговых обязательств муниципальных образований.

Полномочия по разработке и принятию бюджета определяются уставом муниципального образования. В положении «О бюджетном процессе» детально описывается перечень процедур по разработке, утверждению, исполнению, внесению изменений в бюджет. Причем каждой стадии бюджетного процесса необходимо утвердить детально описывающий перечень мероприятий, которые необходимо провести. К примеру, при составлении проекта бюджета на очередной год и плановый период, наличие утвержденного порядка о распределении и предоставлении субсидий из областного бюджета и методики формирования бюджета на текущий и плановый периоды является обязательным.

Рассмотрим некоторые особенности организации бюджетного процесса и внешнего финансового контроля на примере муници-

пального образования Бузулукский район Оренбургской области. Муниципальный район включает в себя 28 сельских поселений. Бюджет района и свод бюджетов поселений, входящих в его состав, составляют консолидированный бюджет муниципального района.

Особенностью формирования бюджетов муниципальных образований на уровне района является обязанность формирования и распределения районного фонда сбалансированности, и фонда финансовой поддержки сельских поселений. Где просчитывается объем соответствующего фонда сельских поселений, входящих в состав муниципального района и расчет дотаций из районных фондов отдельному сельскому поселению. В муниципальном образовании Бузулукский район бюджетный процесс состоит из следующих стадий: составление проекта бюджета, рассмотрение и утверждение местного бюджета, исполнение местного бюджета, составление, внешняя проверка, рассмотрение и утверждение бюджетной отчетности.

Проект местного бюджета составляется на основе прогноза социально-экономического развития муниципального образования Бузулукский район, исходных данных Министерства финансов Оренбургской области. Финансовый отдел администрации Бузулукского района составляет проект местного бюджета, представляет его в администрацию Бузулукского района.

Проект решения Совета депутатов муниципального образования Бузулукский район о местном бюджете на очередной финансовый год и на плановый период вносит на рассмотрение представительного органа глава района. Одновременно с внесением проекта местного бюджета в Совет депутатов муниципального образования Бузулукский район он выносится на публичные слушания [1, с. 12].

Анализируя Положение о бюджетном процессе муниципального образования Бузулукский район, можно сделать вывод, что оно не в полной мере соответствует требованиям Бюджетного кодекса в части предоставления документов на Совет депутатов одновременно с проектом бюджета. Статьей 184.2 Бюджетного кодекса определен перечень документов и материалов, представляемых одновременно с проектом бюджета, а именно основные направления бюджетной и налоговой политики; предварительные итоги социально-экономического развития соответствующей территории за истекший период текущего финансового года и ожидаемые итоги социально-экономического развития соответствующей территории за текущий финансовый год; прогноз социально-экономического развития соответствующей территории; прогноз основных характеристик (общий объем доходов, общий объем расходов, дефицита (профицита) бюджета) консолидированного

бюджета соответствующей территории на очередной финансовый год и плановый период либо утвержденный среднесрочный финансовый план и другие.

Отсутствие необходимого перечня в Положении о бюджетном процессе муниципального образования Бузулукский район может говорить с одной стороны о низкой квалификации сотрудников администрации муниципального района, в случае случайного допущения ошибки. С другой стороны о нежелании предоставлять депутатам для анализа необходимую и исчерпывающую информацию предусмотренную законодательством. Данный подход еще раз подтверждает точку зрения о формальности принятия проекта бюджета, в который в течение очередного финансового года вносятся изменения и дополнения.

Внешний финансовый контроль осуществляется на всех стадиях бюджетного процесса и является неотъемлемой его частью. Проект решения Совета депутатов муниципального образования Бузулукский район о местном бюджете на очередной финансовый год и на плановый период подлежит обязательной проверке Счетной палаты муниципального образования. Данные требования по экспертизе проектов решений распространяются и на сельские поселения. В силу ограниченности финансовых ресурсов представительные органы поселений, входящих в состав Бузулукского муниципального района, вынуждены заключать соглашения с представительным органом о передаче контрольно-счетному органу муниципального района полномочий контрольно-счетного органа поселения по осуществлению внешнего муниципального финансового контроля. Муниципальный район может принимать на себя полномочия которые отнесены к сельских поселениям. Однако любая передача полномочий не может быть произведена без финансовой составляющей, что необходимо учитывать при составлении проекта бюджета. В соответствии с переданным объемом полномочий каждое сельское поселение обязано передать в бюджет муниципального района на выполнение передаваемых полномочий определенный объем межбюджетных трансфертов.

Передача полномочий на уровень района в части осуществления внешнего финансового контроля приводит к тому, что на работников контрольно-счетных органов муниципальных районов возлагается не посильная нагрузка. Причин возникновения подобной ситуации сразу несколько. Во-первых, отсутствие финансовых возможностей у сельских поселений при передаче полномочий с достаточным уровнем межбюджетных трансфертов. Так как на практике в расчеты закладываются минимальные суммы, при этом не учитывается возросшая нагрузка на работников Счетной палаты муниципального

района. Во-вторых, действующие сотрудники контрольно-счетных органов не в состоянии в полном объеме выполнить полномочия по осуществлению внешнего финансового контроля. По мнению Ассоциации контрольно-счетных органов России минимальная численность контрольно-счетного органа муниципального образования, должна составлять 10—16 человек для муниципального района [3, с. 3]. На сегодняшний день Счетной палате Бузулукского района, которой переданы полномочия по внешнему финансовому контролю 28 сельских поселений, насчитывает двое сотрудников, в составе председателя и инспектора. Такое положение вещей оказывает прямое влияние на качество работы контрольно-счетного органа. Реальная работа органа внешнего финансового контроля заменяется формальным выполнением мероприятий предусмотренных Бюджетным кодексом и другими нормативно-правовыми актами. Проверка проектов и отчетов об исполнении бюджетов сельских поселений подменяется проштамповкой отчетов [4, с. 2].

Инновационный подход по выходу из сложившейся ситуации предлагает Шлейников В.И. Он считает, что проблему нагрузки на контрольно-счетные органы муниципальных образований могло бы решить использование специального программного обеспечения. Информатизации муниципалитетов, переход на компьютерный учет бюджета позволит значительно упростить внешний финансовый контроль.

Использование подобного программного комплекса позволит сократить количество периодических проверок и проводить аудит в режиме онлайн.

Автор ошибочно полагает, что применение специальных компьютерных систем позволит повысить уровень знаний и квалификацию работников сельских и поселковых администраций. Специалисты сельских поселений не обладают достаточным уровнем знаний не только в области налогового и бухгалтерского законодательства, но и в работе с компьютерной техникой. Введение подобных комплексов приведет к дополнительным затратам и росту расходов местных бюджетов на обучение специалистов. Второй минус, который ставит под сомнение реализацию данной инициативы отсутствие необходимых каналов передачи данных. На территории Бузулукского района официально не одно муниципальное образование не подключено к сети интернет. Потенциальной возможностью подключения обладает около 90 % муниципальных образований, но это новшество так же потребует значительных затрат. Эти обстоятельства не позволяют в полной мере реализовать предложенный вариант.



Отдельной стадией бюджетного процесса является внесение изменений и дополнений в решение о местном бюджете, которое осуществляется на основании решений Совета депутатов муниципального образования Бузулукский район. В большинстве муниципальных образований Оренбургской области, в первую очередь в муниципальных районах и сельских поселениях, отсутствует утвержденный порядок внесения поправок в решение о бюджете. Внесение изменений зачастую происходит непосредственно на заседании Совета депутатов, как со стороны депутатского корпуса, так и уполномоченного финансового органа. Не урегулированность данного вопроса локальными актами на местном уровне несет в себе определенные риски в части осуществления внешнего финансового контроля. Федеральный закон №6 "Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований" обязывает контрольно-счетные органы осуществлять финансово-экономическую экспертизу проектов муниципальных правовых актов (включая обоснованность финансово-экономических обоснований) в части, касающейся расходных обязательств муниципального образования. В сложившихся условиях, когда изменения в бюджет вносятся на заседании представительного органа, контрольно-счетный орган не может выполнить полномочия предусмотренные законом.

В процессе исполнения бюджета ежеквартально администрация района утверждает отчет об исполнении бюджета. В целях контроля за его исполнением отчеты направляются на внешнюю проверку. При этом в муниципальном образовании Бузулукский орган внешнего финансового контроля, ошибочно отнесен к органам контроля представительного органа. Так статья 3 Федерального закона № 6 указывает: «контрольно-счетный орган муниципального образования обладает организационной и функциональной независимостью и осуществляет свою деятельность самостоятельно». Статьей 44 п. 5 положения о бюджетном процессе муниципального образования Бузулукский район предусмотрено, что отчеты об исполнении бюджета направляются «в Счетную палату представительного органа муниципального образования». Указанный пункт положения противоречит статье 22 Устава муниципального образования Бузулукский район, которая предусматривает структуру органов местного самоуправления, в которую входит контрольно-счетный орган Бузулукского района, в лице Счетной палаты. В уставе так же указано полное наименование контрольно-счетного органа — Счетная палата муниципального образования Бузулукский район Оренбургской области.

Подводя итог, можно сказать, что внешний финансовый контроль в муниципальных образованиях имеет множество различных недостатков. Одна из наиболее важных проблем — практическая невозможность исполнять полномочия предусмотренные законом, в связи с высокой нагрузкой на органы контроля.

Эту проблему, возможно, решить можно путем законодательного определения критериев, согласно которым проводятся процедуры по проверке проекта бюджета на очередной финансовый год, отчета об исполнении бюджета и т. д. в обязательном порядке. Примеры таких критериев уже встречаются. Так, для коммерческих организаций законом оговорено, в каких случаях проводится обязательный аудит. Одним из таких критериев для муниципальных образований может стать объем расходов бюджета за предыдущий год.

Также одним из способов повышения эффективности работы контрольно-счетных органов базы может стать законодательное закрепление минимальной штатной численности сотрудников контрольно-счетных органов муниципального образования.

### **Список литературы:**

1. Кукелко Д.В. Теоретические проблемы развития системы внешнего финансового контроля в связи со вступлением в законную силу федерального закона от 7 февраля 2011 г. № 6-ФЗ «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Право, — 2011. — № 2. — 127—130 с.
2. О Методике расчета штатной численности сотрудников контрольно-счетного органа муниципального образования // Протокол решения Президиума АКСОП Протокол № 37 от 26 мая 2011г [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://refdb.ru/look/1605885.html>.
3. Решение Совета депутатов муниципального образования Бузулукский район от 27.12.2013 № 370 «О внесении изменений и дополнений в решение Совета депутатов муниципального образования Бузулукский район от 24 ноября 2011 года № 142 «Об утверждении Положения «О бюджетном процессе в муниципальном образовании Бузулукский район» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://bz.orb.ru/doc/RESH\\_371\\_27122013\\_NPA.doc.rar](http://bz.orb.ru/doc/RESH_371_27122013_NPA.doc.rar).
4. Шлейников В.И. Инновационный подход к решению проблемы реализации муниципального финансового контроля в России // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — № 2. — 24—27 с.
5. Шугрина Е.С. Муниципальное право Российской Федерации: учеб. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 672 с.

## СЕКЦИЯ 15.

### ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

#### НАСТАВНИЧЕСТВО НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЕ КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ И РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАГС ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

*Горохова Юлия Викторовна*

*студент Северо-Восточного федерального университета  
им. М.К. Аммосова,*

*РФ, г. Якутск*

*E-mail: [gorohova.yuliya@inbox.ru](mailto:gorohova.yuliya@inbox.ru)*

*Михайлова Анна Викторовна*

*научный руководитель, канд. экон. наук,*

*доцент кафедры Социологии и управления персоналом*

*Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,*

*РФ, г. Якутск*

# MENTORING IN THE CIVIL SERVICE AS A TOOL OF ADAPTATION AND DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES OF PUBLIC ADMINISTRATION ON THE EXAMPLE OF THE GOVERNMENT OF REGISTRY SAKHA REPUBLIC (YAKUTIA)

*Gorohova Julia Viktorovna*

*student, North-Eastern federal University,  
Russia, Yakutsk*

*Mikhaylova Anna Viktorovna,*

*scientific director PhD in Economics , Associate Professor Department  
of Sociology and HR, North-Eastern federal University,  
Russia, Yakutsk*

## АННОТАЦИЯ

Очень важно и целесообразно в исполнительных органах государственной власти проводить индивидуальную воспитательную работу с государственными гражданскими служащими, не имеющими стажа государственной службы в органах управления, или со специалистами, назначенными на должность, по которой они не имеют опыта работы, для развития у молодого специалиста необходимых навыков и умений ведения управленческой деятельности.

## ABSTRACT

It is important in the executive bodies of state power to carry out educational work with individual civil servants who have no experience of public service in government, or by specialists appointed to the post for which they have no experience, for the development of the young specialist skills.

**Ключевые слова:** адаптация; наставничество; государственные гражданские служащие.

**Keywords:** adaptation; mentoring; civil servants.

Исследование было проведено с целью разработки эффективной системы адаптации молодых специалистов, впервые назначенных на государственные гражданские должности в органах исполнительной власти Республики Саха (Якутия). Опрос проводился среди госслужащих различных Министерств и ведомств РС(Я), проработавших не более 2—3 лет на государственной службе.

Основными причинами поступления на государственную гражданскую службу 60 % респондентов считают собственное призвание и желание работать именно на госслужбе, 25 % считают работу на госслужбе стабильной и надежной. Остальные считают свою работу престижной (35 %).

На вопрос «кто оказывает помощь в освоении новых должностных обязанностей и адаптации на новом месте» 15 % респондентов указали ответ — руководитель организации и начальники отделов, 35 % — сотрудники трудового коллектива. Куратор (наставник) — 45 %, а оставшиеся 5 % считают, что им никто не должен помогать и адаптация должна проходить самостоятельно.

70 % респондентов, посчитали, что их квалификация и профессиональные знания полностью соответствуют занимаемой ими должности. 5 % затруднились ответить на этот вопрос, а 25 % респондентов определили личные профессиональные знания как несоответствующие занимаемой должности.

60 % респондентов отметили что в их организации существует возможность карьерного роста, 20 % затруднились ответить на вопрос, и 20 % не видят перспектив карьерного роста.

40 % респондентов еще не определились с временным периодом работы на государственной гражданской службе, до достижения пенсионного возраста планируют доработать 20 %, не менее 5 лет — 15 %, а до 10 лет хотели бы работать — 25 %.

На вопрос «необходима ли адаптация в виде системы наставничества на государственной гражданской службе» большое число респондентов ответило утвердительно (60 %).

По мнению респондентов, оптимальный временной период эффективной адаптации на новом месте составляет 6 месяцев (60 %), 35 % респондентов считают, что им потребовался бы год. И только 5 % респондентов необходимо менее 6 месяцев на адаптацию. Таким образом опрос молодых специалистов показал, что систему наставничества необходимо ввести для эффективной адаптации молодых специалистов.

От того, насколько эффективно действуют органы исполнительной власти республики, во многом зависит доверие населения к власти. Реализация концепции инновационного государственного управления выдвигает новые профессиональные требования ко всем категориям государственных служащих — от руководителей до специалистов.

Стратегия развития кадрового потенциала Управления имеет многоуровневый характер и указывает на необходимость разработки

общих принципов кадровой политики, определения ее стратегической цели и задач, а также механизмов ее реализации, направленных на повышение эффективности деятельности государственных гражданских служащих Управления, комплектование органов республики профессионально подготовленными кадрами соответствующего количества и качества, мотивированных к инновационному поведению и производительному труду.

Общую стратегию и приоритетные направления кадровой политики Управления на период до 2020 года определяет «Программа реализации основных положений Концепции кадровой политики РС(Я) до 2020 года в Управлении ЗАГС при Правительстве РС(Я)», утвержденная 20.06.2012 г. А также ранее была принята программа «Развитие государственной гражданской службы РС(Я) в Управлении ЗАГС при Правительстве РС(Я) на 2011—2013 годы», утвержденная 25.03.2011 г. В соответствии с этими Программами в Управлении проводится планомерная работа по подготовке и обучению кадров.

Так, в целях оказания помощи молодым специалистам исполнительных органов государственной власти Республики Саха (Якутия) в приобретении профессиональных навыков, профессионального становления, развития способностей самостоятельно, качественно и ответственно выполнять возложенные функциональные обязанности в соответствии с замещаемой должностью, в соответствии с Планом мероприятий по реализации долгосрочной государственной политики РФ Президентом Республики Саха (Якутия) подписан Указ № 2061 от 16.05.2013 г. «Об утверждении Положения о наставничестве на государственной гражданской службе Республики Саха (Якутия)».

Согласно положения, наставничество устанавливается в отношении молодых специалистов, впервые назначенных на соответствующие должности в подразделениях исполнительных органов государственной власти РС(Я), на основании решения руководителя. Наставничество устанавливается продолжительностью до одного года. К работе в качестве наставников привлекаются государственные гражданские служащие, имеющие опыт управленческой работы, стабильные показатели в работе, пользующиеся авторитетом в коллективе, имеющие стаж государственной и муниципальной службы не менее 5 лет.

Показателями успешной работы наставника являются:

- успешное прохождение молодым специалистом испытательного срока (если он устанавливается);
- полное освоение служебных функций молодым специалистом;

- отсутствие нарушений со стороны молодого специалиста требований должностного регламента, служебного распорядка исполнительного органа государственной власти, Кодекса этики и служебного поведения членов Правительства РС(Я) и государственных гражданских служащих РС(Я);

- положительный отзыв молодым специалистом о работе наставника и т. д. [2]

Система наставничества распространилась во многих ветвях государственной власти. Например, разработаны методические рекомендации по адаптации госслужащих центрального аппарата и территориальных органов ФНС России. Она направлена на освоение новыми сотрудниками своих должностных обязанностей в возможно короткий срок, минимизацию ошибок и снижение дискомфорта начального периода госслужбы [3].

Номинацию «Лучшие практики применения профессиональной адаптации и наставничества на государственной гражданской службе» в конкурсе на лучшие кадровые практики удостоился Управление госслужбы и кадров Федерального агентства по поставкам вооружения, военной, специальной техники и материальных средств и Департамент государственной службы и кадров Министерства юстиции Российской Федерации [1].

### **Список литературы:**

1. Минтруд России подвел итоги конкурса на лучшие кадровые практики на госслужбе — 12 декабря 2013 г. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rosmintrud.ru/labour/public-service/76>.
2. Об утверждении Положения о наставничестве на государственной гражданской службе Республики Саха (Якутия): Указ Президента Республики Саха (Якутия) от 16 мая 2013 года № 2061. // «Якутские ведомости», № 33, 22.05.2013.
3. Приказ Федеральной налоговой службы от 13 сентября 2011 г. № ММВ-7-4/570@ «Об утверждении Методических рекомендаций по адаптации государственных гражданских служащих центрального аппарата Федеральной налоговой службы и территориальных органов ФНС России».

## КОГНИТИВНАЯ ПСИХОТЕРАПИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Шкляр Татьяна Львовна*

*канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры маркетинга  
и коммерции Московского государственного университета экономики,  
статистики и информатики (МЭСИ),  
РФ, г. Москва  
E-mail: [tlb@mail.ru](mailto:tlb@mail.ru)*

## COGNITIVE PSYCHOTHERAPY AS A TOOL FOR PERSONNEL MANAGEMENT

*Shklyar Tatyana Lvovna*

*candidate of economic sciences,  
senior lecturer of Marketing and Commerce,  
Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI),  
Russia, Moscow*

### АННОТАЦИЯ

Автор данной статьи предлагает использовать когнитивную психотерапию как инструмент управления персоналом, а психологические комплексы сотрудников — во благо организации. В основу данной статьи автор положил базовые убеждения, предложенные Аароном Бекком. На их основе строятся варианты управления и мотивации сотрудников.

### ABSTRACT

The author of this article proposes the use of cognitive psychotherapy, as a tool for personnel management, psychological complexes for the benefit of employees of the organization. The basis of this paper the author took core beliefs proposed by Aaron Beck. On their basis are based management options and motivation of employees.

**Ключевые слова:** управление персоналом; когнитивная психотерапия; психология; менеджмент; работодатель; сотрудник; мотивация.

**Keywords:** human resource Management; cognitive psychotherapy; psychology; management; employer; employee motivation.



Трудностей в работе с сотрудниками не избежать, как бы хороша ни была организация, как бы грамотно не управлял ими менеджер. Однако слишком часто руководители не обращают внимания на психологическую атмосферу в коллективе и доводят ситуацию до коллапса. Только эффективный менеджер в состоянии увидеть, как правильно использовать психологические комплексы своего персонала и не довести ситуацию до кризиса.

**Случай из практики:** *Специалист.* На работу был принят высококвалифицированный специалист, квалификация которого не вызывала сомнений. Ему выделили кабинет, компьютер и необходимую диагностическую аппаратуру. Однако данный человек был замкнут и не разговорчив, на выполнение необходимых работ затрачивал значительно больше времени, чем другие. Трудность заключалась в том, что этот сотрудник не мог попросить о помощи коллег, и с каждой задачей он пытался разобраться самостоятельно. Главное, чтоб никто никогда не подумал, что он чего-то не знает.

*Секретарша.* У директора работала очень ответственная секретарша. Девушка отчаянно хотела всем нравиться. Если кто-то просил ее о помощи, то никогда не слышал отказа. Она бралась абсолютно за все, старалась изо всех сил. Однако в какой-то кризисный момент она заболела: просто не смогла справиться с нагрузкой. Ей так хотелось, чтоб ее любили и хвалили, чтоб ее просто заметили...

Теперь обратимся к когнитивно-поведенческой психотерапии — общему понятию, описывающему направление психотерапии, в основе которой лежит предпосылка, что причиной психологических расстройств являются базовые убеждения. *Базовые убеждения* — фундаментальный уровень убеждений, определяющий основные отношения человека к себе, к жизни, к другим людям.

У каждого человека есть свои базовые убеждения, которые сформировались за счет его жизненного опыта и полученных психологических травм.

Аарон Бек [1], один из основателей когнитивной терапии, выделял несколько базовых убеждений: нелюбви (меня нельзя любить); некомпетентности (я этого никогда не смогу; я ничего не стою); опасности (мне угрожает опасность; все, что может случиться, случится со мной); хрупкости, болезненности (я раним; я чем-нибудь да заболею); уязвимости и контроля (все хотят меня обидеть; она хочет меня унижить); вины и наказания (я скверная; я сделала такое, что всю жизнь должна расплачиваться).

В данной статье автор предлагает остановиться на рассмотрении 2 первых базовых убеждений: нелюбви и некомпетентности как наиболее часто встречающихся.

Для того чтоб было понятно, о чем идет речь, обратимся к приведенным выше примерам. В первом случае (*специалист*) сотрудник думал, не всегда осознанно, что всем вокруг понятно, что он не может справиться со своей работой по причине отсутствия необходимых знаний. Это было далеко от истины, однако его жизненный опыт подсказывал ему, что нельзя ни у кого ничего спрашивать. «Они узнают, что я ничего не понимаю, — думал он, — что получаю зарплату зря». Одна мысль пульсировала в голове: «Я идиот». Это сказалось на его поведении, он был очень замкнут и высокомерен. Коллеги держались от него особняком, тем самым подкрепляя его базовое убеждение о некомпетентности.

Во втором случае (*секретарша*), можно наблюдать типичный вариант базового убеждения нелюбви: «Я ничтожество, я уродина, меня совершенно не за что любить». Вследствие этих мыслей девушка сформировала поведение преклонения перед другими и безотказности. Она брала на себя все что можно, и окружающие воспринимали такое поведение как должное, тем больше подкрепляя ее базовое убеждение.

Два ценных сотрудника. Что делать директору, чтобы особенности данных людей не влияли пагубно на рабочий процесс?

Чтобы исправить сложившуюся ситуацию автор может предложить два варианта действия. В первом варианте необходимо скоординировать работу подчиненного. Во втором попытаться поощрить сотрудника так, чтобы сгладить некий «дефект» его восприятия окружающей действительности.

*Специалист.* Данную личность можно использовать в разработке программного обеспечения и решения нестандартных задач, где времени на познание и исследование больше.

После изучения и проработки поставленной перед ним проблемы, когда он себя почувствует как рыба в воде, трудностей не возникнет. Ему станет гораздо проще с другими коллегами, он сможет их консультировать, тем самым поднимая свою самооценку. Из таких людей получаются хорошие преподаватели: они не могут спросить сами, но могут хорошо рассказать другим.

*Секретарша.* Если с вами рядом такой человек, то желание завалить его работой колоссально. Для этого и прорабатывают должностные инструкции, чтобы уберегать сотрудников от переутомления. Четкая постановка задачи спасет вашего подчиненного. Работать в рабочее время, а отдыхать в свободное. Эффективность работы в нерабочие часы, когда человек устал, значительно меньше,

так же как и лояльность к работодателю. Личность работает для того, чтобы жить, а не наоборот. Научитесь ценить себя и своих коллег. Если ваш подчиненный задерживается на работе, следовательно, он плохо работал в течение дня и в поощрении не нуждается.

*Специалист.* Данную личность в качестве поощрения можно отправить на обучающие курсы, дать грамоту за решение нестандартной задачи, всячески выделять его знания и квалификацию. Как говорилось ранее, он может стать хорошим преподавателем, следовательно, его можно мотивировать тренингом, который он же и проведёт, заработав тем самым себе уважение коллег и подняв самооценку. Нельзя сбрасывать со счетов и продвижение по службе: обычно такие люди очень амбициозны.

*Секретарша.* Лучший подарок — это внимание. Табличка «лучший сотрудник месяца» придаст данной девушке силы и надежду на лучшее будущее. Будьте щедры на похвалу, грамоты и выпеллы: это мотивирует персонал не меньше, чем премии. Не плохой вариант наградить работника путевкой. Также вы можете выделить помощницу визитками на более эксклюзивной бумаге, что не потребует от вас больших затрат, но доставит удовольствие сотруднику.

В заключение данной статьи хочется напомнить, что все мы разные и требуем разного подхода. Если ваш жизненный путь привел к тому, что вы стали менеджером, то в вашу задачу входит работа с персоналом. Не бывает руководителя без подчиненных. Будьте чувствительны к ситуации и в первую очередь доверяйте себе.

### **Список литературы:**

1. Бек А., Раш А., Шо Б., Эмери Г. Когнитивная терапия депрессии. М., Питер, 2003.
2. Бек А., Фримен А. Когнитивная психотерапия расстройств личности. М., Питер, 2002.
3. Добровская М.Б. Использование бренда корпоративной туристической компании в привлечении VIP-клиентов// Маркетинг услуг. — 2005. — № 4. — С. 63—68.
4. Каптюхин Р.В. Современные методики реализации эффективных рекламных коммуникаций коммерческих компаний в сети интернет// Теория и практика общественного развития. — 2013. — № 9. — С. 320—322.
5. Кеннеди Д. Жесткий менеджмент. М.: Альпина Паблишер, 2013.
6. Решетько Н.И. Ключевые факторы успеха в системе обеспечения конкурентоспособности современных образовательных структур// Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2014. — № 33. — С. 131—136.
7. Стаут Л. Управление персоналом. М.: Добрая книга, 2005.

## НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА МОТИВАЦИЮ ПЕРСОНАЛА

*Шкляр Татьяна Львовна*

*канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры Маркетинга  
и коммерции Московский государственный университет экономики,  
статистики и информатики (МЭСИ),  
РФ, г. Москва  
E-mail: [tlb@mail.ru](mailto:tlb@mail.ru)*

## A NEW VIEW OF THE MOTIVATION OF PERSONNEL

*Shklyar Tatyana Lvovna*

*candidate of economic sciences,  
senior lecturer of Marketing and Commerce,  
Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI),  
Russia, Moscow*

### АННОТАЦИЯ

Роль человеческих ресурсов на предприятие возрастает день ото дня, тем актуальнее становится современная концепция управления и мотивации персонала. Автор данной статьи предлагает в помощь современному менеджменту новую мотивационную модель, которая поможет в этом непростом вопросе.

### ABSTRACT

The role of human resources at the company is growing every day, the more urgent becomes the modern concept of management and motivation. The author of this article offers assistance to the modern management a new motivational model that helps in this complex issue.

**Ключевые слова:** Управление персоналом; менеджмент; работодатель; сотрудник; мотивация; самомотивация, генетическая мотивация, внутренняя мотивация, внешняя мотивация, человеческий ресурс.

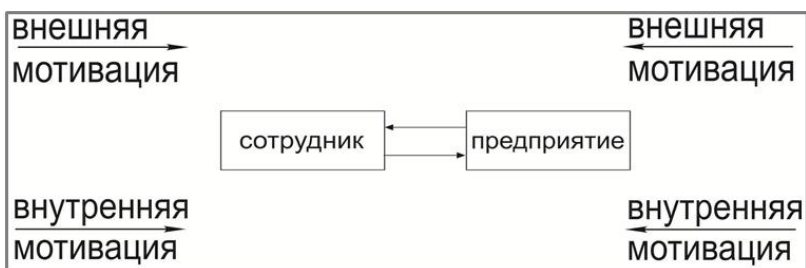
**Keywords:** Personnel management; management; employer; the employee; motivation; self-motivation, genetic motivation, motivation, extrinsic motivation, human resource.

Проблема мотивации занимает ведущее место в менеджменте предприятия. Каждый руководитель задумывается над данным

вопросом, изобретая различные схемы поощрения сотрудников. Все больше уделяя внимания премиям, процентам и иным выплатам. По мнению автора, это не всегда верно.

Мотивация [4] — побуждение к действию (работе); динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

Автор предлагает рассмотреть мотивацию персонала, как модель, которая включает в себя 2 взаимодействующих объекта, таких как сотрудник и предприятие и 4 элемента мотивации (см. рис. 1).



*Рисунок 1 Мотивационная модель. Авторская трактовка*

На сотрудника воздействует внешняя и внутренняя мотивация.

К внутренней мотивации (самотивации) сотрудника можно отнести биологическую и социальную мотивацию.

**Биологическая мотивация** (причина) — направлена на удовлетворение ведущих биологических потребностей человека. К ней можно отнести мотивацию в еде, половому влечению, страху, агрессии и т. д. Так же необходимо отметить, что присутствует наследственный фактор при рассмотрении биологической мотивации или генная мотивация.

**Генная мотивация** (авторская трактовка) — это побуждение к развитию, действию в определенном направлении на генном уровне, т. е. переданное человеку по наследству. Данная мотивация часто встречается в семьях врачей или актеров, их дети так же рождаются с желанием лечить или играть на сцене. Можно сказать, что такое влияние имеет окружающая среда, однако это не совсем верно. Дети, потерявшие родителей, так же имеют наследственную профессиональную память. Данный феномен прослеживается и в семьях военных, юристов, ювелиров и т. д. Жан Пиаже [5] рассматривает этот

вопрос в рамках генетической психологии, однако, по мнению автора, наследуется и мотивация к определенному виду работы.

**Социальная мотивация** (цель, мечта) — направлена на удовлетворение социальных нужд. Она формируется в результате воспитания, обучения, воздействия культуры и религии, а также влияния на индивидуума других людей и групп. Так у разных людей социальная мотивация будет проявляться по-разному. Например, у двух молодых людей, один из которых вырос в деревни, а другой сын депутата в большом городе, стремление к изменению социального статуса будут различными. Каждого из них будут удовлетворять отличные друг от друга достижения на жизненном пути и мотивационные схемы. Первому, в большей степени будет интересна денежная составляющая, а второму — творческая.

Необходимо отметить, что оба элемента в равной степени воздействуют на человека и могут изменить его линию поведения, при этом не всегда осознанно.

Управлять человеком, который внутренне мотивирован проще и результативнее, определить это лучше на стадии собеседование во избежание недопонимания впоследствии.

**Внешняя мотивация сотрудника** — влияние на поведение человека извне, воздействие приближенным кругом людей, чаще всего семьей: женой, детьми, родителями, родственниками и т.д., которые влияют на личность параллельно с предприятием. Нет нечего хуже, придя домой, застать недовольных родственников вопрошающих «где зарплата?».

Медицинская страховка или путевка в дом отдыха для всей семьи, может стать неплохим рычагом для управления внешней мотивацией сотрудника.

Предприятие, так же как и персонал, имеет внутреннюю и внешнюю мотивацию.

К **внутренней мотивации организации** можно отнести: бренд предприятия, местоположение, коллектив и др. факторы. То, что подспудно сопровождает организацию, но не является основным элементом мотивации. Каждому хочется работать поближе к дому, в крупной компании, существующей давно на рынке, даже если платить будут значительно меньше...

**Внешняя мотивация предприятия** — это тот элемент воздействия, который изменяет руководитель или топ менеджер, к ним относятся: денежная форма (зарплата и премии), образование, карьерный рост, ценные подарки, доска почета и т. д.

Нельзя говорить об одностороннем воздействии предприятия на сотрудника, необходимо отметить, что и персонал влияет на компанию, включая индивидуальные личностные характеристики каждого человека работающего на предприятии.

Внешними элементами мотивации и с той и с другой стороны можно управлять. С внутренними компонентами все намного сложнее. Особенности данных элементов необходимо учитывать «вначале отношений», на стадии собеседования или выбора работы. Бесполезно корить судьбу за то, что предприятие от Вашего дома находится в 4 часах езды.

Менеджеры, в свою очередь, должны более скрупулёзно управлять внешними компонентами, которые динамичны и зависимы от временного промежутка, и подбираются индивидуально к каждому сотруднику. Нельзя подходить с одним «инструментом» ко всем членам команды.

В заключении хочется напомнить, что мотивация персонала это сложный процесс, который зависит от внешних и внутренних особенностей человека и предприятия в том числе. Менеджеры организации должны креативно относиться к данному процессу, это сэкономит средства компании и сделает сотрудников более лояльными к организации и рабочему процессу.

### **Список литературы:**

1. Добровская М.Б. Использование бренда корпоративной туристической компании в привлечении VIP-клиентов. Маркетинг услуг. — 2005. — № 4. — С. 63—68.
2. Каптюхин Р.В. Современные методики реализации эффективных рекламных коммуникаций коммерческих компаний в сети интернет. Теория и практика общественного развития. — 2013. — № 9. — С. 320—322.
3. Кеннеди Д. Жесткий менеджмент. М.: Альпина Паблишер, 2013.
4. Ключков А. К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. Эксмо, 2010.
5. Пиаже Ж. Генетическая эпистемология. СПб.: Питер, 2004.
6. Решетько Н.И. Ключевые факторы успеха в системе обеспечения конкурентоспособности современных образовательных структур. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2014. — № 33. — С. 131—136.
7. Стаут Л. Управление персоналом. М.: Добрая книга, 2005.

## СЕКЦИЯ 16.

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

#### АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ

*Лимарева Юлия Анатольевна*

*канд. пед. наук, доцент кафедры экономики и маркетинга  
МГТУ им. Г.И. Носова,  
РФ, г. Магнитогорск  
E-mail: [y.limareva@mail.ru](mailto:y.limareva@mail.ru)*

*Остапченко Людмила Александровна*

*старший преподаватель кафедры экономики и маркетинга  
МГТУ им. Г.И. Носова,  
РФ, г. Магнитогорск,  
E-mail: [marketing@mail.ru](mailto:marketing@mail.ru)*

#### THE ANALYSIS OF THE ECONOMICAL FACTORS, DEFINING LEVEL AND QUALITY OF THE LIFE

*Limareva Yulia*

*PhD pedagogic, associate professor of Economics and Marketing,  
FSEI HPE «Magnitogorsk State Technical University  
named after G.I. Nosov»,  
Russia, Magnitogorsk*

*Ostapchenko Lyudmila*

*professor assistant Economics and Marketing,  
FSEI HPE «Magnitogorsk State Technical University  
named after G.I. Nosov»,  
Russia, Magnitogorsk*



## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованиям основных экономических показателей, определяющих уровень и качество жизни. Приведена система обобщающих стоимостных показателей уровня жизни и индикаторы, оказывающие влияние на качество жизни населения. Показана актуальность проблемы на примере Челябинской области.

### ABSTRACT

In article is described the researching of the main economical factors, defining level and quality of the life. In article is given the system of costing factors of life's level and the indicators, shows the life's quality of population. Urgency of the problem is shown on example of the Chelyabinsk area.

**Ключевые слова:** экономические показатели; уровень жизни; качество жизни.

**Keywords:** the economic factors; level of living; quality to lifes.

Состояние экономики государства является определяющим показателем уровня и качества жизни населения страны. Но, с конца XX века развернувшаяся дискуссия о правомерности применения количественных показателей, таких как увеличение национального производства и уровня дохода, в качестве определяющих условий роста благосостояния общества, продолжается до сих пор. Ещё в XIX веке представитель классической политэкономии Дж. Милль считал, что «только в отсталых странах мира увеличение производства является наиболее важной задачей» [1, с. 138]. Для постиндустриального общества наряду с положительной динамикой количественных экономических показателей актуален рост качественных данных, таких как совершенствование условий для развития различных форм духовной культуры, морального и социального прогресса.

Уровень жизни характеризует развитие и степень удовлетворения материальных, доходных и социальных потребностей граждан государства. Рост уровня жизни, его положительная динамика создают благоприятные возможности для улучшения качества социальных составляющих.

При характеристике и изучении жизненного уровня населения рассматриваются две взаимосвязанные проблемы: низкооплачиваемые работники и малообеспеченные семьи. Изучение и анализ социального и демографического статуса малообеспеченных семей показывает,

что к этой категории граждан относятся семьи с высокой семейной нагрузкой.

Систему количественных и качественных показателей уровня жизни составляют: общий объём потребления материальных благ и услуг; уровень потребления продуктов питания и других непродовольственных товаров; реальные доходы населения; размер заработной платы; поступления доходов из других источников; условия труда; продолжительность рабочего и свободного времени; жилищные условия; показатели образования, здравоохранения и т. д.

Обобщающие стоимостные показатели уровня жизни населения представлены на рисунке 1. Понятия уровня жизни и качества жизни населения существенно различны. Индикаторы (показатели) качества жизни представляют собой интегральное образование, состоящее из трёх групп характеристик, объединённых в группы общих и частных индексов (рис. 2).



*Рисунок 1. Обобщающие стоимостные показатели уровня жизни*

Показатели качества жизни отражают: здоровье населения и демографические показатели (рождаемость, смертность, продолжительность жизни); социальные данные (достаток, жильё, питание, безопасность, экологическое благополучие и пр.); моральное состояние общества (частота убийств, грабежей, алкогольные рецидивы, количество наркоманов и т. д.).

Одним из составляющих качества жизни является ИЧР (human development index — HDI). Этот индекс представляет собой агрегированный показатель, состоящий из: индекса ожидаемой средней продолжительности жизни (что отражает уровень медицинского обслуживания); индекса уровня образования (доля грамотных среди взрослых и вовлеченность жителей в начальное, среднее и высшее образование); индекса ВВП на душу населения (по паритету покупательской способности (ППС), отражающим доходы населения) [2, с. 22]. В настоящее время не существует единого подхода к оценке экономической категории качества жизни и составлению единого рейтинга стран мира. Качество жизни оценивается с использованием разной методологии структурами ООН (ИЧР), Всемирной организацией здравоохранения, Всемирным банком, Организацией экономического сотрудничества и развития (индекс лучшей жизни), и целым рядом популярных СМИ и консалтинговых организаций (Street Journal — индекс мятежности стран, New Economics Foundation — международный индекс счастья) и пр.



*Рисунок 2. Обобщающие показатели качества жизни*

Становится понятным, что интерес к проблеме качества жизни не ослабевает, в последние годы мировое сообщество всё больше внимания обращает на показатели социально-экономического развития государств. Необходимо отметить, что в России под влиянием мировых тенденций разрабатываются программы, направленные на решение данной проблемы. Так, в программе «Стратегии социально-экономического развития Челябинской области до 2020 года» определена основная стратегическая цель — рост благосостояния и качества жизни населения за счёт устойчивого и динамического развития и повышения конкурентоспособности экономики области [3]. Среди приоритетных задач выделены следующие блоки:

1. Экономический блок охватывает задачи: обеспечения ежегодного прироста валового регионального продукта на 6—8 %; увеличения ежегодного объёма инвестиций (иностранных — до 2,8 млрд. долл.); увеличения ежегодных объёмов строительства жилья до 4 млн. кв. м; роста экспорта до 11 млрд. долл. в год (чёрные и цветные металлы и изделия из них).

2. Социальный блок охватывает задачи: увеличения средней продолжительности жизни до 72 лет (негативным фактором является ухудшение экологической обстановки в регионе); сокращения доли населения с доходами ниже прожиточного минимума до 5—6 % (сейчас этот показатель превышен вдвое); роста реальных доходов населения.

Среди приоритетных задач стоит так же попадание в число 15 самых лучших регионов России по уровню социально-экономического развития (сейчас Челябинская область занимает 21 место). В настоящее время Челябинская область является инвестиционно-привлекательным регионом России, области присвоен долгосрочный кредитный рейтинг Aa1.ru, характеризующий высокую кредитоспособность по сравнению с другими регионами. Среди заметных достижений можно отметить запуск заводов:

- по производству мраморной муки в Агаповском районе (фирма «Омия», Австрия, объём инвестиций составил 15 млн. евро, создано 50 рабочих мест);
- по производству керамики («Карбокерамикс», США, 30 млн. долл., 100 рабочих мест); по производству сухих строительных смесей («Хенкель», Германия, 7 млн. евро, 200 рабочих мест);
- по производству алюминиевых банок («Рексам», Великобритания, 70 млн. долл., 100 рабочих мест) и т. д.

### **Список литературы:**

1. Жданова Е.Е., Щербакова Т.В., Лимарева Ю.А. Теоретические аспекты, проблемы измерения и современное состояние качества жизни в России// Экономические, гуманитарные и правовые исследования: сб. науч. трудов/ под ред. Н.Р. Балынской. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова», 2013. — С. 64—66.
2. Лимарев П.В., Лимарева Ю.А. Экономическая и социальная география зарубежного мира: Европа. М.: Дело и Сервис, 2011. — 192 с.
3. Стратегия социально-экономического развития Челябинской области до 2020 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — <http://www.econom-chelreg.ru/> (дата обращения: 26.02.2014).

## **АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ПЛАНИРОВАНИЯ В РЕГИОНЕ**

*Максимова Ирина Васильевна*

*д-р экон. наук, доцент, Волгоградский филиал РАНХиГС, Россия,  
профессор кафедры экономики и финансов,  
РФ, г. Волгоград*

*E-mail: [irina.ghtgjl@yandex.ru](mailto:irina.ghtgjl@yandex.ru)*

## **ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE THEORY AND METHODOLOGY OF PLANNING IN THE REGION**

*Irina Maximova*

*doctor of economic Sciences, Associate Professor,  
Volgograd branch RANHiGS, Russia, Professor of Economics and Finance,  
Russia, Volgograd*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье приводятся результаты анализа эффективности планирования в регионе, используя критерии: предсказуемость, качество предлагаемых решений, функциональность. Обосновываются направления развития теории и методологии планирования в регионе.

## ABSTRACT

The article analyses the efficiency of planning in the region, using criteria: predictability, quality of offered solutions, functionality. Justifies the direction of development of the theory and methodology of planning in the region.

**Ключевые слова:** региональное планирование; эффективность регионального планирования; развитие теории и методологии планирования.

**Keywords:** regional planning; efficiency of regional planning; development of theory and methodology of planning in the region.

Несмотря на неизменность цели планирования, которая состоит в неуклонном повышении благосостояния населения, его уровня и качества жизни, каждый этап социально-экономического развития для достижения данной цели ставит определенные задачи, зависящие от достигнутых результатов и грядущих перспектив.

Реализация данных задач требует теоретико-методологического обеспечения процесса разработки и реализации региональных планов. Однако, несмотря на достаточно глубокую проработку вопросов регионального планирования, в настоящее время еще нельзя говорить о заметном влиянии плановых документов на результаты социально-экономического развития в регионах РФ. Во многом это связано с пробелами в теории и методологии регионального планирования, со слабой ориентацией планирования на особенности функционирования рынка, что, например, иллюстрируют исследования автора результативности планирования.

Для проведения анализа результативности планирования были использованы критерии: предсказуемость (возможность заранее прогнозировать поведение системы при решении конкретной задачи планирования с высокой степенью достоверности), качество предлагаемого решения (степень достижения целей), функциональность (способность системы находить решения поставленных перед ней задач планирования).

На примере Волгоградской области результаты анализа по критериям предсказуемости и качества предлагаемого решения показывают, что из 8 макроэкономических показателей, значения которых были запланированы в 2011 г., ни один не соответствует фактическим значениям в 2012 г. (табл. 1.).

**Таблица 1.****Макроэкономические показатели социально-экономического развития Волгоградской области в 2012 г.**

<b>Показатели</b>	<b>План</b>	<b>Факт</b>	<b>Абсолютное отклонение</b>
ВРП на душу населения, тыс. руб.	237	191,8	-45,2
Объем инвестиций в основной капитал на душу населения, тыс. руб.	49,9	48,7	-1,2
Объем экспорта, млн. долларов США	3000	4506	1506
Доля инновационной продукции в общем объеме продукции промышленного производства, %	13	5,2	-7,8
Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. чел.	1257	1236,0	-21
Доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума, %	12,3	13,6	1,3
Уровень безработицы по методике МОТ	8,2	16,8	8,6
Индекс потребительских цен, %	106	106,6	0,6

Составлено автором по: «Стратегия социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.volganet.ru/irj/avo.html>. (дата обращения 02.02.2014); Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Р32 Стат. сб. / Росстат. М., 2013.

То же относится и к макроэкономическим показателям социально-экономического развития в целом по регионам РФ. Результаты сравнения плановых и фактических показателей (табл. 2) демонстрирует, что из 7 макроэкономических показателей 2013 г., значения которых были рассчитаны в 2009 г не имеют совпадений с фактическими значениями.

*Таблица 2.*

**Значения прогнозных и фактических макроэкономических показателей РФ 2013 г.**

<b>Показатели</b>	<b>Прогноз 2013 г. по варианту 1б</b>	<b>Прогноз 2013 г. по варианту 2б</b>	<b>Фактически в 2013 г.</b>
Валовой внутренний продукт, млрд. руб.	57958	61873	49032,0
Индекс промышленного производства, %	103,2	104,2	100,3
Индекс сельскохозяйственного производства, %	102,8	102,8	106,2
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	12243	13913	13220,5
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	20864	21449	23668,4
Номинально начисленная среднемесячная заработная плата, руб.	25715	26380	29940
Индекс розничных цен, %	104,5	105,4	106,8

Составлено автором по: Основные макроэкономические показатели развития РФ [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [www.minregion.ru](http://www.minregion.ru). (дата обращения 12.03.11); Информация о социально-экономическом положении России [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/) (дата обращения 20.02.2014).

Анализ функциональности планов выявил также и низкую эффективность планирования. Данные табл. 2 наглядно иллюстрируют, что планируемые показатели не отражают заметных тенденций роста социально-экономического развития. Кроме того, зачастую они противоречат заявленным приоритетам в развитии. Например, из данных табл. 3. видно, что увеличение прибыли предприятий РФ в 2013 г. по сравнению с 2002 г. одновременно предполагает снижение объема производства и производительности труда.



Таблица 3.

**Макроэкономические показатели  
социально-экономического развития РФ**

<b>Показатели</b>	<b>Ед. изм.</b>	<b>2002 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>Абсолютное отклонение</b>
Объем отгруженной продукции (работ, услуг) *	млрд. руб.	11991,90	11001,44	-990,46
Прибыль по всем видам деятельности*	млрд. руб.	1141,22	3365,02	+2223,80
Среднегодовая стоимость амортизируемого имущества*	млрд. руб.	13439,00	19686,40	+6247,40
Прожиточный минимум в среднем на душу населения (в среднем за год) *	руб. в мес.	1808,00	2363,00	+555,00
Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума в % к общей численности населения	%	24,60	11,90	-12,70
Экономически активное население	млн. чел.	71,40	72,70	+1,30
Занято в экономике	млн. чел.	65,60	67,70	+2,10
Уровень безработицы в общей численности экономически активного населения	%	8,10	6,90	-1,20
Производительность труда *	млн. руб.	167,95	150,32	-17,63
Коэффициент фондоотдачи	—	0,08	0,17	+0,09

*Примечание — \*в сопоставимых ценах*

Составлено автором по: Основные параметры прогноза социально-экономического развития РФ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [www.minregion.ru](http://www.minregion.ru). (дата обращения 12.03.11).

Безусловно, что на значения плановых показателей повлияли последствия мирового экономического кризиса. Однако в большей степени это говорит об отсутствии гибкости системы планирования, недостаточной проработке механизмов реагирования на изменения, происходящие в рыночной среде. Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать заключение о таких недостатках используемой сегодня системы регионального планирования, как низкая предсказуемость показателей, невысокая

степень достижения целей и недостаточный уровень функциональности плановых документов. Основными причинами этого, очевидно, следует считать неадаптированность системы регионального планирования к изменениям, происходящим на рынке, что может быть вызвано мало приемлемыми методами и инструментами, используемыми в разработке и управлении реализацией планов, асимметричностью информации. Нельзя также исключить влияние затянувшихся застойных процессов в экономике, влияющих на финансирование рыночных реформ.

Учитывая изложенное, среди направлений в развитии теории и методологии планирования, по мнению автора, можно выделить: в теории планирования — дополнение закономерностей, принципов и функций плановой деятельности, которые выступают исходными положениями и правилами формирования плановых документов; установление роли отдельных научных подходов, определяющих построение логики принятия управленческих решений в процессе формирования и реализации планов; в методологии планирования — уточнение типов регионов, использование критериев классификации, характеризующих рыночные возможности регионов; дополнение содержания элементов системы регионального планирования, включая виды и способы распространения информации, методы обоснования и реализации стратегии и целевых программ социально-экономического развития.

### **Список литературы:**

1. Информация о социально-экономическом положении России [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/) (дата обращения 20.02.2014).
2. Основные параметры прогноза социально-экономического развития РФ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [www.minregion.ru](http://www.minregion.ru). (дата обращения 12.03.11).
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: P32 Стат. сб. / Росстат. М., 2013.
4. Стратегия социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.volganet.ru/irj/avo.html>. (дата обращения 02.02.2014).

## КАЛУЖСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ — СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

*Николаев Виктор Александрович*

*доцент Калужского филиала Российского Государственного  
аграрного университета — МСХА имени К.А. Тимирязева,  
РФ, г. Калуга*

*E-mail: [yikt.nikolaev2010@yandex.ru](mailto:yikt.nikolaev2010@yandex.ru)*

## KALUZHSKY OWNER — DEVELOPMENT STRATEGY

*Nikolaev Viktor*

*associate Professor Kaluga branch  
of the Russian State Agrarian University — MTAА named K.A. Timirjazeva,  
Russia, Kaluga*

### АННОТАЦИЯ

В статье анализируются состояние малого и среднего предпринимательства на региональном уровне. В частности, рассматриваются созданные условия для формирования инвестиционного климата, формы и механизма финансовой поддержки калужских предпринимателей.

### ABSTRACT

In article are analyzed a condition of small and average business at regional level. In particular, the created conditions for formation of investment climate, a form and the mechanism of financial support of the Kaluga businessmen are considered.

**Ключевые слова:** Региональная экономика; малое и среднее предпринимательства; инвестиционный климат; меры поддержки предпринимателей; инфраструктура МСП; направления развития МСП; механизмы финансовой поддержки.

**Keywords:** Regional economy; small and medium entrepreneurship; investment environment; ways of the support of entrepreneurs; infrastructure of small and medium enterprises; courses of small and medium enterprises development; mechanisms of the financial support.

Социальное, экономическое развитие, материальная обеспеченность, политическая и предпринимательская активность любого общества в большинстве случаев определяется тем, как представлен в нем средний класс. Средний класс исторически сформировался за счет предпринимателей, мелких собственников и людей свободных профессий, которые является «поставщиком» предпринимателей. Развитие малого бизнеса во всех отраслях вместе способствует решению многих региональных проблем.

Основным влиянием на развитие региона является его территориальное присутствие, разделение по округам и муниципальным образованиям, его доля в системе территориального пространства региона и региона в составе Российской Федерации. В отдельно взятом регионе на его территории будут развиваться те виды бизнеса, которые здесь наиболее предпочтительнее, традиционно существующие и дающие больший эффект, по сравнению с другими территориями. Специфической особенностью территории является различия в природно-климатических условиях, географических, экономических условиях региона (местоположение территории, состояние рабочей силы, исторический опыт хозяйствования).

Калужская область является одной из наиболее развитых российских регионов с сформированной бизнес-средой европейского уровня. Этап становления и формирования высокого уровня начался порядка десяти лет назад. Регион являлся дотационным с массой предприятий, работающих на оборонный комплекс, не имея экспортоориентированных полезных ископаемых. Переломное значение имел курс на привлечение инвестиций в Калужскую область.

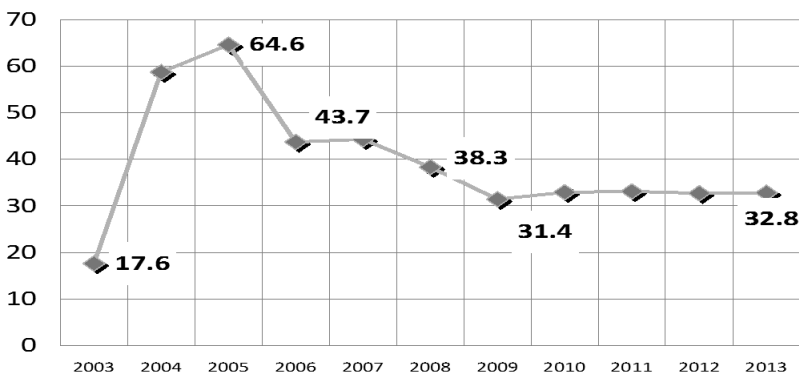
За прошедших пять лет в регион привлечено более 387 млрд. рублей инвестиций, из них 2,8 млрд. долларов привлечено в обрабатывающую промышленность — это 12 % всех инвестиций в это направление в России. Образовано 9 индустриальных парков, открыто 46 новых предприятий, создано более 25 тысяч рабочих мест. Зарплата выросла на 37 % при росте по России на 25 %. Рост реальных доходов населения составил 135 %. Развитие существующих и создание новых предприятий позволили Калужской области построить одну из самых эффективных промышленных экономик в России. Объем производства на одного человека увеличился с 89 тысяч рублей, до 437 тысяч — это 2-ое место в РФ. Налоговые поступления в федеральный бюджет в расчете на одного жителя, возросли в 3 раза. По этому показателю в 2012 году регион занимает 2-ое место в ЦФО. Значительно улучшились условия оплаты труда в бюджетной сфере, и прежде всего в образовании и здравоохранении.

В результате средняя заработная плата в регионе выросла за 5 лет в 3,2 раза [1, с. 990].

Выбранный курс развития Калужской области, повлиял на структуру промышленного комплекса, создала условия для появления высокотехнологичных производств. Сейчас в регионе сконцентрировано 770 различных предприятий, которые формирует порядка 35 % ВВП и обеспечивают более половины налоговых поступлений в областной бюджет. Треть населения области работает в промышленности.

Основная привлекательность региона для инвесторов — географическое место расположение. Калужская область расположена в центральной части Восточно-Европейской равнины. Большую часть Калужской области занимают равнины, поля и леса с разнообразным растительным и животным миром. Площадь территории составляет 29,777 тыс. км<sup>2</sup>. Через территорию области проходят важнейшие международные автомобильные и железнодорожные магистрали: Москва-Калуга-Брянск-Киев-Львов-Варшава. Калужская область граничит с Брянской, Смоленской, Московской, Тульской, Орловской областями, городом Москва [2].

Общая численность населения Калужской области более одного миллиона человек. Экономически активное население составляет более 50 %. Малым бизнесом занимается около трети активного населения. С 2003 по 2013 годах предпринимательская активность в регионе претерпела различные изменения (рис. 1).



**Рисунок 1. Количество индивидуальных предпринимателей, учтенных в БД «Индивидуальные предприниматели», по Калужской области, тысяч**

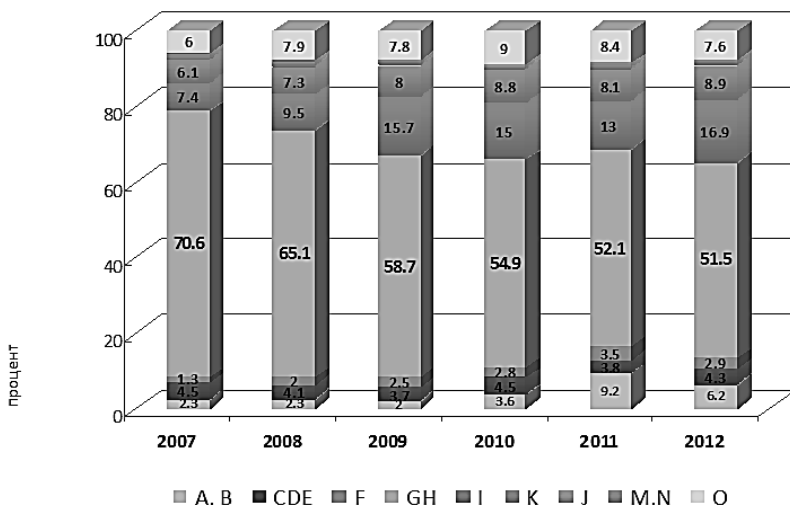
Интересы предпринимателей выразились в различных видах экономической деятельности на рисунке 2.



*Рисунок 2.*

Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны (ГН); услуги транспорта и связи (И); операции с недвижимым имуществом (К) оказались наиболее привлекательными сферами деятельности для вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей. За пять прошедших лет прослеживается тенденция по увеличению доли вновь зарегистрированных предпринимателей в области транспорта и связи с 14,7 % до 20,6 %, и, наоборот, сокращению в сфере оптовой и розничной торговли, гостиниц и ресторанов с 51,3 % до 43,1 %; предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг с 12,5 % до 6,7 % ».

По данным статистике по Калужской области официально прекративших деятельность индивидуальных предпринимателей сокращается доля занятых в сфере оптовой и розничной торговли, гостиниц и ресторанов (с 70,6 % в 2007 г. до 51,5 % в 2012 г.) и растет доля, предоставляющих услуги в области транспорта и связи (с 7,4 % в 2007 г. до 16,9 % в 2012 г.) [1, с. 990].



**Рисунок 3. Структура официально прекративших деятельность индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности в Калужской области**

- АВ — сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство, рыбоводство
- CDE — промышленность
- F — строительство;
- GH — оптовая и розничная торговля; гостиницы и рестораны;
- I — транспорт и связь;
- K — операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг;
- L — государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение;
- MN — образование, здравоохранение и предоставление социальных услуг;
- J — финансовая деятельность;
- O — предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг.

Изменение порядка расчета страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации и фонд обязательного медицинского страхования (с 14 тысяч 386 рублей до 35 тысяч 664 рубля), за 1 квартал 2013 года по сравнению с соответствующим периодом 2012 года, по данным регистрирующих налоговых органов, повлияло

количество индивидуальных предпринимателей, прекративших свою деятельность, более чем в 3 раза, по сравнению с предыдущими годами и составило в целом по области 3,4 тысячи.

Распределение по городам и районам области выглядит следующим образом:

*Таблица 1.*

	Количество индивидуальных предпринимателей, прекративших деятельность		Январь — март 2013 г. к январю — марту 2012 г., раз
	Январь — март 2013 г.	Январь — март 2012 г.	
Калужская область	3395	1087	3.1
Бабынинский	55	20	2.8
Барятинский	20	8	2.5
Боровский	121	31	3.9
Дзержинский	167	57	2.9
Думиничский	50	17	2.9
Жиздринский	31	14	2.2
Жуковский	160	51	3.1
Кировский	102	35	2.9
Износковский	22	14	1.6
Козельский	127	36	3.5
Куйбышевский	31	11	2.8
Людиновский	231	49	4.7
Малоярославецкий	209	50	4.2
Медынский	24	11	2.2
Мещовский	23	5	4.6
Мосальский	26	10	2.6
Перемышльский	42	17	2.5
Спас-Деменский	17	7	2.4



Сухиничский	84	24	3.5
Тарусский	34	8	4.3
Ульяновский	13	8	1.6
Ферзиковский	38	17	2.2
Хвастовичский	19	10	1.9
Юхновский	48	9	5.3
Калуга	1389	448	3.1
Обнинск	312	120	2.6

Правительством Калужской области утвержден план мероприятий для улучшения условий существования и развития малого бизнеса. В связи с принятым планом разработано ряд программ для удовлетворения потребностей и решение основных проблем мелкого и среднего класса. Одной из них является программа «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области». Основной целью этой программы является создание благоприятного делового климата для субъектов малого и среднего предпринимательства, что благотворно скажется на рост инновационной активности регионального бизнеса. Область взяла курс на развитие технопарков и территориальных кластеров. К 2020 году в данном секторе экономики планируется создать свыше 6 тысяч новых рабочих мест, и до 12,5 % довести долю инновационных товаров и услуг. Планируется потратить на программные мероприятия более одного миллиарда 183 миллионов рублей.

Сформированный гарантийный фонд поддержки малого предпринимательства Калужской области на базе Государственного фонда, обеспечит предоставление услуг поручительства при привлечении предпринимателями кредитов в условиях недостаточного собственного залогового обеспечения. Поддержка будет продолжена и на осуществление компенсации расходов предпринимателей: основной объем финансовой поддержки направлен на оплату процентной ставки по кредитам, полученным в банках. Продолжается осуществление и субсидирование расходов на сертификацию продукции, участие в международных выставках объектом чего являются предприятия — производители товаров, работ и услуг, поставляемых на экспорт.

На постоянной основе ведется информационная поддержка малого бизнеса, в следствие чего, осуществляется еженедельная электронная рассылка новостей; издаются каталоги и буклеты, адресованные начинающим предпринимателям. Осуществляет свою работу портал поддержки малого и среднего предпринимательства, доступный в сети Интернет, функционирует круглосуточная телефонная линия «Скорая информационная помощь», предназначенная для оперативного решения проблем и затруднений, возникающих у предпринимателей.

За счет областного бюджета в районах и городах созданы межмуниципальные центры поддержки малого предпринимательства, оказывающие услуги как на платной, так и бесплатной основе.

Упрощен доступ субъектов малого предпринимательства к производственным и офисным помещениям для чего разработан и принят региональный закон «Об установлении в Калужской области предельных значений площади арендуемых помещений и срока рассрочки оплаты приобретаемого арендуемого имущества». Предельная площадь арендуемого предпринимателями имущества установлена в размере 1500 квадратных метров, на которое они могут претендовать в случае добросовестной аренды, а также срок рассрочки платежей за приобретаемое имущество в размере до трех лет.

Основной рост объемов оборота на малых предприятиях связан с выходом на проектный уровень производства ранее созданных предприятий, переходом из категории «крупных и средних» в категорию «малых предприятий», а также открытием новых предприятий. Планируемая численность занятых на малых предприятиях составит более 93 тыс. работающих и претерпит нижеследующие изменения в разрезе территорий по сравнению 2011 годом:

Прогнозируемый рост в 2013—2014 годах по сравнению с 2011 годом увеличение количества малых предприятий на 5,9 % и численности работающих на 3,8 %. Планируется оборот малых предприятий довести в 2014 году до 188,6 млрд. рублей, что к уровню 2011 года увеличится в 1,2 раза.

Особую роль влияние принятые программы окажут на развитие малого предпринимательства в развитии депрессивных (сельских) муниципальных образований, а также вовлечение в сферу малого предпринимательства социально незащищенных (уязвимых) слоев населения и молодежи.

Достигнуть планируемых показателей и экономического роста в малом и среднем бизнесе не возможно без привлечения инвесторов в регион.

Для решения поставленных целей правительством области разработана «Стратегия развития Калужской области до 2030 г.». Главной целью которой является создание и развитие инновационной инфраструктуры, привлекательной для местных инноваторов и для инноваторов за пределами области. Администрацией области решается вопрос о привлечение людей и компетенций, т. е. носителей идей, инициаторов проектов.

Люди будут являться ключевым элементом Стратегии развития, а именно инвестиции в человека. Здесь на первый план выходят не инженерные площадки, и даже не столько сама инновационная инфраструктура, сколько качество города, городской среды, качество региона. Однако собственно эффект от программы может быть достигнут лишь на третьем этапе ее реализации — после 2020 г. То есть в том числе и после достижения эффектов от политики модернизации региона [4].

#### **Список литературы:**

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: P32 Стат. сб. / Росстат. М., 2012. — 990 с.
2. По данным Википедии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ru.wikipedia.org>.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: P32 Стат. сб. / Росстат. М., 2013. — 990 с.
4. Стратегия социально-экономического развития Калужской области до 2030 года по материалам Министерства экономического развития Калужской области.

## **ОБРАБАТЫВАЮЩИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ ГОРОДА НОВОРОССИЙСКА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Четошникова Любовь Александровна*

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и финансы»  
Новороссийского филиала Финансового университета  
при Правительстве РФ,  
РФ, г. Новороссийск  
E-mail: [chatoshnik@mail.ru](mailto:chatoshnik@mail.ru)*

## **THE MANUFACTURING ECONOMY OF THE CITY OF NOVOROSSIYSK: STATE AND PROSPECTS**

*Chetoshnikova Lyubov Aleksandrovna*

*Ph.D. associate Professor of the Department «Economics and Finance»  
Novorossiysk branch of the Financial University under the Government  
of the Russian Federation,  
Russia, Novorossiysk*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье раскрываются современные особенности состояния и функционирования одного из важнейших секторов экономики муниципального образования город Новороссийск — обрабатывающего. Анализируются показатели, характеризующие состояние обрабатывающих производств, а также внешние и внутренние факторы, влияющие на их развитие. Несмотря на позитивные тенденции, выделен ряд факторов, сдерживающих дальнейшее интенсивное развитие обрабатывающих производств. Определены направления развития отраслей.

### **ABSTRACT**

The article describes the modern features of the status and functioning of one of the most important sectors of the economy of the municipality of Novorossiysk city - processing. Analyses the indicators characterizing the state of the manufacturing industries, as well as external and internal factors influencing their development. Despite the positive trends, highlighted a number of factors, hampering the further intensive development of the manufacturing industries. Defines the ways of development of branches.

**Ключевые слова:** обрабатывающие производства; муниципальное образование; конкурентоспособность; диверсификация.

**Keywords:** manufacturing; municipality; competitiveness; diversification.

Сектор отраслей обрабатывающей промышленности представляет собой важнейшую экономическую силу. Уровень развития и состояние обрабатывающих производств свидетельствует о технологической мощи экономики региона и государства в целом.

Обрабатывающая промышленность является источником роста производительности труда и инноваций. Различные инновации и технологии этого сектора с успехом используются в различных отраслях экономики, усиливая эффект мультипликации. Так, инновации в обрабатывающей промышленности привели к развитию систем автоматического контроля в торговле, автоматической идентификации объектов и глобального позиционирования на транспорте и в логистике.

Переход к инновационной экономике возможен благодаря проведению благоприятной промышленной политики по отношению к этому сектору экономики. При этом важно отметить, что в силу исключительного разнообразия обрабатывающей промышленности по своему составу проведение единой промышленной политики здесь практически невозможно.

В настоящее время обрабатывающий сектор экономики продолжает испытывать ряд серьезных проблем развития, таких как: появляющиеся ограничения использования природных ресурсов, изменения спроса на продукцию, нехватка высококвалифицированной рабочей силы.

Эти проблемы характерны и для обрабатывающих производств экономики такого муниципального образования как город Новороссийск.

Новороссийск является одним из ведущих городов Краснодарского края, формирующих основу экономической системы Кубани и занимает 2 место после города Краснодара по величине объемов производства продукции и услуг.

Новороссийск производит более 13 % валового внутреннего продукта региона, при этом на каждого жителя города приходится выпускаемой продукции и оказываемых услуг в год в 2 раза больше, чем в среднем по Краснодарскому краю.

Город Новороссийск относится к группе территорий с многоотраслевой экономикой. Основой экономики Новороссийска является транспортный комплекс, обеспечивающий более половины

доходов городского бюджета. Объем услуг, оказанных в 2012 году организациями транспортного комплекса — 99 млрд. рублей.

В 2012 году общий объем отгруженных товаров и услуг собственного производства отраслей экономики города достиг 190 млрд. рублей, в том числе 36 млрд. руб. составил объем отгрузки товаров и услуг организаций промышленности.

Обрабатывающий сектор экономики города получил значительное развитие. Удельный вес по объему отгруженных товаров обрабатывающих производств города в основных социально-экономических показателях Краснодарского края составляет 9,4 %.

Анализируя общую численность занятых в обрабатывающей промышленности города отметим ее относительную устойчивость (таблица 1) [1].

*Таблица 1.*

**Занятость и заработная плата организаций  
обрабатывающего сектора экономики Новороссийска**

<b>Показатели</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2011 г.</b>	<b>2012 г.</b>
1. Среднесписочная численность работников организаций, чел.	9153	8955	9081
3. Среднемесячная заработная плата работников, руб.	20123	22567	26253

Незначительное сокращение численности работников организаций с 9153 чел. в 2010 г. до 9081 чел. в 2012 г. не повлияло на ее долю от численности занятых во всех отраслях экономики города — 13 %.

Сокращение численности работающих в обрабатывающих производствах можно характеризовать объективным процессом, если это происходит в основном вследствие автоматизации производства, оптимизации производственных процессов, широкого внедрения инновационных и организационных технологий.

В отраслевом разрезе обрабатывающий сектор экономики города представляется разными видами деятельности (таблица 2) [1].

Таблица 2.

**Количество организаций обрабатывающего сектора экономики  
Новороссийска (2013 год)**

№ п/п	Виды экономической деятельности	Кол-во организации	
		единиц	%
1	2	3	4
1	Производство пищевых продуктов, включая напитки	72	16,1
2	Производство неметаллических минеральных продуктов	50	11,2
3	Производство машин и оборудования	44	9,8
4	Издательская и полиграфическая деятельность	44	9,8
5	Производство готовых металлических изделий	33	7,4
6	Производство мебели и прочей продукции, не вкл. в другие группировки	32	7,1
7	Производство резиновых и пластмассовых изделий	30	6,7
8	Производство вторичного сырья	26	5,8
9	Производство судов, летательных и космических аппаратов, и прочих транспортных средств	24	5,6
10	Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели	21	4,7
11	Химическое производство	16	3,6
12	Производство медицинских изделий; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов	10	2,2
13	Текстильное производство	11	2,5
14	Металлургическое производство	11	2,5
15	Другие (9 видов)	23	5,1
	<b>ИТОГО</b>	<b>448</b>	<b>100</b>

На размещение производства и конкурентоспособность отраслей обрабатывающей промышленности влияет множество факторов, среди них особенно выделяются такие как структура издержек производства, интенсивность инноваций, потребительский. С этой точки зрения целесообразно объединить отрасли в четыре группы [2, с. 38].

В группу отраслей регионального производства входят четыре важнейшие отрасли: пищевая промышленность, металлообработка, полиграфическая промышленность, резинотехническая и производство пластмасс. На развитие и размещение этой группы отраслей значительное влияние оказывают сырьевой и потребительский факторы. Отрасли характеризуются высокой капиталоемкостью производства.

В группе высоко энерго- и ресурсоемких отраслей обрабатывающих производств позиционируются: металлургия, деревообра-

ботка. Доля потребляемой энергии и топлива в отраслях этой группы составляет от 7 до 15 % чистой продукции (в среднем по обрабатывающей промышленности — 4%). Отсюда ключевым фактором размещения производственных мощностей организаций этой группы отраслей является доступ к относительно дешевым источникам электроэнергии.

В группу трудоемких отраслей включаются текстильная промышленность, легкая промышленность. Ключевым фактором конкурентоспособности этих отраслей являются относительно низкие издержки производства продукции. Также для отраслей этой группы большое значение имеет потребительский фактор.

Группа инновационно-технологических отраслей состоит из химической производств, машиностроения, производства транспортного оборудования. Конкуренция отраслей этой группы основывается на высоких и качественных затратах НИОКР, а также способности организаций успешной реализации новых товаров на рынке.

На результатах деятельности организаций обрабатывающего сектора экономики эффект, прежде всего, от изменения спроса на продукцию проявляется по-разному.

По итогам работы за 2012 год крупными и средними организациями обрабатывающего промышленного комплекса отгружено продукции собственного производства, оказано услуг промышленного характера на сумму 35415,5 млн. рублей (таблица 3) [1].

*Таблица 3.*

**Показатели производственной деятельности организаций обрабатывающего сектора экономики Новороссийска**

Показатели	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млн.руб.	в % к 2009 г.	млн.руб.	в % к 2010 г.	млн.руб.	в % к 2011 г.
1. Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	23204,8	171,6	31281,9	134,8	35415,5	113,2

Анализ данных таблицы 3 позволяет говорить об увеличении стоимости отгруженных товаров собственного производства с 23,2 млн. руб. до 35,4 млн. руб. Однако в динамике за 2010—2012 гг. наблюдается снижение темпов роста — с 171,6 % до 113,2 %.



Снижение темпов роста производства продукции обрабатывающей промышленности обусловлено усиливающейся зависимостью обрабатывающих производств от динамики инвестиционного спроса и инновационной стратегии развития. Положение усугубляется также обстоятельством, что с ростом доходов населения и сокращением конкурентных преимуществ отечественных товаров по уровню цен формируются условия к росту импорта как потребительских, так и инвестиционных товаров.

В обрабатывающей промышленности резервы увеличения выпуска продукции определяются качеством оборудования и используемых технологий. Значительный износ основного капитала в обрабатывающих отраслях является причиной наиболее низкой загрузки оборудования, а также фактором, ограничивающим возможности дальнейшего роста производства.

Показатели финансовой деятельности организаций обрабатывающего сектора экономики, отраженные в таблице 4, отражают положительную динамику [1].

**Таблица 4.**

**Показатели финансовой деятельности организаций  
обрабатывающего сектора экономики Новороссийска**

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.
1. Прибыль (убыток) до налогообложения отчетного периода, млн. руб.	3203,0	4754,0	5375,0
2. Дебиторская задолженность, млн. руб.	6397,6	5027,9	5446,2
3. Кредиторская задолженность, млн. руб.	4127,6	5401,3	4842,5
4. Задолженность по платежам в бюджет из общей суммы кредиторской задолженности, млн. руб.	310,6	414,2	470,7
5. Задолженность по платежам в государственные внебюджетные фонды из общей суммы кредиторской задолженности, млн. руб.	36,8	70,7	78,4
6. Задолженность поставщикам и подрядчикам за товары, работы и услуги из общей суммы кредиторской задолженности, млн. руб.	2174,8	3815,8	3363,9
7. Задолженность по полученным займам и кредитам, млн. руб.	26399,4	32553,8	39380,0

В качестве перспективных направлений развития обрабатывающего сектора экономики города может рассматриваться диверсификация одной

из ведущих отраслей перерабатывающей промышленности — цементной. В перспективе возможно производство сборных железобетонных конструкций, шифера и другой продукции.

Другими направлениями развития обрабатывающих производств является наращивание мощностей в машиностроении и металлообработке, пищевой и перерабатывающей промышленности. В частности, развитие металлообработки оправдано за счет «близости к центрам ломообразования и потребления проката». Дополнительным стимулом развития таких производств является и рост потребностей со стороны строительного комплекса. Развитие пищевой промышленности обусловлено необходимостью дальнейшего развития производства виноградных и шампанских вин, виноматериалов и другой продукции для обеспечения внутренней потребности города и санаторно-курортного комплекса других муниципальных образований.

Также, Новороссийск обладает сочетанием уникальных транспортно-коммуникационных преимуществ. Но фактически он до сих пор является крупным центром перевалки грузов, без их доработки и глубокой переработки.

Необходимо постепенное дополнение современной специализации города новыми направлениями, которые будут диверсифицировать как структуру промышленности, так и в целом экономику муниципального образования.

Таким образом, обрабатывающий сектор играет важнейшую роль в экономике региона, стимулируя инновации и повышение производительности. Эффективная структура обрабатывающих отраслей должна быть объектом активной государственной промышленной политики.

### **Список литературы:**

1. Основные показатели социально-экономического положения муниципальных образований. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.krsdstat.gks.ru>.
2. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление. М.: Инфра-М, 2012.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

Научное издание

**«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ:  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»**

Сборник статей по материалам  
XXXV международной научно-практической конференции

№ 3 (35)  
Март 2014 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 12.03.14. Формат бумаги 60x84/16.  
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 12,25. Тираж 550 экз.

Издательство «СибАК»  
630075, г. Новосибирск, Залесского 5/1, оф. 605  
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного  
оригинал-макета в типографии «Allprint»  
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3