

Министерство образования и науки Российской Федерации



ЕВРАЗИЙСКОЕ ПРОСТРАНСТВО: ДОБРОСОСЕДСТВО И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

Материалы
VIII Евразийского экономического форума молодежи

(Екатеринбург, 19–21 апреля 2017 г.)

Том 2

Екатеринбург
Издательство Уральского государственного
экономического университета
2017

УДК 332.1
ББК 65.04
Е22

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, ректор Уральского государственного экономического университета *Я. П. Силин*;

кандидат филологических наук, проректор по социальной работе Уральского государственного экономического университета *Р. В. Краснов*;

доктор экономических наук, проректор по научной работе Уральского государственного экономического университета *Е. Б. Дворякина*

Редакционная коллегия:

доктор географических наук, профессор *Е. Г. Анимица*;

доктор экономических наук, профессор *В. Ж. Дубровский*;

кандидат экономических наук, доцент *А. Ю. Коковихин*;

доктор экономических наук, профессор *М. С. Марамыгин*;

кандидат педагогических наук *В. П. Соловьева*

Ответственные секретари:

Н. В. Елохина, В. А. Лазарев, Д. С. Миронов, Н. Ю. Фролова

Е22 Евразийское пространство: добрососедство и стратегическое партнерство [Текст] : материалы VIII Евразийского экономического форума молодежи (Екатеринбург, 19–21 апреля 2017 г.) : [в 3 т.] / [отв. за вып. : Я. П. Силин, Р. В. Краснов, Е. Б. Дворякина ; ред. кол. : Е. Г. Анимица, В. Ж. Дубровский, А. Ю. Коковихин и др.]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2017. — Т. 2. — 373 с.

Настоящее издание освещает широкий круг проблем современного мироустройства на Евразийском пространстве, креативные пути решения которых предложены молодыми учеными и студентами разных стран.

Материалы VIII ЕЭФМ представлены в трех томах: том 1 – приветственные слова участникам Форума, доклады пленарного заседания, открытые лекции экспертов; том 2 – тезисы работ финалистов Конгресса экономистов и Конгресса инноваторов; том 3 – тезисы работ финалистов Конгресса финансистов и Конгресса сервисных технологий.

Для студентов, участвующих в научно-исследовательской работе, магистрантов и аспирантов.

УДК 332.1
ББК 65.04

© Авторы, указанные в содержании, 2017
© Уральский государственный
экономический университет, 2017

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ТЕРРИТОРИЙ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ)



Микроэкономика

В. Р. Абзалова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка конкурентоспособности интегрированных систем аптечной сети «Валета»

Аннотация. Оценка конкурентоспособности представляет собой комплекс процедур, направленных на получение информации о продуктах и уровне сервиса. Каждый бизнес имеет свои особенности, определяющие специфику оценки конкурентоспособности компании. В работе предлагается методика оценки конкурентоспособности аптечной сети. Результаты полученной оценки обусловили актуальность развития методов и технологий совершенствования партнерских коммуникаций и изучения механизмов проведения интеграционных преобразований на предприятиях фармацевтической отрасли с целью получения позитивного синергетического эффекта в ходе интеграции.

Ключевые слова: конкурентоспособность; интегрированная система; интеграция; сеть; оценка конкурентоспособности сети.

Оценка конкурентоспособности аптеки – комплекс процедур, направленных на получение информации о продуктах и уровне сервиса. Оценка конкурентоспособности аптеки, как правило, производится еще на стадии проработки концепции компании. То есть, в то время, когда предприниматель еще не открыл фирму, а только пытается понять, какую прибыль принесет ему новое дело, и какие меры предстоит предпринять, чтобы дело окупилось. Показатели, которые следует учитывать, зависят непосредственно от того, в какой области будет работать предприятие. В случае, например, с фармацевтическим бизнесом, для того чтобы получить информацию о конкурентоспособности компании, нужно обращать внимание на следующие нюансы:

- емкость рынка в выбранном регионе;
- средняя прибыль, которую получают аналогичные фирмы;
- показатели роста отрасли;
- количество компаний, работающих в аналогичной области и предлагающих товары той же целевой аудитории;
- масса потенциальных потребителей и их финансовые возможности;
- доступность выгодных поставщиков продукции и оборудования.

Для каждой стадии интеграции предприятий можно выделить специфические факторы и показатели, комплексный анализ, которых необходим для адекватной оценки конкретного этапа объединения пред-

приятий. Основные показатели, которые могут приниматься к учету при оценке эффективности интеграции субъектов аптечных сетей.

Следует отметить, что перечень данных показателей не окончательен, а значимость может отличаться для каждого участника интегрированной структуры, помимо этого, не исключено их взаимовлияние в конкретном межфирменном взаимодействии. Ряд показателей не имеет явного количественного выражения и поддается только качественной субъективной оценке, что приводит к необходимости использования экспертных оценок наряду со стоимостными критериями оценки эффективности.

Таким образом, для всесторонней оценки эффектов интеграции предприятий предлагается использование многомерного критерия оценки деятельности партнерского объединения, основанного на синтезе аналитических подходов к оценке разнородных показателей, обозначенного в данном исследовании как «индекс партнерской эффективности».

Индекс партнерской эффективности в рамках предлагаемой методики представляет собой комплексный многомерный показатель, позволяющий оценить эффективность деятельности интегрированного объединения компаний в различные периоды его функционирования.

Анализ поведения аптечных сетей на рынке позволил сделать вывод, что их развитие происходит не за счет расширения географии присутствия путем открытия новых аптек, а за счет повышения качества обслуживания потребителей, расширения ассортимента товаров и дополнительных услуг. Также стали традиционными такие дополнительные услуги как прием индивидуальных заказов по телефону или в интернете, доставка товара, услуга консультации узких специалистов, разнообразные бонусные программы для постоянных клиентов, скидки на товары, проведение лотерей и викторин. Такой фактор конкурентоспособности как ценообразование перестал играть главенствующую роль. Качество обслуживания повышается путем постоянного совершенствования знаний сотрудников, которые проходят не только курсы повышения квалификации в области фармакологии, но и психологические тренинги и курсы межличностного общения. Это позволяет обеспечивать индивидуальный подход к каждому клиенту розничных аптечных сетей.

Анализ конкурентоспособности позволяет улучшить сильные стороны фирмы, аптеки. В частности, это позволяет понять, какова позиция (среди конкурентов) организации в настоящий момент.

Основным принципом построения аптечной сети было понимание того, что каждая отдельная аптека – это маленький бизнес в рамках большой компании, и успешной должна быть каждая аптека. «Ва-

лета» непрерывно пополняет ассортимент лекарств и товаров сопутствующей группы. Общий ассортимент превышает 16 000 наименований. В нашей аптеке вы найдете:

огромный выбор лекарственных препаратов отечественного и иностранного производства;

медицинские препараты;

широчайший выбор медикаментов;

биологически активные добавки (БАДы);

медицинские приборы и инструменты: тонометры, термометры, ингаляторы, глюкометры и др.;

товары и косметика для мам и Малышей;

диетическое и лечебно-профилактическое питание.

Также в каждой аптеке работает стол заказов.

У нас работают грамотные высококвалифицированные специалисты, постоянно повышающие свой профессиональный уровень.

Необходимо отметить, что процессы усиления концентрации участников рынка связаны, в том числе, с процессами слияний и поглощений, которые изменяют структуру рынка, но, тем не менее, крупные аптечные сети демонстрируют очень умеренные темпы развития. Российский фармрынок высоко развит за счет существования специализированной аптечной сети, которая представляет собой совокупность аптечных учреждений, в основном сложившуюся в советский период. Сегодня в России насчитывается около 60 тыс. розничных аптечных учреждений: из которых 34% приходится на аптеки, а оставшиеся 66% – на аптечные пункты и аптечные киоски.

В процессе анализа следует учитывать, что спрос на продукт, в первую очередь, формируется исходя из соотношения цена-качество. Однако это не единственный параметр, который влияет на величину спроса. Также значение может иметь: привлекательность упаковки, известность бренда и т. д.

Можно сделать следующие выводы. В отрасли высокий уровень конкуренции, который продолжает расти. Можно говорить о наличии олиго- и монополистической конкуренции. Рынок данной товарной категории находится в стадии стагнации. Довольно сильно компания зависит покупателей и дилеров – аптечной сети, что объясняется самой спецификой работы производителя лекарственных средств. В товарной категории на рынке существует довольно высокая конкуренция, а компании-конкуренты предоставляют примерно одинаковые продукты с одинаковым набором лекарственных функций. Поэтому клиенты могут довольно легко и без потерь переходить к конкурентам.

Компания зависит от конкурентов. Внимательное отношение и качественное обслуживание каждого покупателя являются нашей глав-

ной задачей. Мы нацелены на непрерывное обеспечение населения медикаментами по доступным ценам.

Компания имеет возможность удерживать долю рынка и незначительно расширять ее за счет новых сегментов. В целом аптечные сети оказывают положительное влияние на развитие розничного сегмента фармрынка: увеличиваются показатели эффективности и рентабельности, управление персоналом аптечной организации происходит на основе современных методов, используется система ценообразования, позволяющая за счет снижения издержек выигрывать в ценовой конкуренции, а также происходит процесс оптимизации денежного потока.

Результаты полученной оценки обусловили актуальность развития методов и технологий совершенствования партнерских коммуникаций и изучения механизмов проведения интеграционных преобразований на предприятиях фармацевтической отрасли с целью получения позитивного синергетического эффекта в ходе интеграции.

Изучение основных аспектов формирования межфирменных партнерских объединений (структурного, процессного и функционального) позволило получить ряд результатов. В работе предложена концептуальная схема преобразования структуры межфирменных взаимодействий предприятий в процессе проведения интеграции, основу которой составил синтез ключевых бизнес-процессов исследуемых организаций и преобразование их в кросс-организационные связующие компоненты партнерского объединения.

Таким образом, определены возможности развития организационно-структурной модели интегрированного объединения предприятий с наличием координационного центра управления партнерским объединением в разрезе специфики интеграционных структур аптечных сетей различного рода. Выявлены основные функции комплексного механизма управления интегрированными аптечными компаниями и партнерскими структурами и рассмотрены особенности его применения в контексте функционального аспекта деятельности межфирменных объединений.

Научный руководитель: А. Н. Злыгостев,
кандидат экономических наук, доцент

Д. Л. Аникина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление конкурентоспособностью организации (на примере ООО «Шабуров»)

Аннотация. Конкурентоспособность предприятия – это крайне гибкая и зависящая как от эндогенных, так и от экзогенных факторов определенная совокупность огромного числа показателей, в полной мере характеризующих рассматриваемое предприятие, способная оценить его состоятельность на рынке и спрогнозировать возможные сценарии его развития. В работе предлагается пятиступенчатая модель оценки конкурентоспособности организации. Выделены два приоритетных направления, включающих разработку и реализацию рекламной политики и введение в штат дополнительного персонала в лице квалифицированного специалиста в сфере маркетинговых технологий.

Ключевые слова: конкурентоспособность; управление конкурентоспособностью; эндогенный и экзогенный фактор; пятиступенчатая модель оценки конкурентоспособности.

Оценка и анализ конкурентоспособности на сегодняшний день являются неотъемлемой частью функционирования абсолютно любого как маленького, так и крупного предприятия. Данный полученные в ходе такого анализа позволяют получить достоверную информацию о ситуации на конкурентном рынке и понять свои сильные и слабые стороны, а так же найти их у конкурентов, что в последующем упрощает процесс формирования и выбора тактики поведения на рынке. Именно поэтому меня крайне заинтересовала данная тема.

В ходе знакомства с фундаментальными понятиями конкурентоспособности мы, в большинстве случаев, сталкиваемся с огромным массивом различного рода определений понятия конкурентоспособности предприятия, не дающих в полной мере четких характеристик и зачастую представляющих абсолютно разные явления экономической теории. Проанализировав более тридцати трактовок данного термина, мной было составлено, свое собственное определение, которое, по моему мнению, в полной мере описывает рассматриваемое явление.

На мой взгляд, конкурентоспособность предприятия – это крайне гибкая и зависящая, как от эндогенных, так и от экзогенных факторов, определенная совокупность огромного числа как возможных к измерению, так и абсолютно абстрактных показателей, в полной мере характеризующих рассматриваемое предприятие и непосредственно способствующее оценить его текущую состоятельность на рынке и спрогнозировать возможные сценарии его развития.

Ни для кого не секрет, что на конкурентоспособность влияет огромное количество факторов. В ходе знакомства с методоло-

гическими основами анализа конкурентоспособности, мной были рассмотрены более 10 методик анализа данного показателя, которые в большей степени крайне отличаются между собой и имеют огромное число, как минусов, так и плюсов. В работах Ж.-Ж. Ламбена, например, выделены такие индикаторы конкурентоспособности как относительная доля рынка, издержки, отличительные свойства, степень освоения технологии, метод продаж, известность, имидж [2, с. 91]. М. Портер же напротив, ограничился всего пяти показателями, включающими анализ угроз появления продуктов-заменителей (субститутов), анализ угрозы появления новых игроков (конкурентов), анализ рыночной власти поставщиков, анализ рыночной власти потребителей, анализ уровня конкурентной борьбы [3, с. 56].

Еще одним методом позволяющим сопоставить конкурентов является метод, предложенный в работах Ф. Котлера и П. Диксона. Он заключается в том, что сопоставлять нужно не коммерческие инструменты, при помощи которых организация воздействует на рынок, а результаты такого воздействия. Именно такие результаты и рассматриваются по сути как индикаторы конкурентоспособности [1, с. 19].

Таким образом, разные авторы в зависимости от области маркетинговых исследований, и исходя из своих научных взглядов, обосновывают различные группы факторов, которые необходимо включить в интегральный показатель [4, с. 87]. Следует также отметить, что единого подхода к четкому их перечню, на сегодняшний момент развития современной науки нет. И это обстоятельство, на мой взгляд, крайне усложняет процедуру оценки конкурентоспособности предприятия, и исключает возможность адекватной оценки картины современного рынка.

Именно поэтому, мной в ходе проведенного обзора методологий была предложена и разработана следующая пятиступенчатая модель анализа, которая в полной мере позволяет провести детальную оценку конкурентоспособности предприятия.

Первой ступенью, на мой взгляд, следует выделить анализ потребителей интересующего нас рынка, так как они являются важнейшим катализатором любых рыночных механизмов.

Для данного метода оценки нам потребуется разработка общего портрета возможного потребителя. Под портретом потребителя следует понимать некий собирательный образ потенциального потребителя анализируемого рынка. Далее производится отбор и последующее описание целевой аудитории.

Затем осуществляется подсчет потенциальной, фактической и доступной емкости рынка (объема рынка), с использованием экспертных данных по возможному потреблению интересующего нас товара,

и статистических данных численности населения и его половозрастного состава по данным государственной статистики. Данный показатель позволяет нам оценить общий спрос на категорию товаров, выраженный в покупательской способности населения.

Потенциальная емкость рынка предполагает максимальный размер рынка на анализируемый товар или услугу среди круга потребителей. Рассчитывается она путем произведения, общей численности населения интересующей области на норму идеального годового потребления анализируемой услуги и на среднерыночную цену данной услуги.

Реальная или другими словами фактическая емкость рынка определяет размер рынка, основываясь непосредственно на текущем уровне развития спроса среди населения. Она равна произведению числа потребителей, реально нуждающихся в использовании данной услуги, годового потребления услуги и на среднерыночную цену за услугу.

Доступная емкость рынка предполагает под собой определение размеров рынка путем потенциальной возможности у конкретной компании претендовать на данный рынок и в полной мере удовлетворять потребности представленных потребителей. Доступная емкость рынка в свою очередь равна произведению числа потребителей реально используемых данную услугу и идеальную норму потребления для нашей компании, и среднюю цену услуги.

Второй ступенью нашего анализа является оценка конкурирующей среды. Данный этап, прежде всего, сводится к анализу темпов роста рынка и количеству игроков на нем. Далее производится качественная выборка из интересующих нас игроков, направленная на выявление прямых, косвенных и ключевых конкурентов. В результате данного этапа мы получаем список конкурентов являющихся для нас угрозой бизнеса и требующие более детального анализа.

Впоследствии, проводится анализ уже выбранных угрожающих нашей компании конкурентов с помощью данных субъективных экспертных оценок и информации полученной в ходе опросов, как целевой аудитории, так и сотрудников, анализируемых компании. В ходе анализа используются данные о положении ключевых конкурентов в отрасли и темпы их роста. Составляется карта конкурентов, наглядно интерпретирующая указанные выше данные. Затем происходит условное деление анализируемых предприятий на приоритетные направления работы.

Производится сравнительный анализ цен конкурентов и способов дистрибуция своих услуг. Анализируется позиционирование и узнаваемость предприятий с точки зрения целевой аудитории рынка. Анализу

подвергаются и методы прямого продвижения, используемые у конкурентов. Стороной не обходится и анализ технологической оснащенности соперников. Впоследствии, для подведения итогов составляется краткий SWOT-анализ.

Третьей ступенью следует выделить этап непосредственной работы с интересующим нас предприятием и определение его конкурентоспособности в сложившейся ситуации. Для данного анализа следует уделить внимание финансово-экономическому состоянию, конкурентоспособности предлагаемого продукта, маркетинговой эффективности, уровню управления, инновационной оснащенности, трудовому и производственному потенциалу предприятия, информационной обеспеченности и рыночному имиджу.

Для более четкого понимания сложившейся на рынке ситуации так же производится анализ конкурирующих сил Портера. Майкл Портер в своей модели пяти конкурентных сил описывает три параметра, которые должны учитываться при анализе конкуренции на рынке:

- 1) уровень угрозы со стороны товаров-субститутов (или товаров-заменителей);
- 2) уровень внутри отраслевой конкуренции;
- 3) угроза появления новых игроков, способных запустить передел рынка [5, с. 58].

Четвертой ступенью выделяется анализ макросреды предприятия и SWOT-анализ организации. Макросреда исследуется путем проведения PEST анализа. Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST-анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении SWOT-анализа компании. Давая оценку политическим, экономическим, социально-культурным и технологическим факторам, необходимо учитывать не только их фактическое состояние, но и прогнозировать возможные изменения каждого фактора на несколько лет вперед [6, с. 46].

SWOT-анализ – разновидность ситуационного анализа, предназначенного для оценки текущей и общей конкурентоспособности товара компании на анализируемом рынке с помощью внешней и внутренней среды организации. Данная методика предполагает рассмотрение сильных и слабых сторон предприятия, а так же выявления возможностей и угроз. Данная модель крайне полезна в плане формирования стратегических решений.

Пятой ступенью анализа конкурентоспособности становится обобщение всей полученной информации и формулирование ключевых мероприятий по повышению конкурентоспособности анализируемого предприятия.

Вышеописанная пятиступенчатая модель, впоследствии, была апробирована на обществе с ограниченной ответственностью «Шабуров» (далее ООО «Шабуров»). В ходе анализа были выделены проблемы связанные с не эффективностью маркетингового управления. В число недостатков входят:

- отсутствие рекламной политики;
- неэффективное маркетинговое управление;
- низкий уровень лояльности и узнаваемости предприятия;
- слабая сервисная политика.

Для преодоления вышеперечисленных недостатков были предложены некоторые альтернативные пути их преодоления. В их числе:

разработка и внедрение стратегий рыночного продвижения по средствам рекламного инструмента;

введение в штат новой должности специалиста по маркетингу, либо повышение квалификации уже имеющих кадров в данном вопросе;

разработка и внедрение стратегии позиционирования, и улучшение имиджа компании;

разработка и внедрение программы сервисного обслуживания клиентов.

Из которых в последствии были выделены два приоритетных направления, включающие разработку и реализацию рекламной политики и введение в штат дополнительного персонала в лице квалифицированного специалиста в сфере маркетинговых технологий.

Для выделенных приоритетных предложенных мероприятий были составлены и посчитаны:

предполагаемые суммы затрат;

была рассчитана планируемая чистая прибыль;

составлен финансовый план доходов и расходов внедряемых мероприятий.

Рассчитаны:

чистый дисконтированный доход проекта или NPV;

индекс рентабельности;

срок окупаемости;

точка безубыточности проекта.

В финале была проведена оценка рисков для предложенных к внедрению мероприятий и составлена сводная таблица предполагаемых финансовых результатов, обосновывающих экономические аспекты их внедрения, с прогнозируемым и наглядным эффектом.

Библиографический список

1. Антонов Г. Д., Иванов О. П., Тумин В. М. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2014.

2. *Новикова Н. Г.* Управление конкурентоспособностью коммерческой организации: маркетинговый подход: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012.

3. *Синяева И. М.* Маркетинг для магистров: учебник / под ред. И. М. Синяевой. М.: ИНФРА-М, 2016.

4. *Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.* Маркетинг: учебник. М.: ИНФРА-М, 2016.

5. *Теория и методология управления конкурентоспособностью бизнес-систем / под общ. ред. С. А. Баронина, Л. Н. Семерковой.* М.: ИНФРА-М, 2013.

6. *Фатхутдинов Р. А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебник. М.: ИНФРА-М, 2000.

Научный руководитель: И. Н. Попова,
кандидат социологических наук, доцент

О. В. Максимова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка проекта по совершенствованию организационной структуры управления компанией (на примере ЕМУП «Многопрофильные энергетические системы» (Хлебокомбинат))

Аннотация. Менеджмент является важнейшей функцией управления, связанной с распределением ресурсов, адаптацией к внешней среде, внутренней координацией и организационным стратегическим предвидением. В работе анализируются особенности организационной структуры управления ЕМУП «Многопрофильные энергетические системы» и предлагаются направления ее совершенствования. Для оптимизации затрат предлагает создать отдел логистики.

Ключевые слова: менеджмент; функция управления; организационная структура; электроэнергетика; управление компанией.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день менеджмент выступает важнейшей функцией управления, связанной с распределением ресурсов, адаптацией к внешней среде, внутренней координацией и организационным стратегическим предвидением. Повышение эффективности работы предприятий во многом зависит от правильно организованной структуры управления, которая находится в прямой зависимости от деятельности отдельных ее элементов, а также правильно выбранной цели.

Объектом исследования в данной научной работе выступает Екатеринбургское муниципальное унитарное предприятие «Многопрофильные энергетические системы» (Хлебокомбинат).

Предметом исследования являются особенности организационной структуры управления компанией ЕМУП «МЭС» (Хлебокомбинат).

Цель исследования – предложение и обоснование проекта по совершенствованию организационной структуры управления компанией ЕМУП «МЭС».

Для достижения заявленной цели необходимо решить ряд задач:

1) изучить теоретические и методологические основы построения организационной структуры управления предприятием;

2) дать организационно-экономическую характеристику предприятия;

3) провести анализ существующей организационной структуры управления предприятия;

4) выявить проблемы и разработать проект по совершенствованию организационной структуры управления предприятием.

Наиболее распространенными организационными структурами управления являются: функциональная, дивизионные, проектная, матричная, линейная, штабная.

Исходя из проведенного организационно-экономического анализа можно сказать, что хлебокомбинат достаточно успешно наращивает производство собственной продукции и ее реализацию. Выручка от продажи продукции хлебокомбината за последние три г. выросла на 72 687 тыс. р., или на 9,8%. В свою очередь себестоимость реализованной продукции выросла на 54 633 тыс. р., или на 10,0%. Чистая прибыль хлебокомбината за анализируемый период была также отрицательной, при этом ее величина увеличилась на 59 794 тыс. р. Рентабельность продукции хлебокомбината за последние три года выросла с 9,86 до 9,92%, что свидетельствует об увеличении прибыли или самофинансируемого дохода с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

В целом следует отметить, что хлебокомбинату необходимо сокращать прочие расходы для получения положительного результата чистой прибыли.

В результате проведенного исследования организационной структуры предприятия и системы управления предприятием ЕМУП «МЭС» (хлебокомбинат) мы выявили: организационная структура управления предприятием ЕМУП «МЭС» (хлебокомбинат) имеет линейно-функциональный вид; выявлены проблемы при организации логистической системы предприятия, которые возникли в результате отсутствия специального отдела.

Однако и при такой структуре существуют определенные недостатки:

каждое подразделение заинтересовано в достижении узкой цели, а не общей цели предприятия;

чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали;

трудности поддержания постоянных взаимосвязей между различными функциональными службами.

Поскольку ЕМУП «МЭС» (хлебокомбинат) специализируется на производстве хлеба и кондитерских изделий, а также их поставке, проанализируем эффективность управления транспортной системой на исследуемом предприятии.

Основными рекомендациями по совершенствованию системы управления ЕМУП «МЭС» (хлебокомбинат) являются: во-первых, создание отдела логистики и привлечение в штат молодых и квалифицированных специалистов; во-вторых, внедрение в деятельность хлебокомбината концепции «точно-в-срок».

Для реализации данных рекомендаций разработан проект, длительность которого составляет год. Цель проекта: повышение эффективности управления предприятием ЕМУП «МЭС» (хлебокомбинат).

Задачи проекта:

1) уложиться в срок 12 мес.;

2) минимальные затраты на реализацию проекта.

Результат: оптимизация системы управления предприятием, улучшение логистической системы предприятия, повышение конкурентоспособности.

В проекте определены пять этапов работ, таких как:

1) подготовка приказа о создании отдела, разработка структуры отдела выделение штатных единиц;

2) подбор персонала, привлечение молодых специалистов;

3) приобретение и установка автомобильной навигации;

4) установка контрольно-пропускных устройств и изготовление пластиковых пропусков;

5) подведение итогов о проделанной работе.

Объем финансовых ресурсов 408,7 тыс. р. Основными результатами реализации данного проекта стали: оптимизация системы управления предприятием, улучшение логистической системы предприятия, повышение конкурентоспособности.

Научный руководитель: Я. В. Савченко,
кандидат экономических наук, доцент

В. Ю. Первушина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Банковский кредит как способ привлечения заемных средств в деятельность корпораций

Аннотация. Целью работы является изучение роли и места банковского кредита в финансировании деятельности и развития корпораций. Анализируется структура и финансовое состояние группы компаний «Зоолэнд». Предполагается оценить эффективность привлечения банковского кредита для реализации инвестиционного проекта, а также выявить недостатки и спорные моменты в процессе заимствования, после чего разработать рекомендации и предложения по решению данных проблем для рассматриваемой группы компаний.

Ключевые слова: экономика; банк; банковский кредит; заемные средства; деятельность корпораций.

Уже довольно продолжительное время в российском обществе происходят процессы, направленные на преобразования в области экономики. Их главная цель – это организация конкурентоспособной, эффективной и независимой экономической системы, которая будет способна быстро и соответствующим образом реагировать на реалии активно изменяющегося мира.

Следуя данной позитивной тенденции российские корпорации, которые, в сущности, являются основой и двигателем российской экономики, в период не слишком большой развитости малого и среднего бизнеса, энергично используют различные механизмы для укрепления своей роли на рынке. Так же привлекая различные источники, они расширяют свое влияние на перспективные и полезные области общества и доходные сферы национальной экономики и хозяйства.

При отсутствии желания у корпорации менять структуру своих внутренних источников финансирования, а также когда ресурсы нужны ей в сжатые сроки, корпорация может воспользоваться услугами банков, в частности получить банковский кредит. Но при кредитовании риски высоки как со стороны корпорации, так и со стороны банков, поскольку при неправильно выбранной тактике поведения и плохо разработанных мерах по управлению выплатами, утратить финансовую стабильность рискуют оба участника данных взаимоотношений. В связи с этим, банку приходится требовать от корпорации приведения показателей своей деятельности к некоторой оптимальной норме, тем самым приводя в порядок свои финансовые результаты, денежные потоки и эффективность собственной деятельности.

В дальнейшем подобные данные могут помочь минимизировать финансовые риски корпорации, путем анализа и совершенствования

политики внешнего заимствования. Установления с банками четкого взаимодействия.

Исходя из этого, цель данной работы заключается в том, чтобы углубить свои теоретические знания об источниках финансирования корпораций, в общем, и о банковском кредите в частности, а также проанализировав структуру и финансовое состояние группы компаний «Зоолэнд», оценить эффективность привлечения банковского кредита для реализации инвестиционного проекта. Вместе с этим, выявить недостатки и спорные моменты в процессе заимствования, после чего разработать рекомендации и предложения по решению данных проблем для рассматриваемой группы компаний.

Конкурсная работа состоит из введения, трех глав основной части: в первой сформулированы теоретические основы данной темы, где будут представлено понятие корпорации, источников финансирования ее деятельности и место в этих ресурсах банковского кредита. В данном разделе можно утверждать, что одним из важнейших источников является заемный капитал, в котором большую долю занимает банковский кредит. Именно он по большей части отвечает за инвестиционные кредиты множества маленьких предприятий и крупных групп.

У банковского кредита есть свои особенности и множество видов, каждый из которых нужно анализировать отдельно для каждого проекта в частности. Банковский кредит при грамотном выборе условий кредитования может принести большие доходы и полностью окупиться. Но заемные деньги это всегда риск, как для заемщика, так и для банка, поэтому последний использует различные тактики по минимизации этого риска, в частности применяет анализ кредитоспособности заемщика по системе кредитный конструктор.

Правильный подход к выбору кредита и структуре заключения договора выбрала группа компаний «Зоолэнд», которая основываясь на своем финансовом состоянии и целевой потребности, смогла таким образом построить работу с банком, что хоть и в данный момент объединение не так устойчиво, как изначально, но все же инвестиционный проект целесообразен, он окупится и принесет дополнительный доход. Проведенный анализ по различным факторам компании, реализующей проект, подтвердил способность своевременно исполнять обязательства перед контрагентами и банками-кредиторами. Также стоит сказать, что данная группа компаний не только может реализовать данный проект, но и анализ рентабельности данных инвестиций говорит о том, что это выгодно и оправдано. Хотя конечно, сейчас, в момент кризисной ситуации как банкам, так и корпорациям пришлось изменить свою кредитную политику и политику заимствования и показатели, характеризующие деятельность обеих сторон, несколько снизились.

В таких условиях необходимо уметь управлять долгами и создавать обоснованную кредитную политику. Корпорации тратят на подобные услуги немалые деньги, но это того стоит, поскольку экономия в данном случае, больше затрат.

Для любого заключения кредита важны несколько факторов, которым довольно легко следовать или попытаться найти наилучший выход, это наличие обеспечения, целевое распределение средств, наличие источников покрытия кредита и открытость к информации о компании. Данные факторы подлежат обсуждению и корректировке с обеих сторон заимствования.

Для поддержки постоянного прогресса корпорациям требуются новые источники финансирования. Так, привлечение заемных средств, стало нормой ведения бизнеса для всех компаний. Однако чтобы достичь целей, поставленных собственниками, не потеряв при этом финансовой устойчивости, долгами необходимо управлять. Особенно серьезно стоит контролировать банковский кредит, который является наиболее доступным и относительно быстрым способом, но несет в себе не меньше опасности для корпорации. Снижение финансовой устойчивости в результате превышения лимита заимствований неплатежеспособность из-за ошибок при составлении графика погашения долгов или нехватки высоколиквидных активов, это еще далеко не все проблемы, возникающие при отсутствии грамотного подхода к заимствованию у банков.

В связи с этим, корпорации должны предельно четко формулировать пути своего будущего развития, фиксируя условия и границы перспектив в кредитной политике компании. В ее структуру чаще всего включают правила управления долговой позицией компании, методы контроля эффективности их использования. Чтобы рационально использовать заемные средства и управлять ими с максимальной для компании выгодой, на основе бюджета и плана инвестиционного развития составляется кредитный план. В зависимости от варианта плана формируется структура долгового портфеля.

В бизнесе всегда есть риск, что средств, которые поступают от основного вида деятельности, не хватит для погашения текущих кредитов. В такой ситуации компания вынуждена привлекать новые займы или же выплачивать значительные штрафы и пени из-за просрочек платежей.

Избежать этих проблем можно, если удастся убедить кредиторов пересмотреть график платежей. Нередко они соглашаются на неравномерные выплаты по кредиту, а суммы могут варьироваться в зависимости от прогноза движения денежных средств. Чтобы банк согласился на такие условия, необходимо убедить банкиров в том, что при переносе сроков оплаты транши будут регулярными, не возникнет кассо-

вых разрывов, а значит, удастся избежать и просрочек. В качестве аргумента можно представить отчет о движении денежных средств, договоры с основными покупателями и прочее.

В основе каждого метода оптимизации кредитных условий лежит ответственность заемщика к выполняемому перечню действий при подготовке к кредитованию и финансовое состояние кредитуемой организации. Отлаженные отношения с банками, их представителями – признак дальновидной компании и во многом залог ее успеха. Поэтому постоянный мониторинг условий, процентных ставок и услуг в различных банках, даже при условии отсутствия потребности в банковском кредите станет преимуществом в будущем. Зная некоторые основы общения с банками, профессионал сможет снизить привлечь для своего объединения наибольшую результативность.

Корпорации, которые выбирают банковский кредит как способ пополнения источников финансирования, продумывают и просчитывают буквально каждый свой шаг, для них главное соблюдение финансовой устойчивости и минимизация затрат на привлечение заемного капитала.

Научный руководитель: Т. С. Орлова,
доктор философских наук, профессор

Д. И. Субботина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка стратегии позиционирования товара на рынке

Аннотация. Стратегическое позиционирование является основным элементом маркетинговой стратегии предприятия. В ходе исследования выявлены и определены основные конкуренты компании, целевой сегмент покупателей. Определено, что эффективной стратегией является экологическая стратегия, которую использует американский концерн, наименее эффективную стратегию позиционирования использует АО «БСК», придерживающееся стратегии «следования за лидером». Исследование показало, что предприятию стоит использовать стратегию уникальности и позиционировать себя как «первое на отечественном рынке предприятие, выпускающее едкий кали высокого качества и использующее современную технологию производства».

Ключевые слова: стратегия; позиционирование; рынок; маркетинговая стратегия; конкуренция.

Стратегическое позиционирование товара является неотъемлемой частью любой успешной маркетинговой стратегии предприятия, важнейшей составляющей победы в конкурентной борьбе за потребителей.

Целью данной научно-исследовательской работы является формирование стратегии позиционирования продукции предприятия.

Объектом научно-исследовательской работы является ООО «Сода-хлорат» в Березники Пермского края. Предметом – разработка стратегии позиционирования едкого кали, производимого ООО «Сода-хлорат».

Задачи данной научной работы:

- 1) изучить сущность и содержание понятия «позиционирование»;
- 2) рассмотреть стратегии и методики позиционирования;
- 3) проследить основные этапы разработки стратегии позиционирования;
- 4) изучить основные особенности деятельности предприятия ООО «Сода-хлорат»;
- 5) проанализировать текущие стратегии позиционирования основных конкурентов ООО «Сода-хлорат»;
- 6) выявить основные факторы внешней среды, которые оказывают влияние на деятельность ООО «Сода-хлорат»;
- 7) проанализировать состояние внутренней среды;
- 8) провести SWOT-анализ исследуемого предприятия ООО «Сода-хлорат»;
- 9) разработать стратегию позиционирования продукции ООО «Сода-хлорат».

Позиционирование – это творческий процесс на плановой основе, который представляет собой обеспечение конкурентоспособного положения на рынке, создающего в сознании потенциальных потребителей определенный образ компании и ее продукта.

Стратегия позиционирования представляет собой документ, на который предприятие будет ориентироваться при разработке маркетингового плана для продвижения своего товара. Она может быть разработана и реализована с помощью различного применения характерных свойств товара, конкуренции, особого применения, типов потребителей¹.

Процесс разработки позиционирования состоит из следующих этапов:

- определение целевого рынка;
- оценка текущего восприятия продукции предприятия и конкурентов;
- разработка и тестирование возможных концепций позиционирования товара;
- написание стратегии позиционирования;
- контроль конкурентоспособности утвержденной стратегии в дальнейшем.

¹ *Сода-хлорат*. URL: <http://sodahlorat.ru>.

ООО «Сода-хлорат» в Березники Пермского края – единственное химическое промышленное предприятие России, производящее гидроксид калия (едкий кали, KOH). Доля предприятия на мировом рынке производителей едкого кали составляет 2%¹.

Основными конкурентами предприятия на внешнем рынке являются американский концерн OxiChem (Occidental Chemical), позиционирующий себя как лидер по охране окружающей среды, и бельгийский концерн Tessenderlo Group, ставящий в основу стратегии позиционирования – инновации².

На отечественном рынке конкурентами являются АО «Каустик» (Волгоград) и АО «БСК» (Стерлитамак), которые производят товар-заменитель едкого кали – едкий натр (гидроксид натрия, каустическая сода, NaOH). АО «Каустик» использует стратегию позиционирования лидера рынка, АО «БСК» позиционирует себя как второе предприятие в России по выпуску каустической соды.

Оценка стратегий позиционирования конкурентов показала, что наиболее эффективной стратегией является экологическая стратегия, которую использует американский концерн, наименее эффективную стратегию позиционирования использует АО «БСК», придерживающиеся стратегии «следования за лидером».

На рынке потребителей едкого кали существуют два сегмента – сегмент зарубежных предприятий и сегмент российских предприятий.

ООО «Сода-хлорат» организует производство едкого кали на современном оборудовании и по уникальным технологиям в России, что позволяет предприятию быть конкурентоспособным. Единственная проблема предприятия – отсутствие известности и потребителей едкого кали на отечественном рынке. Правильное позиционирование позволит ООО «Сода-хлорат» выйти на российский рынок

Предприятию стоит использовать стратегию позиционирования уникальности и позиционировать себя как «Первое на отечественном рынке предприятие, выпускающее едкий кали высокого качества и использующее современную технологию производства».

Поскольку позиционирование товара достигается главным образом с помощью рекламы и PR-кампаний, возможно участие предприятия в отраслевой выставке «Химия-2017» на базе в ЦВК «Экспоцентр» (Москва), где сосредоточена целевая аудитория, затраты на участие в которой составят 516 700 р.³ А также размещение статьи стоимостью 210 000 р. и рекламного модуля стоимостью 85 500 р. в крупнейшем отраслевом издании The Chemical Journal, основными читателями

¹ Occidental Petroleum Corporation. URL: <http://www.oxy.com/Pages/default.aspx>.

² Powerbranding. URL: <http://powerbranding.ru>.

³ The Chemical Journal. URL: <http://tcj.ru>.

журнала является целевая аудитория ООО «Сода-хлорат». Наибольший экономический эффект на долгосрочную перспективу принесет участие в выставке «Химия-2017»¹.

Эффективность рекламной деятельности составляет 10 283,7%. Объем продаж в 2017 г. с проведением рекламной кампании в стоимостных показателях ожидается выше на 62% по сравнению с 2016 г. Формирование стратегии позиционирование предприятия и осуществляемые с этой целью маркетинговые мероприятия принесут предприятию экономическую выгоду.

Научный руководитель: Е.В. Потапцева,
кандидат экономических наук, доцент

В. Д. Фоминых

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка конкурентоспособности холдинговой структуры

Аннотация. На современном рынке достаточно часто встречаются организации холдинговой структуры. Объединение ресурсов позволяет им получать синергетический эффект и усложняет процесс оценки конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности холдингов носит специфический характер, и применение всех методов оценки невозможно. В работе представлен подход к оценке конкурентоспособности холдинговой структуры на примере ООО «Первостроитель».

Ключевые слова: конкурентоспособность; оценка конкурентоспособности; холдинг; рыночные отношения; девелопмент.

В условиях развитых рыночных отношений каждая фирма, каждый предприниматель должны иметь свою стратегию, найти главное звено для победы в острой конкурентной борьбе. Без «стратегического видения» будущего, без поиска долговременных «качественных» преимуществ невозможно достичь эффективного функционирования бизнеса.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на данный момент в сфере девелопмента представлены организации только в форме холдинговых структур. Это сделано для того, чтобы получить синергетический эффект от объединения ресурсов, для того чтобы меньше зависеть от внешних контрагентов. Исходя из этого, вытекает проблема оценки конкурентоспособности холдингов, так как оценка холдингов носит специфический характер и применение всех методов оценки конкурентоспособности компаний невозможно, ведь необходимо оценить не только саму по себе компанию, входящую в холдинг или возглавляющую его, а именно весь холдинг в целом.

¹ Tessengerlo Group. URL: <http://www.tessengerlo.com>.

Цель проектной работы – провести оценку конкурентоспособности холдинговой структуры (на примере ООО «Первостроитель»).

Существует множество методов оценки конкурентоспособности компаний. Среди них можно выделить: матричные методы; методы, основанные на оценивании конкурентоспособности товара или услуги предприятия; методы, основанные на теории эффективной конкуренции; комплексные методы.

Оценка конкурентоспособности холдинга носит более сложный характер, чем оценка отдельного предприятия в силу того, что необходимо учесть показатели всех предприятий и вывести общий итог, оценивающий весь холдинг. Исходя из этого, оценка может осуществляться не всеми методами, которые указаны. Многие методы окажутся слишком сложными в применении, относительно холдинга, например методы, основанные на теории эффективной конкуренции.

Исходя из этого, оценку конкурентоспособности холдинга «Первостроитель» целесообразно будет провести, используя многомерный сравнительный анализ. В состав стратегической группы конкурентов исследуемого холдинга на строительном рынке г. Екатеринбурга входят: ООО «Перспект Девелопмент», «Синара Девелопмент», «Forum Group».

Для анализа необходимо построить матрицу исходных данных для сравнительного многомерного анализа конкурентоспособности холдинга (табл. 1).

Таблица 1

**Матрица исходных данных
для сравнительного многомерного анализа конкурентоспособности**

Показатель	Год основания	Время существования на рынке, лет	Ввод жилья в эксплуатацию в 2016 г., тыс. м ²	Средняя цена предложения за 1 м ² , р.	Строящиеся объекты, шт.	Объекты в продаже, шт.
Первостроитель	2003	13	0,0	79 432,00	4	3
Перспект Девелопмент	2013	3	0,0	85 917,60	2	2
Синара Девелопмент	2009	7	95,2	76 672,74	4	5
Forum Group	2002	14	61,2	85 327,50	2	6

Далее нужно построить матрицу стандартизированных коэффициентов для определения рейтинга компании по выбранным показателям, возвести все показатели в квадрат (табл. 2).

Для оценки сильных и слабых сторон каждой из рассматриваемых компаний, была составлена лепестковая диаграмма (рис. 1).

Результат сравнительного многомерного анализа конкурентоспособности

Показатель	Время существования на рынке, лет	Ввод жилья в эксплуатацию в 2016 г., тыс. м ²	Средняя цена предложения за 1 м ² , руб.	Строящиеся объекты, шт.	Объекты в продаже, шт.	Сумма коэффициентов
Первостроитель	0,86	0,00	0,94	1,00	0,25	3,06
Перспект Девелопмент	0,04	0,00	0,79	0,25	0,11	1,20
Синара Девелопмент	0,25	1,00	1,00	1,00	0,69	3,94
Fogum Group	1,00	0,41	0,81	0,25	1,00	3,47

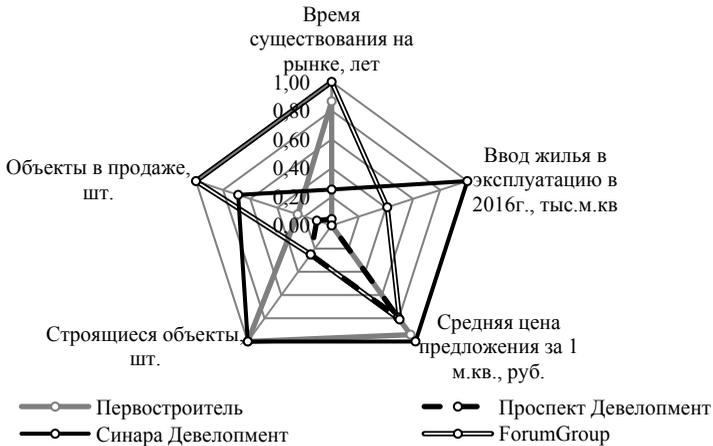


Рис. 1. Сильные и слабые стороны компаний

Просуммировав квадраты стандартизированных коэффициентов по строкам, получен рейтинг компаний (рис. 2).

Таким образом, проведенный многомерный сравнительный анализ показал, что лидером среди рассматриваемых компаний оказалась «Синара Девелопмент». Наихудший результат показала компания ООО «Первостроитель». Конкурентоспособность ООО «Первостроитель» оказалась значительно ниже, чем у лидера. Такая ситуация сложилась из-за низкого показателя ввода жилья в эксплуатацию в 2016 г. (не было введено ни одного объекта из-за приостановки постройки на несколько месяцев). Также, компания ООО «Первостроитель» обладает меньшим количеством объектов, находящихся в про-

даже. Холдингу следует повышать конкурентоспособность для того, чтобы он мог противостоять в конкурентной борьбе с другими предприятиями.

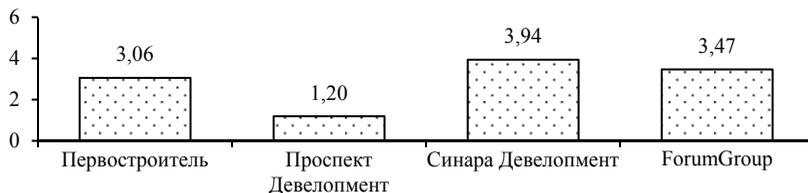


Рис. 2. Ранжирование основных конкурентов ООО «Первостроитель»

Научный руководитель: Е. В. Потапцева,
кандидат экономических наук, доцент

Е. А. Черемина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Транспортно-экспедиторское обеспечение импортных поставок автомобилей по маршруту из Финляндии в Россию (на примере компании ООО «Рольф Лоджистик»)

Аннотация. Рассмотрено предложение транспортных услуг на мировых рынках и необходимость учета специфики доставки определенного вида груза. Целью работы является выявление специфики транспортно-экспедиторского обеспечения поставок легковых автомобилей по направлению из Финляндии в Россию в зависимости от способа транспортировки и определение оптимального маршрута их доставки.

Ключевые слова: логистика; цепь поставок; глобализация мирового хозяйства; импортная поставка; транспортно-экспедиторское обеспечение.

В условиях глобализации мирового хозяйства усложняются глобальные цепочки поставки товаров, которые включают в себя разнообразные схемы доставки внешнеторговых грузов. Разнообразие предложения транспортных услуг на мировых рынках и необходимость учета специфики доставки определенного вида груза по конкретному маршруту определяет заинтересованность участников внешнеэкономической деятельности в услугах специализированных транспортных посредников – экспедиторов либо логистических провайдеров, которые способны предоставить обширный комплекс услуг по организации перевозки «от двери до двери».

Целью работы является выявление специфики транспортно-экспедиторского обеспечения поставок легковых автомобилей по направлению из Финляндии в Россию в зависимости от способа транспортировки и определение оптимального маршрута их доставки. В качестве объекта исследования была выбрана транспортно-экспедиторская компания ООО «Рольф Лоджистик», которая является важным игроком российского рынка международных перевозок автомобилей.

Изучение особенностей деятельности транспортно-экспедиторских компаний основано на исследованиях в области внешнеторговой логистики, техники внешнеэкономической деятельности, организации внешнеторговых перевозок, осуществления транспортного экспедирования. Глубокому пониманию рассматриваемого вопроса способствовали научные труды специалистов в области экспедирования: А. В. Деметьева, В. В. Дыбской, А. И. Забоева, И. Ю. Карховой, Л. Н. Матюшина, В. И. Сергеева, К. В. Холопова и др.

Рассмотрение транспортно-экспедиторской деятельности невозможно без анализа транспортных издержек, которые оказывают влияние на общие логистические издержки как на государственном уровне, так и на межфирменном.

Транспортные издержки являются одним из сдерживающих факторов в развитии международной торговли и конкурентоспособности. Особенно это актуально для Российской Федерации, доля транспортных затрат в себестоимости продукции которой доходит до 25%, в то время как в развитых странах этот показатель составляет 7–8%¹. Снизив транспортные издержки, национальные предприятия имеют возможность повысить свой уровень конкурентоспособности и более эффективно конкурировать с иностранными компаниями. Следует отметить, что совершенствование транспортной сферы способно качественно изменить конфигурацию мирохозяйственных связей, создавая новые возможности для включения стран в международную производственно-сбытовую кооперацию, открывая новые рынки сбыта и снижая издержки бизнеса и государства.

Затраты на логистику – одна из крупнейших статей расхода, поэтому перед предприятиями возникает проблема оптимизации логистических затрат с целью увеличения доходов. Так, уровень затрат транспортной логистики в цене автомобиля может доходить до 50% [1] (например, доля расходов на доставку из Японии и таможенную очистку в РФ в конечной цене автомобиля Mitsubishi Lancer составляет 49%). Такая доля затрат отрицательно влияет на конкурентоспособность компаний-автоимпортеров в сравнении с местными сборочными компаниями иностранных автопроизводителей [2].

¹ *Ространспорт*. URL: <http://www.rostransport.com>.

Один из путей снижения логистических затрат для предприятий автомобильной промышленности – сотрудничество с профессиональными посредниками на рынке логистических услуг – экспедиторами. Транспортно-экспедиторские компании отлично ориентируются на рынке логистических услуг, обеспечивая клиенту выбор рациональных транспортных направлений, надежных перевозчиков и экономически выгодных способов доставки грузов. Роль транспортно-экспедиторских компаний нельзя недооценить: они обеспечивают до 80% мирового грузооборота, являясь связующим звеном между разнообразными элементами, вовлеченными в транспортные процессы (экспортерами и импортерами, с одной стороны; и перевозчиками, портами, аэропортами, терминалами, таможенными органами, страховыми, стивидорными и др. компаниями, с другой) [5]. Экспедиторы содействуют перевозке внешнеторговых грузов, развивают экспорт транспортных услуг и помогают клиентам конкурировать с компаниями, которые самостоятельно организуют весь цикл доставки внешнеторговых грузов.

Таким образом, чтобы снизить логистические издержки и оставаться конкурентоспособными, компании-автопроизводители должны уделять должное внимание логистическим аспектам доставки товара и взвесить выгоды от сотрудничества с экспедиторами. Огромный опыт транспортно-экспедиторских компаний в сфере организации транспортировки, знание конъюнктуры рынка и специфики осуществления перевозок по определенным направлениям различными видами транспорта значительно облегчают вопрос доставки товара от продавца к покупателю, особенно, если продавец выступает в качестве иностранного элемента.

Транспортно-экспедиторские компании при планировании международной перевозки учитывают специфику импортных поставок автомобилей в Россию, которая заключается в том, что около 95% всех импортируемых автомобилей поступают не напрямую в российские порты, а с перевалкой в европейских портах [3]. Это происходит отчасти из-за сложившейся коммерческой практики, но в целом такая ситуация свидетельствует о невысоком уровне конкурентоспособности российских портов, в которых наблюдаются менее выгодные условия в отношении цена-качество. Однако в последние несколько лет наблюдается некоторое улучшение – наметилась тенденция к переориентации с финских портов на российские.

В процессе принятия логистических решений важная роль отводится выбору вида транспорта. С учетом небольшого расстояния маршрута доставки автомобилей из Финляндии до терминалов Санкт-Петербурга и Москвы, в сложившейся практике транспортного экспедирования используются исключительно два способа перевозки: с использованием автобусов и Ро-Ро судов. До региональных дилеров доставка

может осуществляться как на автобусах, так и в вагонах-сетках, в исключительных случаях – в контейнерах. Импортные автомобили целесообразно доставлять на центральные терминалы на международном типе автобусов, а затем развозить до региональных дилеров на внутреннем типе – такая схема снижает издержки компании на приобретение автобусов, соответствующих международным стандартам, и позволяет максимально загрузить существующие мощности.

В ходе исследования были выявлены основные принципы ценообразования на транспортировку автомобилей автобусами. Предложена формула для расчета тарифа на автомобильную перевозку:

$$T_m = 2(P_m \times C_m + P_p \times C_p),$$

где T_m – тариф на международную автомобильную перевозку, р.; P_m , P_p – расстояние до и после границы соответственно, км; C_m , C_p – ставка за 1 км до и после границы соответственно, р./км.

Формула была определена исходя из того, что в тариф закладывается полный круг движения автобуса и что он состоит из двух частей, что обусловлено различием ставки до и после границы России. Тариф устанавливается за целый автобус, а следовательно, стоимость транспортировки 1 автомобиля зависит от загруженности автобуса. В целях уменьшения стоимости транспортировки 1 ед. были предложены меры по оптимизации вместимости автобуса: использовать смешанный тип загрузки автобуса и размещать транспортируемые автомобили в наклонной плоскости.

Можно выделить два основных фактора, влияющих на выбор способа доставки импортных автомобилей: экономический и технический. При снижении курса рубля морские перевозки становятся невыгодны, так как фрахты устанавливаются в иностранной валюте, в то время как тарифы на автомобильные перевозки фиксируются в национальной валюте РФ. Под техническими факторами подразумеваются возможность загрузки транспортного средства и габариты перевозимых автомобилей [4].

При сравнении автомобильного и морского способов доставки на примере компании ООО «Рольф Лоджистик» было выявлено, что затраты на транспортировку паромом и автобусами являются соизмеримыми лишь при перевозке крупногабаритных автомобилей (когда на 1 автобусе можно разместить не более 4 автомобилей). В случае же доставки более компактных моделей, перевозка автобусами выгоднее более чем в 2 раза – экономия в расчете на 1 автомобиль может составить до 7,5 тыс. р. (см. таблицу).

Сравнение тарифа на перевозку автомобильным и морским способами

Способ	Маршрут	Стоимость перевозки 1 автомобиля, р.				
		Количество автомобиле на 1 автовозе, ед.				
		4	5	6	7	8
Автомобильный	Котка-Торфяновка-Санкт-Петербург	10 096	8 076	6 730	5 769	5 048
	Котка-Брусничное-С.Петербург	13 197	10 558	8 798	7 541	6 599
	Котка-Светогорск-Санкт-Петербург	14 899	11 919	9 932	8 513	7 449
Морской	Котка – Санкт-Петербург	205 дол., или 12 505 р. (1 дол. = 61 р.)				

Источник: Данные компании ООО «Рольф Лоджистик».

Сравнение показало, что паромные перевозки могут быть выгоднее автомобильных только при одновременном выполнении двух условий:

- 1) при транспортировке крупногабаритных автомобилей (классы F, SUV и MPV);
- 2) наличия пограничных очередей на кратчайшем из анализируемых маршрутов (через п/п Торфяновка).

Можно сделать следующий вывод: в общем случае автомобили следует перевозить из Котки (Финляндия) в Санкт-Петербург на автовозах, а не морским способом. Такая схема позволит снизить издержки на доставку импортных автомобилей из Финляндии.

Библиографический список

1. Кархова И. Ю. Современные тенденции и проблемы развития международной логистики в России и за рубежом // Российский внешнеэкономический вестник. 2013. № 6.
2. Нечаева М. Особенности логистики при транспортировке легковых автомобилей от производителя к дилерам // Логистика. 2016. № 4.
3. Новиков В. Роль экспедиторов будет возрастать // Международный экспедитор. 2016. № 2.
4. Тяпухина А. Г. Выбор способа транспортировки груза в управлении транспортно-экспедиторской компанией // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 2.
5. Холопов К. В., Забоев А. И. Российский рынок международных автомобильных перевозок грузов: тенденции и перспективы // Российский внешнеэкономический вестник. 2016. № 7.

Научный руководитель: Н. Ю. Ярошевич,
кандидат экономических наук, доцент

Управление конкурентоспособностью товаров на примере ООО «Уральские локомотивы»

Аннотация. Оценка конкурентоспособности продукции является основным элементом современной товарной политики предприятия. Особенности самого продукта определяют выбор методических подходов к анализу конкурентоспособности товара фирмы. В работе на основе анализа конкурентоспособности продукции ООО «Уральские локомотивы» предлагаются стратегические направления развития предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность; управление конкурентоспособностью; рыночная среда; товарная политика предприятия; анализ рынка.

Производственная деятельность любого предприятия в современных условиях зависит от того, насколько успешно решаются проблемы, связанные с конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Только решив эту проблему, предприятие может эффективно функционировать и развиваться в рыночной среде. Конкурентоспособность товара определяет во многом конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и репутацию. Этим и обусловлена актуальность выбранной темы.

Конкурентоспособность – это способность определенного объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами. Объектами могут быть товары, предприятия, отрасли, регионы (страны, области, районы). Субъектами могут выступать потребители, производители, государство, инвесторы.

Определение уровня конкурентоспособности товара важно, так как это способствует выработке успешной товарной политики предприятия. Оценка конкурентоспособности анализируется в три этапа [3, с. 96]. Сначала проводится анализ рынка, и по его результатам выбирается самый конкурентоспособный товар. Далее определяются сравнительные параметры образцов товара. И в заключение рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности оцениваемого товара.

Оценка уровня конкурентоспособности различных объектов затруднена вследствие отсутствия международных стандартов. Существует методика оценки конкурентоспособности товаров, позволяющие оценить качество и надежность используемых в качестве моделей. Использование в этом случае интегрального показателя, который определяется по уровню качества и цене, позволяет учесть весомость каждого из перечисленных факторов. Прогнозные оценки конкуренто-

способности следует осуществлять по главным статичным факторам по системе «1-5» конкурентоспособность определяется как сумма баллов по каждому фактору [1].

Целью работы являлся анализ управления конкурентоспособности товаров на примере ООО «Уральские локомотивы», которые были созданы на базе Уральского завода железнодорожного машиностроения (УЗЖМ). В июле 2009 г. в ходе очередного раунда российско-германских межгосударственных консультаций на высшем уровне в Мюнхене состоялось подписание трехстороннего соглашения между РЖД, группой «Синара» и концерном Siemens об организации совместного российско-германского предприятия, которое начало работу 1 июля 2010 г.

Основными видами деятельности «Уральские локомотивы» являются проектирование, производство, продажа и техническое обслуживание тягового и моторвагонного подвижного состава нового поколения, отличающегося повышенной экономичностью, высокими потребительскими, эксплуатационными и экологическими свойствами. Сегодня в линейке «Уральских локомотивов» четыре продукта. Огромный потенциал у самого нового проекта предприятия – скоростных электропоездов «Ласточка».

Проблемы железнодорожной отрасли, существующие сегодня, являются основным фактором роста внутреннего спроса на локомотивы. При том, что уровень износа подвижного состава крайне высок (так, износ эксплуатируемых локомотивов достигает 74,8%) [2]. Из-за прекращения финансирования, продолжительного выбытия производственных мощностей и технологического отставания сформировался значительный дефицит подвижного состава.

По инерционному сценарию, предусмотренному в проекте Стратегии развития транспортного машиностроения до 2030 г., в 2015–2020 гг. объем рынка грузовых вагонов составит не менее 600 млрд р. Объем рынков другого подвижного состава (локомотивы, путевая техника, пассажирские вагоны) будет не менее значительным и составит около 540 млрд р. Самым крупным, после рынка грузовых вагонов, станет рынок локомотивов.

Ключевыми факторами, определяющими спрос в локомотивостроительной отрасли, являются рост объемов грузовых перевозок, формирование международных транспортных коридоров и расширение сети железных дорог, электрификация железнодорожных магистралей, необходимость замены изношенного парка тягового подвижного состава (высокая себестоимость перевозок при эксплуатации старых локомотивов, списание и т. д.), появление новых игроков на рынках железнодорожных перевозок, повышение эксплуатационных требований (увеличение расстояния перевозок, скорости и грузоподъемности).

В работе были рассмотрены основные силы, формирующие конкурентную среду продукта и его конкурентные возможности, а именно, был произведен анализ производителей аналогичной продукции, то есть была рассмотрена внутриотраслевая конкуренция, был произведен анализ поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий и анализ покупателей.

Основным конкурентом на территории России является ЗАО «Трансмашхолдинг» – холдинг, созданный в 2002 г. и объединяющий ведущие предприятия отрасли транспортного машиностроения. ЗАО «Трансмашхолдинг» – лидер на рынке транспортного машиностроения России. В структуру ЗАО «Трансмашхолдинга» входят два завода, это Новочеркасский электровозостроительный завод (ООО «НЭВЗ») и ОАО «Коломенский Завод», которые производят аналогичную продукцию, а именно электровозы. Кроме того, электровозы производит и ООО «ПЛК» (Энгельский Локомотивный завод). Также стоит отметить совместные проекты, созданные ООО Alstom Transport Rus, крупной французской машиностроительной компанией, одним из мировых лидеров (наряду с Siemens и Bombardier) в производстве энергетического оборудования и железнодорожного транспорта и ЗАО «Трансмашхолдинга».

Российские производители железнодорожных машин заметно отстают от мировых производителей. Учитывая, что крупнейший в мире западноевропейский рынок близок к насыщению, огромный потенциал рынков Восточной Европы, Азии и стран СНГ представляет наибольший интерес для западных компаний, в том числе объемный российский рынок, к которому уже проявляют заметный интерес крупные международные концерны, такие как Alstom, Siemens, Bombardier. Также, конкуренцию составляют китайские производители, активно развивающие деятельность по выходу на рынки СНГ.

Сегодня российские производители имеют определенные преимущества перед западными конкурентами на внутреннем рынке благодаря низким ценам и адаптации техники к российским условиям. Но в долгосрочной перспективе этого может оказаться недостаточно для сохранения стабильных рыночных позиций.

Основным потребителем продукции ООО «Уральские локомотивы» является ОАО «РЖД». В 2010 г. с РЖД был заключен контракт на поставку 221 электровоза «Гранит» и 240 электровозов «Синара» до 2016 г. Кроме того, с 2015 по 2020 г. «Уральские локомотивы» поставят для РЖД 1200 вагонов электропоезда типа «Ласточка»¹.

Крупнейшим потенциальным потребителем машиностроительной продукции с Урала являются «Иранские железные дороги». Как из-

¹ ОАО «Российские железные дороги». URL: <http://www.rzd.ru>.

вестно, «РЖД Интернешнл» в прошлом году заключило с «Иранскими железными дорогами» контракт на электрификацию и модернизацию участка железной дороги. И в рамках государственного кредита, выданного Россией Ирану, предусмотрена поставка целой партии электровозов¹.

Чтобы оценить уровень конкурентоспособности товаров компании ООО «Уральские Локомотивы», был произведен сравнительный анализ электровозов данной компании с ее основными конкурентами. Далее, используя метод многоугольника были рассчитаны средневзвешенные значения по восьми факторам, отражающим технические характеристики, принимая максимальный балл, равный пяти. Исходя из этих данных был построен многоугольник конкурентоспособности электровозов ООО «Уральские Локомотивы».

Исследование показало, что сильными сторонами продукции ООО «Уральские Локомотивы» являются скорость электровозов и вес грузового состава. Также, тут стоит упомянуть использование у 2ЭС10 системы автоматического ведения электровоза по заданному параметру перегонного времени хода, позволяющей постоянно отслеживать координаты локомотива в пространстве с помощью систем GPS/ГЛОНАСС. Однако, по мощности и силе тяги «Синара» и «Гранит» значительно уступают четырех-секционному электровозу, выпускаемого ООО «НЭВЗ», который по праву считается самым мощным в мире.

В ходе работы был проведен внутренний и конкурентный анализ и анализ макросреды деятельности фирмы. Для выявления наиболее сильно влияющих факторов внешней среды был использован PEST-анализ. На основании анализа внешней среды можно выявить возможности со стороны рынка, такие как выход на зарубежные рынки (увеличение доли рынка), поддерживающая политика государства (госзаказы, субсидии и т. д.), увеличение количества частных компаний, занимающихся грузоперевозками, расширение сети железных дорог. Основными угрозами являются появление конкурентов и политические факторы, способные повлиять на сотрудничество с поставщиками зарубежных изделий.

Далее был проведен SWOT-анализ, который показал, что основными недостатками организации являются сильная зависимость от поставщиков и ограниченное количество потребителей.

Одной из важнейших задач отрасли является создание производителями вагонов сети сервисных центров по гарантийному, постгарантийному обслуживанию и ремонту вагонов, обеспечение ремонт-

¹ «Уральские локомотивы» будут поставлять в Иран свои электровозы // РБК. 2016.

ных предприятий запасными частями предприятиями-производителями инновационных грузовых вагонов. Особо нужно подчеркнуть необходимость перевода грузовых вагонов на узлы и детали, имеющие повышенный ресурс безотказной работы. А также о необходимости проведения дальнейших работ по повышению производительности вагонов в условиях инфраструктурных ограничений.

Следует разработать специализированные механизмы, которые позволят сократить цикл разработки и производства изделий, а также создавать изделия под заданную стоимость. Это позволит расширить географию и целевую аудиторию потребителей, например, за счет частных компаний. И как следствие, данные мероприятия будут способствовать увеличению доли на рынке и стабилизации положения предприятия.

Для осуществления данных целей предприятие должно использовать свои сильные стороны. Поэтому на основании составленного SWOT-анализа были более подробно сформулированы проблемы, возникшие на каждой комбинации сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями и построено проблемное поле SWOT-анализа. Сформулированные таким образом проблемы были количественно оценены с использованием экспертных оценок сильных и слабых сторон, угроз и возможностей.

На основании проведенного исследования были разработаны мероприятия, направленные на увеличение эффективности управления конкурентоспособности: интеграция с поставщиками, разработка управляемого информационного обмена и синхронизации между производителем и поставщиками, создание производителями вагонов сети сервисных центров по гарантийному, постгарантийному обслуживанию и ремонту вагонов, обеспечение ремонтных предприятий запасными частями предприятиями-производителями инновационных грузовых вагонов, проведение семинаров, обучение персонала, организация курсов по повышению квалификации персонала, увеличение мощности, за счет увеличения количества секций у электровозов.

В стратегии дальнейшего поведения предприятия на рынке следует продолжать повышать репутацию предприятия и выпускаемой им продукции, создавая тем самым надежную торговую марку, и искать выходы на другие рынки, чтобы снизить риски.

Таким образом, в ближайшем будущем «Уральские локомотивы» не будут чувствовать дефицит заказов. Это обусловлено тем, что железные дороги, электрифицированные переменным током, составляют 65% российской сети, а парк, работающий на этих дорогах, на 80% изношен морально и физически¹. Рост объемов грузовых перевозок,

¹ *Обзор* и основные тенденции российской транспортной отрасли // ООО «РЖД». 2015.

электрификация железнодорожных магистралей, необходимость замены изношенного парка тягового подвижного состава, появление новых игроков на рынках железнодорожных перевозок – все вышеперечисленное будет способствовать дальнейшей успешной работе в отрасли локомотивостроения. Однако в долгосрочной перспективе, компании следует искать новых потребителей своей продукции.

В ходе работы были изучены теоретические аспекты управления конкурентоспособностью товаров, был проведен анализ потребителей и конкурентных сил на рынке электровозов, также был проведен анализ опыта управления и анализ конкурентоспособности товаров ООО «Уральские локомотивы». На основании проведенного исследования были разработаны мероприятия, направленные на увеличение эффективности управления конкурентоспособности товаров.

Библиографический список

1. *Байдакова О. В.* Особенности оценки конкурентоспособности товаров // *Успехи современного естествознания.* 2005. № 11.
2. *Савчук В.* Локомотивы подтолкнул лизинг // *Российская бизнес-газета.* 2014. № 941(12).
3. *Филоsofova Т. Г.* Конкуренция и конкурентоспособность. М.: Экзамен, 2007.

Научный руководитель: И. Н. Попова,
кандидат социологических наук, доцент

Мезоэкономика

В. Н. Абдрахманова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Инвестиционная привлекательность и конкурентоспособность как факторы развития регионов

Аннотация. Рассмотрены основные факторы социально-экономического развития регионов, способствующие формированию конкурентоспособности и определяющие инвестиционную привлекательность территорий.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие; фактор развития; конкурентоспособность региона; инвестиционная привлекательность.

Россия богата ресурсами, производственным и кадровым потенциалом, но несмотря на это она имеет низкие показатели социально-

экономического развития относительно мировых стран-лидеров. Конкурентоспособность национальной экономики зависит от наличных и/или формируемых внешних и внутренних факторов. К основным факторам конкурентоспособности исследователи относят: наличие в регионе развитой системы производительных сил, включающих природные богатства (резервные и используемые); научный потенциал; развитие и применение инновационных технологий; человеческий потенциал и др. Эти факторы составляют основу для социально-экономического развития и уровня конкурентоспособности страны.

Россия обладает огромной по площади территорией, что определяет особенности для ее социально-экономического развития и управления. В связи с чем, социально-экономическое развитие, в том числе конкурентоспособность, страны складывается из показателей ее отдельных территорий – регионов, в которых важную роль играет продуктивность использования имеющихся ресурсов и умение их оценивать.

Исследователи, например, Р. А. Фатхутдинов, Д. Г. Федоров, И. А. Новоселова [2; 4; 5], предлагают различные методики оценки конкурентоспособности. Авторские методики включают разные показатели, но общими являются такие как уровень жизни населения, инвестиционная привлекательность и инфраструктура региона, имеющие количественное и качественное измерение.

Рассмотрим концепцию конкурентоспособности М. Портера, который под конкурентоспособностью региона понимает продуктивность использования региональных ресурсов, таких как рабочая сила, капитал и потенциал, а также учет динамики валового регионального продукта на душу населения. Портер определяет возможность развития конкурентоспособности региона по четырем основным факторам [3]:

- 1) конкуренция на основе факторов производства;
- 2) конкуренция на основе инвестиций;
- 3) конкуренция на основе нововведений (инновации);
- 4) конкуренция на основе богатства (природные ресурсы, финансовые и нефинансовые активы).

Первые три фактора исследователи определяют как способствующие обеспечению экономического роста, а четвертый – приводит к застою и спаду.

В настоящее время существуют методики оценки международных и других организаций (ООН, «РАЕХ», «РИА Рейтинг» и др.) по ранжированию стран в социально-экономическом развитии.

Существуют межстрановые различия в иерархии ценностей и в целях развития, но, тем не менее, международные организации оценивают уровень развития стран с помощью универсальных интегральных показателей. Одним из таких показателей является индекс

развития человека, разработанный в рамках Программы развития ООН, по которому страны ранжируют по восходящей от 0 до 1. Россия в этом рейтинге занимает 50-е место, а ее индекс человеческого развития равен 0,798 [1].

Агентством «РИА Рейтинг» предложен рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ. По его данным были отобраны 73 показателя, объединенные в 11 групп, характеризующих основные аспекты от уровня экономического развития и объема доходов населения, до обеспеченности населения различными видами услуг и климатических условий в регионе проживания¹.

Таким образом, большинство оценок и рейтингов по развитию конкурентоспособности страны и/или региона выделяют человека и его способность к труду как наиболее важный фактор. Такие факторы как труд, земля, капитал и предпринимательские способности, являются основой в развитии конкурентоспособности региона. И все же, без трудовых ресурсов и инвестиций, земля и капитал станут бесхозны. Инновации создают изменения в социально-экономическом развитии региона и страны.

На основе вышеизложенного проведем анализ факторов конкурентоспособности одного из субъектов РФ – Свердловской области. Так, по данным «РИА Рейтинг» в социально-экономическом положении среди 85-ти субъектов РФ Свердловская область занимает 9-е место. Субъекты ранжировались по критериям масштаба и эффективности экономики, бюджетной и социальной сфер (см. таблицу).

Анализ таблицы позволяет сделать следующий вывод: в Свердловской области имеются достаточно высокие показатели внутреннего регионального продукта, инвестиций на душу населения и уровня жизни.

Свердловская область занимает удобное географическое положение: находится в зоне континентального климата, что создает условия для ее обеспечения сельскохозяйственными продуктами. Регион полностью обеспечен такими «местными» продуктами как овощи, яйцо и картофель. Кроме того, регион обеспечен на 70% молочной продукцией, на 25% зерном и на 55% мясом. Приоритетным направлением является птицеводство и составляет 13% от общероссийского объема производства мяса птиц. Кроме того, область богата собственными литогенными ресурсами: ванадий составляет 97% общей добычи по России, бокситы – 65%, железные руды – 25%, драгоценные металлы и медь – 6%. Из 1 700 месторождений полезных ископаемых, только 200 находятся в разработке, что говорит о потенциальном запасе полезных ископаемых.

¹ «РИА Рейтинг». Россия сегодня. URL: <http://www.riarating.ru>.

Социально-экономические показатели Свердловской области

Показатель	Значение показателя
<i>Масштаб экономики:</i>	
объем производства, млрд р.	2 214,21
объем доходов бюджета, млрд р.	222,10
численность занятых, тыс. чел.	2 143,68
<i>Эффективность экономики:</i>	
объем производства\человек, тыс. р./чел.	511,51
объем инвестиций\человек, тыс. р./чел.	80,96
доля прибыльных предприятий, %	67,9
доля задолженности по налогам, %	8,6
<i>Бюджетная сфера:</i>	
доходы бюджета\человек, тыс. р./чел.	51,31
налоговые и неналоговые доходы\бюджет, %	89,9
дефицит бюджета\объем доходов, %	36,8
государственный долг\налоговые и неналоговые доходы, %	-8,8
<i>Социальная сфера:</i>	
уровень безработицы, %	6,5
продолжительность жизни, лет	70
младенческая смертность, %	5,5

Источник: «РИА Рейтинг». Россия сегодня. URL: <http://www.riarating.ru>.

Обеспеченность определенными природными ресурсами, дает возможности для развития торговых отношений. Основная экспортируемая продукция: металлы и изделия из них – 61%, продукция химической промышленности – около 20%; оборудование и машины – около 10%; минеральные продукты – около 3%; древесина и целлюлозно-бумажная продукция – 2%. В 2014 г. по данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области объем экспортированной продукции ее основным зарубежным партнерам составил: США – около 17%, Нидерланды – около 10% и Германия – около 9%¹.

Импорт продукции в регион это – машины, оборудование и транспортные средства – около 44%, минеральные продукты – около 23%, химическая промышленность – 14%, металлы и изделия – около 6%. Главным партнером является Китай – около 20% в 2014 г.²

В экспортно-импортных отношениях в основном задействованы такие предприятия как: ОАО «Нижнетагильский металлургический комбинат», ОАО «Уралэлектромедь», Богословский алюминиевый завод, ОАО «Корпорация ВСМПО-АВИСМА», ОАО «Екатеринбургский завод по обработке цветных металлов», ОАО «ОМЗ»³.

¹ Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL: http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl/ru.

² Там же.

³ Там же.

По инвестиционному потенциалу по данным агентства «RAEX»¹ за 2015 г. Свердловская область занимает 5-е место среди всех регионов, уступая Москве и Московской области, Санкт-Петербургу и Краснодарскому краю. По рангу риска, Свердловская область занимает 26-е место, что позволяет определить регион как привлекательный для инвестиций с относительно невысокой степенью риска для инвесторов.

Таким образом, для Свердловской области наиболее важную роль в инвестиционной привлекательности играют такие факторы как: выгодное географическое положение, стабильный экономический рост промышленности, транспортная инфраструктура, природно-ресурсный потенциал, возможности машиностроительной отрасли, развитие предпринимательства (малого и среднего), научный и образовательный потенциал, квалифицированные трудовые ресурсы. Наибольший инвестиционный вклад имеет промышленное производство (черная и цветная металлургия), а также транспортная система.

В Свердловской области реализуется множество социальных программ, благодаря эффективной региональной политике, которая направлена на развитие социального и экономического благоустройства. Так, например, Свердловская область вошла в ТОП 15 регионов-лидеров в сфере ЖКХ в марте 2015 г. Осуществляется реализация 30 программ, направленных на поддержку сел и муниципальных образований².

Исследование показало, что конкурентоспособность Свердловской области зависит не только от увеличения объема создаваемых материальных благ, но и в равной степени от инвестиционной привлекательности, региональной политики местных властей и от разумного использования имеющихся ресурсов. Все эти факторы способствуют созданию возможностей для социально-экономического развития региона, в том числе инновационного.

Библиографический список

1. *Коваленко Е. Г.* Региональная экономика и управление. СПб.: Питер, 2005.
2. *Новоселова И. А.* Интегральная оценка конкурентоспособности регионов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2009. № 17.
3. *Портер М.* Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.
4. *Фатхутдинов Р. А.* Управление конкурентоспособностью организации. 2-е изд., испр. и доп. М.: Эксмо, 2005.

¹ Рейтинговое агентство «REAX». URL: <http://raexpert.ru>.

² Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL: http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl/ru.

Я. Р. Абзалова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Демографические аспекты экономической безопасности региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. Рассмотрены основные факторы социально-экономического развития Свердловской области, способствующие формированию конкурентоспособности и определяющие демографические аспекты экономической безопасности региона.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие; фактор развития; экономическая безопасность; демография.

В составе базовых условий экономической безопасности страны в целом и ее подсистем – регионов особую значимость имеют демографические аспекты – количество и качество населения, половозрастная структура

В последние годы демографический кризис в России все больше и больше привлекает внимание общественности, ряда массовых изданий к проблемам экономической безопасности в стране. Социально-демографическая ситуация в Свердловской области свидетельствует о том, что демографический кризис, характерный для России в целом имеет место и на территории нашего региона. Поэтому рассмотрение аспектов современной демографической ситуации как фактора экономической безопасности в регионе приобретает ярко выраженную актуальность.

Целью работы является оценка влияния демографических процессов и явлений на экономическую безопасность Свердловской области.

Задачи:

рассмотреть демографические показатели как индикаторы экономической безопасности региона;

изучить динамику демографических показателей как индикаторов экономической безопасности Свердловской области;

провести анализ состояния демографических процессов в Свердловской области;

дать оценку влияния демографических процессов и явлений на экономическую безопасность Свердловской области;

обозначить потенциальные угрозы экономической безопасности региона на примере Свердловской области;

предложить направления развития демографических показателей в регионе с позиции укрепления экономической безопасности.

Демографические аспекты являются основными факторами, влияющими на уровень экономической безопасности.

Демография определяет своим объектом конкурентную область действительности, возобновление поколений людей, т. е. процессы взаимодействия рождаемости, смертности, а также брачности, прекращения брака и воспроизводства населения в целом.

Демографические процессы как индикаторы: численность населения, динамика, структура населения, доля детей, суммарный коэффициент рождаемости, доля пенсионеров

Особое место занимает определение и использование пороговых значений индикаторов, призванных сигнализировать о приближении критического состояния объекта управления и необходимости изменения стратегии развития объекта. Показатели, по которым определены пороговые значения, выступают системой показателей экономической безопасности.

При этом возрастает численность городского населения, численность сельского населения продолжает снижаться. Это обуславливает сокращение сельскохозяйственных угодий, снижение уровня обеспеченности населения продовольствием местных сельскохозяйственных рынков. Зависимость региона от импортного продовольствия, сокращение собственного сельскохозяйственного производства снижает уровень экономической безопасности региона

Изобразим динамику естественных демографических процессов графически. Начиная с 2008 г., как по Свердловской области, так и по Российской Федерации в целом, наблюдается рост рождаемости. После кризиса 2008–2009 гг. темпы роста рождаемости снизились. В 2014–2016 гг. рост рождаемости по Российской Федерации и по Свердловской области почти остановился.

В 2016 г. смертность в Свердловской области увеличилась на 1,5%, а в Российской Федерации в среднем осталась на прежнем уровне.

По Российской Федерации убыль населения была остановлена только в 2014 году и в 2015–2016 гг. наблюдается небольшой рост. В Свердловской области среднеобластной показатель (включая Екатеринбург) имеет положительное значение и выше среднероссийского только за счет Екатеринбурга. Снижение прироста населения снижает численность трудоспособного населения, понижает производительность труда реального сектора экономики региона и отрицательно сказывается на уровне экономической безопасности области.

Еще один показатель, напрямую характеризующий уровень развития здравоохранения – младенческая смертность (число умерших до года на 1000 родившихся живыми). Показатели младенческой смерт-

ности. Рост в 2014 г. этого показателя связан с изменением методики расчета (уменьшился вес умерших при рождении, начиная с которого ведется учет).

В 2016 г. младенческая смертность уменьшилась по Свердловской области на 10,1%, по Российской Федерации в целом – на 9,8%. Уровень младенческой смертности в Свердловской области ниже, чем в среднем по России.

Таким образом, естественные демографические показатели по Свердловской области лучше, чем в среднем по России (за исключением смертности). Рассмотрим миграционные процессы.

В условиях демографического спада трудовой потенциал мигрантов является важным фактором, влияющим на развитие экономики области. Начиная с 2016 г., в Свердловской области происходит рост миграционного сальдо. Свердловская область продолжает оставаться одним из основных регионов-потребителей иностранной рабочей силы в Российской Федерации.

Следовательно, демографические показатели в Свердловской области характеризуются, начиная с 2014 г., естественной прибылью населения, снижением младенческой смерти, а с 2016 г. – ростом миграционного сальдо. Все эти факторы, как было показано в исследовании, влияют на уровень экономической безопасности региона.

Демографические процессы и явления напрямую влияют на развитие социальных и экономических процессов в обществе и на экономическую безопасность области.

Выявленные в ходе проведенного анализа тенденции – изменение возрастной структуры в сторону увеличения доли пожилых, постарение календаря демографических событий – приведут к росту нагрузки на трудоспособное население и экономику в целом.

Следствием старения населения является увеличение доли пенсионеров по старости, что приводит к увеличению расходных обязательств государства. Кроме того, из-за снижения доли трудоспособного населения и увеличения доли пожилых уменьшается объем налоговых поступлений. Соответственно, повышается угроза экономической безопасности региона.

Выявленные проблемы ограничивают социально-экономическое развитие области и существенно снижает уровень ее экономической безопасности.

Приоритетные направления и целевые значения повышения уровня экономической и социально-демографической безопасности Свердловской области на период до 2020 г.

Так как показатели воспроизводства населения являются результирующими индикаторами экономической безопасности региона, на период до 2020 г. были разработаны три сценария их развития:

1) инерционный сценарий предполагает, что сохранение или ухудшение сложившейся экономической ситуации в России, скорее всего, сделает маловероятным улучшение процессов воспроизводства населения;

2) поддерживающий сценарий предполагает эффективную реализацию «Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г.» без учета влияния областных государственных целевых программ.

3) эффективный сценарий предполагает эффективную реализацию системы программных мероприятий, разработанных для решения проблем социально-демографического развития Свердловской области.

Полученные на основе применения синергетического подхода результаты прогнозирования демографических показателей для Свердловской области на 2020 г.

В связи с тем, что полученные прогнозные значения основных демографических процессов в значительной степени неопределенны, что усугубляется экономическим кризисом, для оценки перспективной численности населения был разработан модельный аппарат, основанный на методе имитационного моделирования. Полученный на основе применения разработанного модельного аппарата вероятностный прогноз численности населения Свердловской области на 2020 г.

На основе анализа результатов прогнозирования стратегическим сценарием развития Свердловской области был определен эффективный сценарий. В основе которого лежит, условие одновременной эффективной реализации «Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г.» и системы программных мероприятий, разработанных для решения проблем экономического и социально-демографического развития Свердловской области.

Таким образом, основными направлениями развития демографических процессов в регионе с позиции укрепления экономической безопасности могут быть следующие:

оптимизация рождаемости, социальная защита материнства и детства;

укрепления здоровья населения и увеличения продолжительности его жизни;

повышение устойчивости брака;

социальная поддержка инвалидов и пенсионеров и других социально уязвимых групп;

рационализация миграционных процессов.

Научный руководитель: Р. К. Сабитов,
кандидат экономических наук, доцент

Р. Н. Баязитова

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Республика Башкортостан

Конкурентные преимущества и потенциал развития Зауралья Республики Башкортостан

Аннотация. Рассмотрены основные факторы обеспечения конкурентных преимуществ территории на примере Зауралья Республики Башкортостан.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие; фактор развития; конкурентное преимущество.

Республика Башкортостан является субъектом Российской Федерации и входит в Приволжский федеральный округ. Регион имеет весьма выгодное положение в составе Российской Федерации со многих точек зрения, в том числе и с экономической, географической. Для того, чтобы регион и входящие в него районы и города развивались более интенсивно, необходимо решить самые насущные проблемы и создать условия для реализации конкурентных преимуществ.

В рыночных условиях для развития экономики районов необходимы исследования всех процессов экономического роста и конкурентоспособности данной территории. Что же такое конкурентоспособность? Понятие «конкуренция» имеет много трактовок, более точным из которых можно считать то, которое дал Г. Азоев: «Конкуренция – соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели: максимизация прибыли за счет завоевания потребительских предпочтений» [1, с. 28]. Таким образом, конкурентоспособность территории – это наличие возможностей и сильных сторон предприятий этой территории противостоять и выигрывать в данном соперничестве. В данной работе рассмотрим один из выше перечисленных уровней – «уровень мезоэкономики» и изучим мы ее на примере конкурентных преимуществ Зауралья Республики Башкортостан.

Зауралье является экономическим подрайоном Республики Башкортостан и объединяет городской округ город Сибай, муниципальные районы Абзелиловский, Баймакский, Бурзянский, Зианчуринский, Зилаирский, Учалинский, Хайбуллинский районы Республики Башкортостан. Площадь Зауралья составляет 27,9% площади Республики Башкортостан, что является значительной частью ее территории [3, с. 8]. Конкурентные преимущества у территории Зауралья имеются, также как и недостаточные условия для их реализации, например отсталость в сфере обеспечения необходимой инфраструктурой и качества жизни

населения. Рассмотрим на примере Зауралья, что способно обеспечить конкурентоспособность данной территории.

1. Концентрация металлургического производства сосредоточена в Учалинском районе и это подтверждает инвестиционный паспорт Учалинского района за 2014 г. Основу экономики района формирует наличие горно-добывающей и обрабатывающей промышленности. В структуре промышленного производства района добывающая отрасль занимает около 70%, обрабатывающая – 20,7%. Очевидно, развитие района осуществляется благодаря таким предприятиям, как: ОАО «Учалинский ГОК», ОАО НПФ «Башкирская золотодобывающая компания», ООО «Сангалыкский диоритовый карьер», ОАО «Уральские камни», ООО «Завод Николь-Пак», ООО «Завод Техноплекс» и др. [3, с. 20].

Сельское хозяйство является одной из важнейших отраслей экономики районов Зауралья. В таких районах, как Абзелиловский, Баймакский, Зианчуринский, Учалинский преобладают рискованные природно-климатические условия. Например, саранча уничтожает поля с посевами, засуха плохо сказывается на урожае или же, наоборот, обильные дожди приводят к разрушению сельскохозяйственных угодий. Данные районы очень богаты сельскохозяйственными угодьями, однако, существует и некие проблемы, которые препятствуют развитию сельского хозяйства. Они заключаются в следующем: отсутствие обрабатывающих производств, а также недостаточно развитая транспортная инфраструктура отрицательно сказывается на социально-экономическом развитии региона.

Для того чтобы направление «сельское хозяйство» стал более конкурентоспособным необходимо совершенствование технологии переработки сельскохозяйственной продукции через обновление основного капитала и развитие инфраструктуры в районах Зауралья. Зерновые культуры, которые собираются в нашей территории, для обработки передаются на территории Челябинской и Оренбургской областей, т. е. район являемся «сырьевым придатком». А если есть самое главное богатство – ресурсы, – то его должны подготовить и обработать на своей территории, тогда были бы и новые рабочие места. Если же будет решена проблема с транспортом, то параллельно с растениеводством будут развиваться и животноводческие отрасли, что положительно скажется на экономике и всей республики.

2. Основным конкурентным преимуществом Зауралья остается богатый природно-ресурсный потенциал, включающий в себя лечебно-оздоровительные и туристико-рекреационные центры. На сегодняшний день, очень развит лечебный туризм и необходимо отметить, в первую очередь, Абзелиловский район, который располагает лечеб-

но-оздоровительными центрами (источник минеральных вод на землях СПК «Красная Башкирия», лечебная грязь озер Безымянное-1, санатория «Якты-Куль» (Банное), санаторий «Юбилейный», дом отдыха «Березки»). Для санаторно-курортного лечения пригодны грязевые озера Учалинского и Баймакского районов. В Учалинском районе озера «Ургун и Ургунский бор» и «Карагайлы (Ворожеич)». В Баймакском районе наиболее ценными для лечебного использования являются озера Талкас. Эти озера могут служить надежной базой для строительства крупных грязевых курортов, а грязи использоваться в лечебных целях в городских и районных больницах. Средства от данной деятельности, безусловно, пополнили бы бюджет налогами, полученными от дополнительных доходов предприятий и населения.

Что касается туристико-рекреационного центра, то надо отметить, что им является практически всем известный «Горнолыжный центр «Металлург-Магнитогорск»», находящийся в Абзелиловском районе. Заслуживает внимания Бурзянский район, который имеет большой потенциал для развития туризма – природные заповедники «Башкирский» и «Шульганташ» (Капова) [2, с. 7].

Масштабы предоставления туристических услуг в Бурзянском районе увеличивается с каждым годом примерно на 10%. Так, например, в 2013 г. количество гостей составило 40 тыс. чел., из них иностранных гостей составило 1%, 30% жители Бурзянского района и 24% туристы остальных регионов России. Представленные цифры достаточно высоки, учитывая то, что оно еще с каждым годом растут на целых 10%. Это очень хорошо не только для данного района, но и для всей республики. Для того, чтобы туризм в Бурзянском районе развивался еще лучше и поднялся на мировой уровень, необходимо создавать условия для привлечения большего числа туристов. Каким же образом это сделать? Для привлечения гостей в данную территорию, на наш взгляд, необходимо сделать следующее: развитие различных объектов туризма и туристических маршрутов, например, конно-верховой, пеший, водный, горный, велосипедный, спортивный туризм, этнотуризм и т. д.

Зауралье имеет достаточно много конкурентных преимуществ и для того, чтобы данный район развивался необходима поддержка со стороны государства, но не только через выделение средств, но еще и контроль, управление. Ведь для развития любого региона, в первую очередь, необходим контроль со стороны правительства за финансированием программ из бюджета и управлением средствами.

Библиографический список

1. *Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.

2. *Инвестиционный паспорт* муниципального района Бурзянский район Республики Башкортостан. Старосубхангулово: Администрация муниципального района Бурзянский район Республики Башкортостан, 2014.

3. *Среднесрочная комплексная программа* экономического развития Зауралья на 2011–2015 годы. Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2011.

Научный руководитель: Ю. С. Токтамышева,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Бухтоярова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление имиджем банка

Аннотация. Рассмотрены основные факторы управления имиджем банка.

Ключевые слова: банк; имидж; конкуренция.

По мере усиления конкуренции у коммерческих банков остается все меньше возможностей для маневра в области снижения цен на продукты и услуги. По этой причине наибольшее внимание банки уделяют качественному обслуживанию как существующих, так и потенциальных клиентов. Немаловажным является быстрое и качественное консультирование в ответ на все формы обращения клиентов: телефонные звонки, сообщения по электронной почте или в социальных сетях.

Call-центры, как один из каналов обслуживания, стали «лицом банка», так как в зависимости от степени удовлетворенности консультированием по телефону клиент может сделать вывод о том, насколько качественно банк будет обслуживать его в дальнейшем. Все это формирует имидж банка, т. е. сложившийся во внешней среде образ, основанный преимущественно на ее специфических и позитивных способностях. В своей экономической основе имидж организации – это фактор доверия клиентов к организации и ее товару, фактор роста числа продаж, предоставления услуг, а значит, фактор, определяющий процветание или упадок организации, ее собственников и ее сотрудников. При этом имидж – явление динамическое и может меняться под воздействием обстоятельств, новой информации, в результате продолжительных контактов.

В современном мире именно Контактный центр (КЦ) является средством коммуникации между банком и клиентом. Поскольку в туда обращаются клиенты, находящиеся в разных точках Земного шара, то он главным образом влияет на формирование общего имиджа всего Сбербанка. Функциональные возможности Контактного центра Сбер-

банка широки в сравнении с call-центрами других банков, что, несомненно, положительно влияет на имидж банка. Однако этого недостаточно, поскольку на его имидж влияют не только технические особенности, но и удовлетворенность клиентов, проявляющаяся в следующих факторах:

- взаимодействие между подразделениями;
- способность откликаться на запросы клиентов;
- продвижение продуктов и услуг по телефону;
- компетентность сотрудников;
- уровень престижности банка;
- дифференцированная линейка банковских продуктов и услуг;
- поведение сотрудников банка;
- доступность для клиентов;
- скорость обслуживания.

В исследовании проведена оценка этих факторов, выявлены зоны роста для улучшения имиджа Контактного центра. В связи с обнаруженными недостатками выделены задачи для совершенствования имиджа Контактного центра и разработаны основные мероприятия, выполнение которых позволяет их решить. В результате проведения вышеизложенных мероприятий по совершенствованию работы КЦ будут решены задачи, направленные на сокращение скорости обслуживания, увеличения компетентности сотрудников, повышение их клиентоориентированности, что, несомненно, улучшит собирательный образ Сбербанка в сознании клиентов.

Таким образом, качество обслуживания определяет конкурентоспособность и финансовые результаты банка. Клиентоориентированность, функциональные возможности, быстрый доступ к информации – все это влияет на отношение клиентов к банку, а значит, формирует его имидж. Имидж как целостное восприятие (понимание и оценка) организации различными группами общественности формируется на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации. КЦ коммерческого банка выступает в качестве подразделения банка, осуществляющего обслуживание юридических и физических лиц посредством телефонной связи.

Научный руководитель: С. Н. Смирных,
кандидат экономических наук, доцент

Исследование функционирования и развития земельного рынка региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. Раскрыто понятие земельного рынка региона, охарактеризована его сущность, структура, а также основные участники. Представлена система показателей оценки состояния земельного рынка региона и на их основе выявлены тенденции и факторы развития земельного рынка Свердловской области. Дан прогноз развития земельного рынка Свердловской области.

Ключевые слова: земельный рынок региона; Свердловская область; показатель состояния земельного рынка региона; перспективное направление развития.

Земельный рынок региона – это совокупность экономических, правовых операций, возникающих в процессе покупки или продажи земельных участков на территории с более или менее однородными природными условиями, специфическими экономическими, демографическими, историческими условиями.

На земельном рынке объектом экономических отношений являются земельные участки.

Земельный рынок региона имеет данные особенности:

все объекты на земельном рынке нельзя подогнать, сортировать и покупать по образцам;

предложение на земельном рынке неэластично, т. е. величина предложения земельных участков слабо реагирует на изменение цены земельных участков;

предложение и спрос на земельном рынке не имеют баланса;

на земельном рынке в качестве товара выступают не сами объекты, а права на них. Сделки с земельными участками требуют много юридических формальностей;

информация на земельном рынке имеет конфиденциальный характер;

земельный рынок подвержен высокой степени государственного регулирования.

Экономическими субъектами земельного рынка региона являются: покупатели, продавцы и профессиональные участники земельного рынка. Профессиональные участники в свою очередь подразделяются на участников институциональных, т. е. действующих от имени государства и не институциональных – это те участники земельного рынка, которые работают на коммерческой основе и не представляют ин-

тересы государства, к ним относятся: предприниматели, инвесторы, риэлторы, девелоперы, заказчики, страховщики, оценщики, аналитики, маркетологи и юристы.

На развитие земельного рынка региона оказывают наибольшее влияние внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам относятся:

экономическая ситуация в стране;

демографическая ситуация в стране;

государственное регулирование земельного рынка

К внутренним факторам относятся:

экономическая ситуация в регионе;

социальная и демографическая ситуация в регионе;

физические характеристики земельного участка и окружающей среды.

Земельный рынок региона может быть сегментирован по следующим критериям: по категории земельных участков, по виду разрешенного использования, по виду прав и т. д.

Состояние земельного рынка можно оценить по следующим показателям: цена земельного участка, величина арендной платы за земельный участок и величина земельного налога.

В структуре земельного фонда Свердловской области преобладают все семь категорий земель. Наибольшую площадь занимают земли лесного фонда и земли сельскохозяйственного назначения. Наименьшую площадь занимают земли водного фонда и земли особо охраняемых территорий и объектов. Средняя стоимость сотки земли в Екатеринбурге с ноября 2015 г. по октябрь 2016 г. упала на 16%. Самое заметное снижение произошло в Каменском, Невьянском и Полевском районах. В окрестностях Екатеринбурга самая большая цена за сотку преобладает в Среднеуральске, Верхней Пышме и Сысертском районах.

В течение трех лет с 2013–2015 гг. в Свердловской области больших подвижек в изменении площадей различных категорий не наблюдается. Отрицательные изменения по площади происходят на землях сельскохозяйственного назначения, землях лесного фонда и земля запаса. Отрицательную тенденцию с 2013–2015 гг. имеет фонд перераспределения земель сельскохозяйственного назначения. В период с 2010–2015 гг. в Свердловской области произошло отрицательное изменение площади земель, находящихся в собственности граждан, а площадь земель в собственности юридических лиц, наоборот увеличилась. В период с 2014–2015 гг. общее количество сделок, совершаемых с земельными участками в Свердловской области уменьшилось. Уменьшение наблюдается практически по всем категориям земель.

Основными участниками регулирования земельного рынка Свердловской области являются: Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области, Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области, Министерство строительства и развития инфраструктуры Свердловской области, Управление Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Свердловской области.

К 2019 г. повышение в Свердловской области пойдет по следующим показателям:

- повышение заработной платы населения;

- сокращение уровня безработицы;

- рост жилищного фонда за счет программно-целевого управления жилищным строительством в части действующих в регионе федеральных, региональных и муниципальных целевых программ;

- повышение объема производства сельскохозяйственной продукции и т. д.

Повышение всех этих показателей поспособствует развитию земельного рынка Свердловской области. Наиболее будут востребованы земли сельскохозяйственного назначения и земли населенных пунктов.

Развитие Свердловской области до 2030 г. реализуется по следующим направлениям:

- развитие жилищной и жилищно-коммунальной сфер;

- повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области;

- развитие агропромышленного комплекса Свердловской области и др.

Развитие жилищной и жилищно-коммунальной сферы приведет к высокой потребности у застройщиков Свердловской области земельных участков, так как для населения будут созданы более доступные условия для приобретения собственного жилья.

Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области приведет к привлечению новых инвесторов на земельный рынок для строительства объектов.

Развитие агропромышленного комплекса Свердловской области приведет к большей потребности земель сельскохозяйственного назначения и последует развитие сельских территорий области.

Научный руководитель: Н. В. Новикова,
кандидат экономических наук, доцент

Проблемы и тенденции развития малого и среднего предпринимательства в регионе (на примере Свердловской области)

Аннотация. Работа посвящена роли субъектов малого и среднего предпринимательства в экономике каждого отдельного региона. Рассмотрена экономическая сущность малого и среднего бизнеса. Выявлены аспекты влияния субъектов малого и среднего предпринимательства на региональную экономику. Отражена динамика развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области. Хронологические рамки исследования: 2011–2015 гг. Анализ проведен по следующим критериям: число малых предприятий, численность занятых и оборот. Выявлены тенденции развития малого предпринимательства в Свердловской области и даны рекомендации по совершенствованию форм и методов его поддержки.

Ключевые слова: малое предпринимательство; малый бизнес; регион; региональная экономика; среднее предпринимательство; средний бизнес; Свердловская область.

Малое и среднее предпринимательство играет важную роль в экономике региона. Роль субъектов малого и среднего предпринимательства проявляется через социальный, экономический и политический аспекты. Вклад в экономику региона заключается в том, что малое и среднее предпринимательство:

- а) повышает уровень занятости населения региона, а также самозанятости;
- б) способствует экономическому росту (за счет увеличения доли малого и среднего бизнеса в ВРП);
- в) обеспечивает налоговые поступления в бюджет региона;
- г) удовлетворяет локальный спрос и специфические потребности в товарах и услугах;
- д) формирует «средний класс» и ослабляет социальную напряженность;
- е) развивает региональные рынки.

Также субъекты малого и среднего предпринимательства являются отличной площадкой для внедрения инноваций. В целом, малое и среднее предпринимательство способствует экономическому развитию региона и страны в целом.

Свердловская область является одним из передовых регионов страны по развитию малого и среднего предпринимательства, уступая только Москве, Санкт-Петербургу и Московской области. Свердловская область входит в топ-10 субъектов Российской Федерации по основным показателям, характеризующим развитие сектора малого

и среднего предпринимательства, а именно: по доле в числе малых и средних предприятий (3-е место), по доле в обороте (выручке) сектора малого и среднего предпринимательства (4-е место), по доле в общем числе малых и средних предприятий (5-е место).

На конец 2015 г. в Свердловской области функционирует более 8,5 тыс. малых предприятий (без учета микропредприятий) создающий оборот равный 546,5 млрд р.

За последние 5 лет малое и среднее предпринимательство в Свердловской области претерпело как взлеты, так и падения. Самым кризисным годом в развитии предпринимательства можно назвать 2014 г. В 2015 г. показатели имеют тенденцию к приращению и ситуация улучшается. Число малых предприятий в 2014 г. составляло 6 565 шт., а в 2015 г. возросло примерно на треть, и составляет 8 589 предприятий. Что касается численности работающих на малых предприятиях, к концу 2015 г. она увеличилась более чем на 10 тыс. чел., по сравнению с 2014 г. Оборот малых предприятий также увеличился – 546,5 млрд р. в 2015 г., против 502 млрд в 2014 г.

Что касается структуры субъектов МСП, первое место занимает торговля (оптовая и розничная) – 42%, на втором месте – услуги, операции с движимым и недвижимым имуществом – 17%, на третьем месте – обрабатывающее производство – 13%, и с небольшим отставанием на четвертом месте – строительство – 11%.

В качестве основных проблем развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области можно выделить:

административные барьеры: высокие налоги и страховые выплаты, неэффективное налоговое администрирование, сдача налоговой отчетности, получение заключений о пожарной безопасности и др.;

проблемы финансирования: недостаток инвестиций, высокие процентные ставки по кредитам, необходимость его обеспечения, большой пакет документов, невозможность получения в короткие сроки и др.;

проблемы с кадрами: недостаток знаний и профессиональных навыков предпринимателей, недостаток образовательных программ и направлений подготовки специалистов по узким специальностям, нехватка компетенций и знаний специалистов в конкретной области деятельности, а также низкий уровень предпринимательской активности;

проблемы с доступностью информации: отсутствие доступа к информации о рынках, потенциале, ресурсах развития, площадях, оборудовании и проч., недостаток информированности предпринимателей о существующих формах поддержки, конкурсах, грантах и др.;

проблемы инфраструктуры: высокие цены на землю, устаревшие инженерные коммуникации, электросети, оборудование, плачевное состояние дорог, высокие тарифы и усложненный процесс присоедине-

ния к сетям, а также неразвитость инфраструктуры поддержки предпринимательства;

большинство показателей работы Свердловского фонда поддержки предпринимательства имеют тенденцию к снижению.

В связи с этим, можно предложить следующие приоритетные направления развития малого и среднего предпринимательства в регионе:

а) повышение предпринимательской активности и информированности, а также формирование предпринимательской культуры;

б) расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам;

в) содействие сбыту продукции малых и средних предприятий на российском и международном рынке, поддержка спроса на продукцию субъектов МСП, а также освоение новых рынков;

г) кадровое обеспечение и повышение гибкости системы регулирования трудовых отношений;

д) реализация инвестиционных проектов;

е) внедрение инноваций на субъектах МСП;

ж) повышение эффективности государственной региональной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Реализация рассмотренных в данной работе мер и механизмов стимулирования малого и среднего бизнеса позволит увеличить вклад малого предпринимательства в экономику области. Рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства повысит устойчивость, гибкость и адаптивность экономики, а также создаст основу для формирования массового среднего слоя в обществе.

Научный руководитель: Н. Ю. Власова,
доктор экономических наук, профессор

А. О. Машарова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль и перспективы развития связи и телекоммуникаций как элемента региональной инфраструктуры

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики региональной ИКТ-инфраструктуры, зависимость уровня регионального развития от уровня развития ИКТ-инфраструктуры региона, а также социально-экономическое значение региональной телекоммуникационной инфраструктуры.

Ключевые слова: инфраструктура; региональная инфраструктура; региональное развитие; элемент инфраструктуры.

Процесс формирования инфраструктуры достаточно длительный. Он неразрывно связан с определенными ресурсами, жестко привязан к территории и во многом зависит от территориальной организации

сферы производства и сферы обращения в каждом конкретном регионе [1, с. 48].

Жизнеспособность социально-экономической среды региона во многом зависит от уровня развития и надежности инфраструктуры. Поэтому инфраструктурное обустройство регионального рынка является первостепенной задачей экономического развития региона.

Современный этап социально-экономического развития мирового хозяйства характеризуется широким распространением процессов либерализации телекоммуникационных рынков, глобализации и персонализации услуг связи, цифровизации всех электромагнитных технологий передачи информации. Усложнение структуры хозяйственных комплексов, высокая взаимосвязь отраслей экономики, отдельных предприятий в рамках национального и международных рынков требуют рациональной оптимизации систем управления, которая осуществляется на основе широкого внедрения информационно-телекоммуникационных технологий (ИКТ) [2, с. 3].

Сегодня на базе ИКТ-инфраструктуры реализуется ряд социально значимых как государственных, так и региональных проектов, таких как «Электронное правительство», «Единый портал государственных услуг», «Одно окно», в том числе ряд образовательных проектов, связанных с дистанционным обучением. Непрерывно продолжается развитие ИКТ-инфраструктуры по всей территории страны и региона в частности, дополнительным стимулом для которого, является программа Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минкомсвязь России) по устранению цифрового неравенства. На пороге эпохи цифровой трансформации все большее значение приобретают такие перспективные направления развития как индустриальный интернет вещей и облачные услуги.

В настоящее время сбыт средств связи и услуг, связанных с распространением сообщений и изображений, составляет 3,9% валового мирового продукта, причем на долю телекоммуникаций приходится более 40%.

Россия не может находиться в стороне от этих преобразований. Для того, чтобы занять достойное место в современной системе международного разделения труда, ей необходимо эффективно решать вопросы, связанные с информатизацией экономики, важнейшим из которых является развитие телекоммуникационной инфраструктуры.

Темпы роста и эффективность функционирования российской экономики в значительной степени определяются состоянием региональных экономик. В современных условиях резко возрастает роль инфраструктурных отраслей в развитии экономики региона. Информатика и связь помогают реализовывать региональные преимущества размещения производительных сил, содействуя мобильности факторов

производства, более рациональному их использованию, связывают на воспроизводственном уровне экономическую систему регионов и центра в единое целое.

Практика показывает, что чем выше уровень научно-технического и технологического развития региональной экономики, тем активнее телекоммуникационные и информационные системы влияют и на социальные процессы, выступая средством интенсификации общественных отношений.

Особенностью развития телекоммуникационной инфраструктуры в современных условиях является то, что она претерпевает серьезную структурную перестройку, переходит на новую производственно-техническую базу, связанную с широким внедрением инноваций: электронной техники, спутников связи, мобильной связи новых поколений, волоконно-оптических кабелей, цифровых технологий.

Решение проблем развития региональной телекоммуникационной инфраструктуры (РТИ) требует разработки новых научных подходов и методического инструментария для эффективного управления этим процессом [2, с. 3–4].

Специфика телекоммуникаций как особого вида связи проявляется в том, что они совмещают в себе функции сферы обслуживания (услуги связи) и отрасли материального производства (технические средства для передачи сигналов, оборудование, технологии и т. д.) и представляют собой взаимоувязанный производственно-хозяйственный комплекс, что обуславливает необходимость использования комплексного подхода к оценке их роли и значения в экономике региона¹.

Роль и значение телекоммуникаций в силу их способности сохранения целостности региональной экономической системы на основе стабильного обеспечения хозяйственных связей и взаимодействий, создания инновационной основы для ее развития определяются производственной и общественной полезностью.

Благодаря развитию РТИ происходит не только ускорение социально-экономических взаимодействий, но и изменение их характера, создание более эффективных и гибких механизмов управления производством и общественной жизнью в регионе [2, с. 13].

Информационное общество характеризуется высоким уровнем развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивным использованием гражданами, бизнесом и органами государственной власти. Увеличение добавленной стоимости в экономике происходит сегодня в значительной мере за счет интеллектуальной деятельности, повышения технологического уровня производства и рас-

¹ *О связи*: федер. закон от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ.

пространения современных информационных и телекоммуникационных технологий. Существующие хозяйственные системы интегрируются в экономику знаний. Переход от индустриального к постиндустриальному обществу существенно усиливает роль интеллектуальных факторов производства.

Международный опыт показывает, что высокие технологии, в том числе информационные и телекоммуникационные, уже стали локомотивом социально-экономического развития многих стран мира, а обеспечение гарантированного свободного доступа граждан к информации – одной из важнейших задач государств. Динамика показателей развития информационной и телекоммуникационной инфраструктуры и высоких технологий в России не позволяет рассчитывать на существенные изменения в ближайшем будущем без совместных целенаправленных усилий органов государственной власти, бизнеса и гражданского общества.

Необходимо уже в среднесрочной перспективе реализовать имеющийся культурный, образовательный и научно-технологический потенциал страны и обеспечить Российской Федерации достойное место среди лидеров глобального информационного общества¹.

Библиографический список

1. Поздеева О. Г., Иванова О. Ю. Региональная экономика. Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2017.
2. Цаллагова С. Ю. Управление развитием региональной телекоммуникационной инфраструктуры: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.

Научный руководитель: Н. В. Сбродова

Е. Р. Сибатова, Д. А. Гордиенко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы российского банковского рынка

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы российского банковского рынка.

Ключевые слова: банковская система; банковский сектор.

В течение последних лет банковский сектор России подвергся существенным изменениям, которые были вызваны рядом объектив-

¹ *Стратегия* развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 I. Общие положения. URL: http://minsvyaz.ru/uploaded/files/strategiya_razvitiya_inf_obschestva_1.pdf.

ных и субъективных негативных факторов. Основными из них можно назвать неблагоприятную макроэкономическую ситуацию в стране, целевые устремления Председателя Банка России. В результате, основными проблемами банков стали массовые отзывы лицензий со стороны мегарегулятора (ЦБ РФ) – так называемая «очистка банковского рынка», плохая задолженность по кредитам, в особенности по кредитам физических лиц, отсутствие источников внешнего финансирования (западные санкции), что привело к нарушению привычного ритма работы банковского сектора, вызвало необходимость сокращения расходов за счет увольнения персонала и ухудшение качества активов. Далее рассматриваются вышеперечисленные проблемы и мероприятия по их ликвидации. В статье банковским рынком будем считать рынок банковских услуг, включающий в себя универсальные банки, специализированные банки и небанковские кредитные организации¹.

В последние годы наблюдается тенденция к уменьшению количества банков на рынке, по мнению экспертов, в ближайшие годы в России останется около 400–600 банков².

На 1 января 2017 г. количество действующих банков в России составило 623. За 2016 г. произошло сокращение на 110 банков, в 2014 г. – на 89, а в 2015 г. – на 101. Следовательно, сокращение банков в 2016 г. продолжает увеличиваться³. В табл. 1 представлена динамика общего количества действующих банков и небанковских кредитных организаций.

Из табл. 1 видно, что большинство банков сосредоточено в европейской части страны, а в Уральском регионе наблюдается малое количество региональных банков. Нельзя не отметить низкое количество банков и в ряде других регионов. Определенную проблему вызывает Крымский федеральный округ: за 2016 г. в данном округе не осталось ни одного банка.

Анализируя показатели за 2015–2017 гг. в целом, можно заметить обозначенную ранее тенденцию к снижению количества коммерческих банков. В указанный период количество банков в России сократилось почти в 1,3 раза.

Исходя из вышеперечисленных изменений банковского рынка, можно сделать вывод, о наличии существенных проблем, вызвавших сокращение участников банковского рынка.

¹ *Марамыгин М. С., Шатковская Е. Г.* Организация деятельности коммерческого банка. М.: Форум; ИНФРА-М, 2013.

² *Марамыгин М. С., Шатковская Е. Г.* Организация деятельности коммерческого банка. М.: Форум; ИНФРА-М, 2013; Количество банков в России – динамика за 2007–2015 гг., уставный капитал и количество банков в разрезе регионов. URL: <http://ban-krisha.com>.

³ *Центральный банк России.* URL: <http://www.cbr.ru>.

Таблица 1

**Динамика общего количества действующих банков
и небанковских кредитных организаций России
в разрезе Федеральных округов за последние 7 лет**

Количество действующих банков и небанковских КО России	На 01.01 2010	На 01.01 2011	На 01.01 2012	На 01.01 2013	На 01.01 2014	На 01.01 2015	На 01.01 2016	На 01.01 2017
Центральный федеральный округ	598	585	572	564	547	504	434	358
Москва	522	514	502	494	498	450	383	314
Северо-Западный федеральный округ	75	71	69	70	70	64	60	49
Южный федеральный округ	113	47	45	46	46	43	37	38
Северо-кавказский федеральный округ	–	57	56	50	43	28	22	17
Приволжский федеральный округ	125	118	111	106	102	92	85	77
Уральский федеральный округ	54	51	45	44	42	35	32	29
Сибирский федеральный округ	62	56	54	53	51	44	41	37
Дальневосточный федеральный округ	31	27	26	23	22	22	17	18
Крымский федеральный округ	–	–	–	–	–	3	5	–
По Российской Федерации	1 058	1 012	978	956	923	834	733	623

Источник: Составлено по: Центральный банк России. URL: <http://www.cbr.ru>.

Прежде всего, стоит выделить такую проблему, как отзыв лицензий у банков. Продолжающаяся с 2013 г. чистка российского банковского сектора привела к тому, что лицензии потеряли уже 308 банков. В итоге, если не считать банков, зарегистрированных в Москве и Санкт-Петербурге, лицензии лишился каждый четвертый региональный банк¹.

Наиболее частыми причинами отзыва лицензий являются: несоответствие банка требованиям ЦБ по нормативу достаточности капитала, плохое качества активов, рискованная политика привлечения вкладов под высокий процент и невозможность впоследствии выполнить обязательства перед вкладчиками, а также из-за маленькой клиентской базы (один-два клиента) либо массового бегства вкладчиков, которым прекратили выплаты процентов².

Ко второй проблеме, которая, постепенно решается, можно отнести просроченную задолженность. Однако на начало 2017 г. данная проблема стоит не так остро, как это было в период 2015–2016 гг. Так, к началу января 2017 г. доля невозвратных долгов по потребительским

¹ Информационное агентство «Банкир.Ру». URL: <http://bankir.ru>.

² Там же.

займам опустилась до 19,8 с 20,2% на начало октября 2016 г. На 0,3 процентного пункта снизилась просрочка «90+» (платежи не вносятся свыше 90 дней) по ипотеке, а по кредитным картам она сократилась до минимального за год уровня 13,8% с пика на конец III квартала 2016 г. в 19,8%¹.

Третья проблема банковского рынка, выделяемая авторам, – это высокая доля пролонгаций и реструктуризаций. Пролонгации и реструктуризации – это различные формы скрытых проблем, которые формально являются стрессовыми активами. За последние десять лет доля стрессовых активов максимальна. Даже в период экономического кризиса 2008–2009 гг. доля стрессовых банковских активов была ниже, чем в начале 2016 г.²

Проблема стрессовых активов относится в первую очередь к розничному сегменту банковского рынка, так как просроченная задолженность растет большими темпами в основном в кредитовании физических лиц (потребительское кредитование и карточные продукты). Следовательно, у крупных розничных банков проблема состоит в наличии большого объема плохих активов. Также, проблема пролонгаций и реструктуризаций возникает и у крупных заемщиков – компаний, которые часто являются эмитентами облигаций³.

Четвертой проблемой банковского сектора остается высокая доля процентных доходов, которые российские банки получают от кредитования, несмотря на то, что в мире развивается тенденция к меньшей доли кредитования в банках⁴.

Пятая проблема – снижение кредитования малого бизнеса. Данная проблема начинает постепенно решаться. Например, путем реализации программы поддержки малого и среднего бизнеса от «Сбербанка России».

В 2016 г. поддержка российского малого и среднего бизнеса, основанная на опыте других стран, получила новое развитие: был принят приоритетный проект «Малый бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»⁵.

Одним из шагов, которые могут упростить ведение деятельности малого и среднего бизнеса, стало увеличение порога доходов по упрощенной системе налогообложения с 60 до 150 млн р.

В табл. 2 авторами систематизированы основные проблемы банковского рынка, часть из которых была рассмотрена выше, рассмотрены их степень опасности, предложены мероприятия по их решению.

¹ Информационное агентство «Банкир.Ру». URL: <http://bankir.ru..>

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Меры поддержки малого и среднего бизнеса. URL: <http://2016.rbc.ru>.

Основные проблемы банковского рынка и пути их решения

Проблема	Степень опасности	Мероприятия по ликвидации проблемы
Массовый отзыв лицензий	Выше средней	Обеспечение максимальной прозрачности деятельности банков и разработка планов финансового оздоровления системно значимых кредитных организаций
Плохая кредиторская задолженность	Средняя	Кредитные продукты для клиентов со средним и высоким уровнем дохода и постепенное снижение кредитных ставок
Высокая доля пролонгаций и реструктуризаций	Высокая	Снижение просроченной задолженности под влиянием стабилизации цен на нефть и снижения турбулентности российской экономики
Высокая доля процентных доходов от кредитования	Ниже средней	Ориентация на повышение эффективности и дохода комиссионного бизнеса
Снижение кредитования малого бизнеса	Ниже средней	Совершенствование программы кредитования малого и среднего бизнеса, использование специальных инструментов рефинансирования со стороны Центрального Банка РФ
Ограниченность в денежных средствах для кредитования на рынке микрофинансов	Выше средней	Привлечение инвестиций и кредиты в коммерческих банках
Задачей ЦБ РФ не является развитие экономики РФ	Высокая	Ориентированность Центрального Банка РФ на инвестиционную деятельность сможет помочь стабилизации и развитию экономики РФ
Отсутствие государственных банков в розничном бизнесе	Высокая	Возможность привлечения государственных резервов для решения проблем населения в условиях экономического кризиса

Источник: Составлено по: *Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2016 г. и период 2017 и 2018 гг.* URL: <http://www.cbr.ru>; *Обзор* банковского сектора Российской Федерации (интернет-версия). Аналитические показатели. 2016. № 160. Февраль.

В заключение отметим, что появление серьезных проблем в банковском рынке связано с экономической ситуацией в стране. События, связанные с западными санкциями (ограничение внешних источников финансирования банков), падением выдачи займов, снижением платежеспособности населения и резким ростом ключевой ставки, вызвали появление скрытых, нерешенных ранее вопросов.

За 2016 г., и на начало 2017 г. были сделаны определенные попытки улучшить ситуацию в банковском секторе, однако ряд существенных проблем остается.

Следует прогнозировать продолжение сокращения количества банков, связанное с потребностью банков в дополнительном капитале

и в снижении интересов собственников в поддержке своих банков на фоне снижающейся рентабельности.

Кроме того, нежелание собственников «невыгодно» продавать банк, по упавшей рыночной стоимости, приводит к вовлечению банков в сомнительные сделки, с последующим сотрудничеством с недобросовестными коллекторскими агентствами.

Многие нарушения со стороны банков приводят к масштабной проблеме банковского сектора – отзыву лицензии. Поэтому действия Банка России по стабилизации и развитию банковского рынка в 2017 г. будут весьма актуальны.

Научный руководитель: М. П. Логинов,
доктор экономических наук, профессор

Д. А. Уймина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Государственный заказ как инструмент регулирования экономики Свердловской области

Аннотация. Статья посвящена государственному заказу, при помощи которого регулируется экономическая деятельность в регионе, и влиянию государственных контрактов на развитие экономики региона, созданию рабочих мест.

Ключевые слова: государственный заказ; рынок государственных закупок; денежные средства; регион; малое предприятие.

В течение последнего времени доля государственных расходов в валовом внутреннем продукте увеличилась практически во всех странах, причем отмечено увеличение, как объема, так и стоимости государственных закупок. Этот рост параллельно сопровождается развитием законодательства в сфере закупок для государственных нужд.

Государственные закупки являются одной из составляющих совокупного спроса, представляющего собой потребность населения, предприятий, государства, выраженную на рынке в денежной форме. Именно поэтому государственные закупки, входящие в состав общих расходов государства, оказывают прямое воздействие на уровень совокупных расходов, на объем производства и уровень занятости населения.

Министерство экономики Свердловской области подсчитало, что в 2015 г. на рынке госзакупок было сэкономлено более 14 млрд р. бюджетных средств, что составляет 6,53% стоимости объявляемых

тендеров. Однако, в сентябре 2016 г. показатель экономии был выше – 7,6%, что в количественном выражении явилось экономией на 16,6 млрд р. (рис. 1).

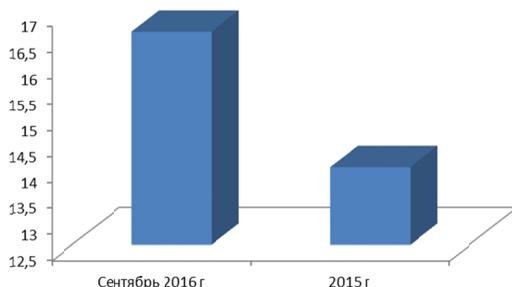


Рис. 1. Динамика сэкономленных денежных средств бюджета Свердловской области по средствам госзакупок в 2015 г. и в сентябре 2016 г., млрд р.

Свердловская область зарекомендовала себя как лидирующий производитель в области машиностроения, оборонной промышленности и металлургии. На сегодняшний день реализация оборонной промышленности происходит через систему госзаказа. Чем больше бюджет Свердловской области по статье оборонного комплекса, тем стабильнее будут функционировать заводы и как следствие уровень жизни людей повысится. Проанализируем на рис. 2 динамику темпов роста госзакупок и гособоронзаказа в период с 2012–2015 гг.

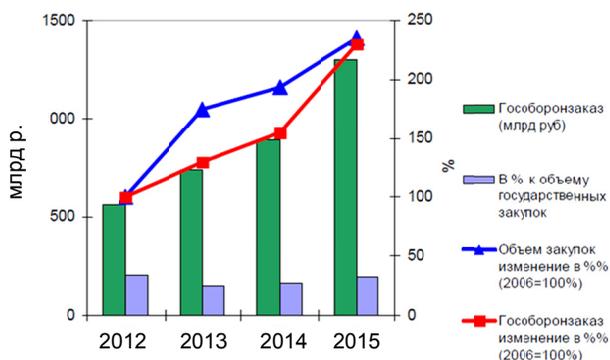


Рис. 2. Динамика темпов роста госзаупок и гособоронзаказа на территории Свердловской области в период с 2012–2015гг.

С 2012–2015 гг. и на сегодняшний день зафиксирован рост производства оборонно-промышленного комплекса и машиностроения Свердловской области. Оборонный комплекс, который будет финансово обеспечен до 2020 г. госзаказами, должен помочь остальным отраслям промышленности и сам пройти модернизацию. Последнее необходимо для того, чтобы при уменьшении федеральных госконтрактов отрасль не замерла, а смогла производить гражданскую продукцию. На данный момент на региональных предприятиях ОПК гражданская продукция составляет 46%.

В периоде с 2011–2015 гг. нарастающее производство военной отрасли позволяет часть заказов перекидывать на малые предприятия. Например, в 2014 г. им было передано заказов на 230 млн р., в 2013 г. на 190 млн р., 2012 г. в 176,3 млн р. Эта помощь помогла создать около 100 новых рабочих мест в каждом году. К концу 2015 г. уровень заказов достиг 500 млн р. и создал 250 рабочих мест (рис. 3).

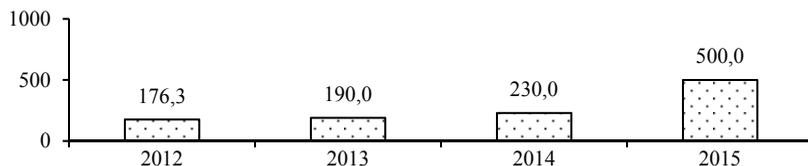


Рис. 3. Объем денежных средств, выделенных малым предприятиям с 2012–2015 гг. на территории Свердловской области через госзаказ, млн р.

К 2020 г. Свердловская область должна создать около 700 тысяч новых рабочих мест через объем выделенных денежных средств на госзаказ, половина которых будет приходиться на промышленные предприятия.

При достижении достаточного уровня развития отраслей экономики государство и частный сектор будут конкурировать за возможность создания общественных благ, что может привести к повышению качества их оказания, а также к большей отдаче от производимых вложений.

Посредством государственных контрактов Свердловская область может решать свои социально-экономические проблемы, а также обеспечивать проведение научных исследований, создание и внедрение новых технологий и разработок. Поэтому система государственных заказов, закупок продукции, работ и услуг для государственных нужд является мощным рычагом влияния государства на экономику.

Необходимо отметить, что в ближайшее время Свердловскую область ожидает целая программа по реализации госзакупок, которая

поддержит экономику региона и задаст новый виток экономических преобразований.

Научный руководитель: О. Г. Поздеева,
кандидат экономических наук, доцент

Д. М. Фуфачева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Деятельность органов местного самоуправления по формированию и реализации стратегии устойчивого социально-экономического развития территории (на примере Тавдинского городского округа)

Аннотация. Работа посвящена исследованию деятельности органов местного самоуправления по вопросам стратегического планирования развития территории. Изучена нормативная правовая и теоретическая основа стратегического планирования на муниципальном уровне. На примере конкретного муниципального образования проанализирован механизм осуществления планирования органами местного самоуправления, на основании чего разработаны рекомендации по оптимизации деятельности органов местного самоуправления при разработке и реализации стратегии устойчивого развития территории в целях повышения ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: стратегическое планирование; деятельность органов местного самоуправления; социально-экономическое развитие территории; стратегия развития территории; конкурентоспособность территории.

Сегодня управление муниципальным образованием относится к сложным системам, так как предполагает наличие большого числа связей и наиболее приближено к «конечному потребителю» управленческой деятельности – населению. В связи с этим возникает необходимость формирования системы органов местного самоуправления, способной эффективно осуществлять деятельность по формированию и реализации приоритетных направлений социально-экономического развития территории.

Стратегическое планирование развития муниципальных образований является важной составляющей системы государственного стратегического управления общественным воспроизводством. Реализация программ модернизации страны предполагает не только рационализацию пространственной организации экономики и общества, но и эффективную трансформацию их систем управления. Успешная реорганизация системы управления муниципальным образованием и его перевод в новое состояние, отвечающее современным требованиям невозможно осуществить без управления с ориентацией на перспективу. В данном случае, необходимым условием является осуществление

стратегического планирования социально-экономического развития территории.

Стратегическое планирование развития муниципального образования – это многозначный, сложный процесс определения того, каким должно стать муниципальное образование в обозримом будущем.

Актуальность данной работы заключается в том, что в современных условиях от того насколько эффективно осуществляется деятельность органов местного самоуправления напрямую зависит успешность социально-экономического развития муниципального образования. Правильное понимание управленческих стратегий и механизмов планирования в муниципальном образовании – это залог высокого развития территории.

В процессе проведенного исследования были изучены теоретическая и нормативная правовая базы деятельности органов местного самоуправления в сфере стратегического планирования в муниципальном образовании. По данному вопросу необходимо отметить, что стратегическое планирование социально-экономического развития муниципального образования – это особый вид практической деятельности органов местного самоуправления, направленной на разработку решений, целью которых является эффективное управление развитием муниципального образования в долгосрочной перспективе и быстрая адаптация к изменяющимся условиям внешней среды.

Центральным документом, регулирующим процесс стратегического планирования в МО, является Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Одним из основных документов стратегического планирования социально-экономического развития муниципального образования является Концепция (Стратегия) социально-экономического развития, который разрабатывается, утверждается (одобряется) и реализуется по решению органов местного самоуправления. Полномочия органов местного самоуправления по вопросам стратегического планирования развития определяет № 172-ФЗ, № 131-ФЗ, БК РФ, а также муниципальные правовые акты и документы, разрабатываемые на муниципальном уровне.

Проводя анализ деятельности органов местного самоуправления по вопросам стратегического планирования, мы выяснили, что центральным компетентным органом является Комитет экономической и социальной политики, стратегического развития, к основным задачам которого относится определение путей и способов обеспечения устойчивого динамичного развития экономики Тавдинского городского округа и повышения благосостояния населения. Комитет совместно с организованной рабочей группой разрабатывает стратегию и прогноз социально-экономического развития городского округа.

Складывающуюся тенденцию использования инструментов стратегического планирования в деятельности органов местного самоуправления Тавдинского городского округа можно только приветствовать и, очевидно, что это использование дает положительный эффект от реализации. Для оптимизации процесса стратегического планирования были разработаны следующие рекомендации: создание отдельного структурного подразделения по стратегическому планированию; разработка дополнительных документов стратегического планирования; взаимодействие участников стратегического планирования и привлекаемых агентов; консолидация отраслевых стратегий развития в общую стратегию муниципального образования.

Данные рекомендации разработаны в соответствии с законодательством Российской Федерации и могут быть использованы органами местного самоуправления, в частности Тавдинского городского округа, для оптимизации процесса стратегического планирования и реализации основных направлений социально-экономического развития территории.

Таким образом, после экономического спада органам местного самоуправления Тавдинского городского округа необходимо переориентировать социально-экономическую политику на новый тип хозяйствования. По нашему мнению, проведение эффективной финансовой, инвестиционной, социально-экономической политики с учетом разработки долгосрочной Стратегии позволит округу достичь планируемых результатов и выйти на новый стратегический поворот.

Научный руководитель: Е. А. Качанова

С. В. Цокова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Продовольственная безопасность региона: современное состояние и перспективы укрепления (на примере Свердловской области)

Аннотация. Рассмотрены основные факторы продовольственной безопасности региона на примере Свердловской области.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие; фактор развития; конкурентоспособность региона; продовольственная безопасность.

В ходе написания данной работы мною были рассмотрены теоретические аспекты исследования продовольственной безопасности. В частности понятия экономической безопасности и продовольственной безопасности региона.

Экономическая безопасность – это состояние экономики, обеспечивающее достаточный уровень защищенности интересов объектов безопасности (личности, общества, государства), позволяющее динамично развиваться и обеспечивать независимость интересов от возможных внешних и внутренних угроз.

Продовольственная безопасность региона – состояние экономики региона, при котором гарантируется физическая и экономическая доступность для каждого жителя пищевых продуктов, соответствующих требованиям законодательства Российской Федерации о техническом регулировании, в объемах не меньше рациональных норм потребления пищевых продуктов, необходимых для активного и здорового образа жизни.

Классифицированы факторы и условия обеспечения продовольственной безопасности региона на внутренние (социальный, экономический, уровень развития агропромышленного комплекса страны) и на внешние (структура внешнеторговой деятельности АПК, диверсификация деятельности АПК и выход на национальный рынок, масштабы деятельности региона в России, степень зависимости региона от импорта, ситуация на государственных рынках продовольствия).

Проанализирована динамика развития АПК. Потребительский рынок Свердловской области характеризуется высокими темпами роста объемных показателей, увеличением сети и качественным улучшением ее структуры, но на фоне устойчивых тенденций развития потребительского рынка Свердловской области существуют различные проблемы. Одна из них недостаточность удовлетворения спроса различных групп населения на качественные и безопасные пищевые продукты.

Проведена оценка современного уровня продовольственной безопасности Свердловской области по трем направлениям: физической доступности, экономической доступности и безопасности пищевых продуктов. Оценка показала, что продовольственная безопасность Свердловской области соответствует среднему, допустимому уровню. Существуют показатели, которые не соответствуют пороговым значениям и угрожают продовольственной безопасности, что приводит к низким показателям и среднему уровню обеспечения продовольственной безопасности.

Наиболее опасными угрозами являются: угроза нестабильного сельскохозяйственного производства, в связи с неблагоприятными природно-климатическими условиями; угроза снижения уровня жизни и качества питания населения; угроза продовольственной независимости; угроза недоступности качественного сельскохозяйственного оборудования; нехватка квалифицированных кадров. Для нейтрализации каждой угрозы предложены свои меры, а также рекомендованы прове-

дения мониторингов, которые будут отражать реальное положение и результаты выполнения стратегий и принятых планов.

Итак, продовольственная безопасность Свердловской области является приоритетным направлением развития региона и неотъемлемой частью экономической безопасности, а так же оказывает влияние на качество жизни населения. Продовольственная безопасность находится на допустимом уровне и не представляет критических угроз в случае кризисных состояний. А для дальнейшего развития требуются повышения качества продукции и жизни населения, а также активная помощь со стороны государства.

Научный руководитель: О. Г. Поздеева,
кандидат экономических наук, доцент

Т. А. Чунина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Раскрытие экономических преступлений как фактор обеспечения безопасности региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. Статья посвящена анализу и оценке экономической безопасности Свердловской области и влиянию на нее экономических преступлений. Проанализирована имеющаяся статистическая информация и предложены возможные меры по сокращению экономической преступности в целях повышения уровня экономической безопасности Свердловской области.

Ключевые слова: экономическая безопасность региона; экономическое преступление; угроза экономической безопасности; Свердловская область; направление сокращения экономических преступлений.

В современных условиях экономическая безопасность является одним из важнейших аспектов жизнедеятельности людей, общества, государства. Она дает своего рода ориентиры для принятия решений в области социально-экономических отношений. Наша страна имеет федеративное устройство, а значит, благополучие всей страны складывается из благополучия каждого региона. Одним из основных показателей качества жизни населения является уровень преступности в регионе (и в стране в целом). Поэтому, можно с уверенностью сказать, что благополучие, безопасность граждан зависит от того, насколько эффективно выявляются, пресекаются экономические преступления.

Экономическая безопасность региона включает в себя совокупность условий и факторов, характеризующих состояние экономики региона, ее развитие и стабильность, а также степень соотношения интеграции экономики региона с экономикой центрального аппарата и ре-

гиональной независимости. Угрозы экономической безопасности региона делятся на:

внутренние (структурная деформированность экономики, отсталость технологической базы большинства отраслей, старение производственного аппарата и др.);

внешние (преобладание сырьевых товаров в экспорте, потеря традиционных рынков сбыта военной и машиностроительной продукции, усиление зависимости от мирового рынка и др.).

Автором выделена еще одна угроза экономической безопасности – экономические преступления. На основании работ экспертов в области экономики, права, криминалистики дадим определение экономического преступления: это виновное общественно-опасное деяние, совершенное в сфере финансово-хозяйственной деятельности, имущественных и производственных отношений, за которое предусмотрена ответственность. Экономические преступления включают в себя (по УК РФ):

преступления против собственности;

преступления в сфере экономической деятельности;

преступления против интересов службы в коммерческих и иных организациях.

В настоящее время можно выделить следующие тенденции экономической преступности:

создание и совершенствование все новых схем преступлений;

рост межрегиональной экономической преступности;

создание более сложной системы легализации доходов от преступной деятельности.

Как свидетельствует практика, к числу наиболее подверженных криминальному воздействию со стороны организованной преступности отраслей и сфер экономической деятельности относятся: потребительский рынок, внешнеэкономическая деятельность, финансово-кредитная сфера, бюджетная сфера, топливно-энергетический комплекс, ЖКХ и строительство, сфера защиты прав интеллектуальной собственности, военно-промышленный комплекс, металлургия, лесное хозяйство и др.

Свердловская область является регионом с богатыми природными ресурсами, мощным научно-техническим и промышленным потенциалом. Проанализировав социально-экономические показатели (наиболее важные для нашего исследования) и сравнив их с пороговыми значениями, можно сделать вывод о недостаточно высоком уровне экономической безопасности (табл. 1).

Как видим, три показателя из пяти имеют завышенное значение. Для нашего исследования необходимо знать уровень теневой экономики, коррупции, но пороговые значения для таких показателей трудно

разработать не только на уровне всей страны, но и тем более на уровне региона. Более того, отсутствует информация в открытом доступе.

Т а б л и ц а 1

**Значения показателей,
отражающих уровень экономической безопасности
Свердловской области в сравнении с их пороговыми значениями
за 2010–2015 гг.**

Показатель	Пороговое значение	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Объем ВРП на душу населения от общего по стране, %	Не менее 100%	92,2	94,5	98,8	96,4	95,3	–
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	Не более 7%	10,0	10,5	8,5	8,2	8,3	9,7
Уровень безработицы, %	Не более 8%	8,4	7,2	5,8	5,9	6,1	6,5
Уровень преступности (количество преступлений на 100 тыс. населения)	Не более 5000	2 241	1 798	1 659	1 603	1 611	1 669
Децильный коэффициент дифференциации доходов	Не более, чем в 8 раз	18,0	17,1	17,8	17,8	16,9	15,6

Источник: Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

По статистическим данным (январь–декабрь 2016 г.) Управления экономической безопасности и противодействия коррупции ГУ МВД России по Свердловской области (УЭБ и ПК) для данного региона характерны преступления в области: военно-промышленного комплекса, металлургии, транспорта, внешнеэкономической деятельности. Это, как правило, налоговые и коррупционные преступления, что можно объяснить направленностью региона: мощная промышленная зона, участвующая в государственных заказах, есть возможность для «отмывания» средств. «Портал правовой статистики» приводит следующие данные о количестве экономических преступлений за 2014–2016 гг. (табл. 2).

Несмотря на сокращение самого числа экономических преступлений, снижается их раскрываемость. Данный аспект связан со следующими факторами: сокращением численности гарнизона полиции Свердловской области с 31 000 до 22 000 чел. в связи с проведенными реформами в структуре МВД; наличием проблем в работе гарнизонов полиции отдельных муниципальных образованиях; развитием экономической преступности и недостаточной подготовка специалистов в области расследования подобных преступлений.

**Зарегистрированные преступления экономической направленности
в Свердловской области за 2014–2016 гг.**

Показатели преступности	2014	2015	2016	Темп роста/снижения в 2016 г. по сравнению с 2014, %
Зарегистрировано преступлений экономической направленности	2 883	29 09	2 763	95,8
Выявлено лиц, совершивших преступления экономической направленности	1 249	1 191	1 076	86,1
Не раскрыто экономических преступлений	135	613	616	456,3

Исходя из существующих данных, автором предлагаются следующие возможные пути нейтрализации угроз экономической безопасности (и повышения ее уровня) Свердловской области посредством сокращения числа экономических преступлений. Во-первых, провести работу в области состава гарнизонов полиции. Необходимо проводить не только экстенсивную работу, но и интенсивную. По мере усложнения схем экономических преступлений, должна «усложняться» квалификация сотрудников.

Во-вторых, необходимо направить силы на противодействие коррупции. Автором предлагается ужесточить ответственность за подобные деяния. Более того, упростить прохождение процедур, связанных с деятельностью государственных органов (к примеру, при получении различного рода разрешений. Так, исчезнет сама возможность злоупотребления полномочиями. Также, важным моментом является повышение правовой грамотности граждан.

Во-третьих, не менее остро стоит проблема наличия высокого уровня «теневой» экономики, уклонения от уплаты налогов. Необходимо пресекать все возможные источники финансирования секторов криминальной экономики (к примеру, финансирование терроризма, пропаганда наркотических средств). Необходима четко выработанная политика по выявлению и пресечению на корню легализации доходов. Более того, необходимо работать над сокращением деятельности «фирм-однодневок», ограничивать возможность выведения средств в офшор.

Таким образом, через сокращение экономических преступлений нами видится реальная возможность повышения уровня экономической безопасности региона и благополучия общества.

Научный руководитель: Н. В. Новикова
кандидат экономических наук, доцент

Г. А. Альперович

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка эффективности создания предприятия с иностранными инвестициями в рамках российско-швейцарского внешнеэкономического сотрудничества

Аннотация. В работе представлен обзор условий ведения бизнеса в Швейцарии. Проведена оценка эффективности создания совместного предприятия на основе изучения экономико-правовых условий, льгот и ограничений на деятельность иностранных компаний в Швейцарии, ее налоговой системы, трудового законодательства, а также исследования рынка парков аттракционов в данной стране. Представлен проект создания «Парка развлечений» в Швейцарии.

Ключевые слова: интернационализация бизнеса; условие ведения бизнеса; парк аттракционов; парк развлечений.

В настоящее время процесс глобализации охватывает все сферы деятельности человека, где особое внимание уделяется бизнесу. Для успешной интернационализации бизнеса особую актуальность приобретает исследование рынков развитых стран, где, к примеру, присутствуют льготные налоговые системы, реальная государственная поддержка и т. д. Одним из таких государств является Швейцария.

Швейцария – это уникальное европейское государство в Западной Европе, сумевшее достичь высочайшего процветания при дефиците природных ресурсов и абсолютном нейтралитете от политических и экономических союзов.

Экономика Швейцарии является одной из наиболее стабильных стран в мире. Проводимая политика долгосрочного монетарного обеспечения и банковской тайны сделало Швейцарию местом, где инвесторы наиболее уверены в безопасности своих средств. Местная валюта (швейцарский франк) очень стабильна, несмотря на перипетии мирового финансового рынка.

Кроме того Швейцария отличается привлекательной и конкурентоспособной системой налогообложения. Общая налоговая ставка составляет 28,9% (в Германии – 50,5%, Франции – 65,4%, Италии – 73,3%).

Также одним из основных фактов привлекательности бизнеса в Швейцарии является его легкость открытия. Иностранцам учреди-

телям предоставляются определенные льготы, они пользуются широкой поддержкой.

Одним из вариантов бизнеса могут быть парки аттракционов. Швейцарию можно отнести к лидерам стран Европы по количеству парков развлечений, которые славятся своей увлекательностью и неповторимостью.

Основные перспективы развития рынка парков аттракционов в Швейцарии выглядят оптимистичными. Сегмент показывает устойчивый рост, постоянно расширяющийся ассортимент, инновации в организации досуга.

Тем самым, основная идея проекта – открытие тематического парка аттракционов в Швейцарии. С учетом национальных особенностей и популярностью Швейцарского шоколада, темой парка будет шоколад, а точнее «Шоколадная фабрика». Это подразумевает деление территории на пять зон («цехов»):

шоколадная долина для самых маленьких;

цех изобретений с американскими горками и башнями свободного падения;

телешоколадный цех с кинотеатрами и нано-технологиями;

цех шоколадных водопадов с водными аттракционами;

цех шоколадного настроения с картинами из разного вида шоколада и развлекательными аттракционами.

Парк планируется расположить в Берне. Основные поставщики:

итальянская компания S.B.F, которая создает карусели и аттракционы; подходящих для развлечения взрослых, детей и семей;

бельгийский поставщик ESPACE REVE, производящий оборудование и проектирование парков аттракционов;

одна из лучших шоколадных фабрик в мире TAUSHER, расположенная в Цюрихе.

Организационно-правовая форма предприятия – компания с ограниченной ответственностью.

Первоначальные инвестиции включают в себя поставку и установку аттракционов (3 902 747), расходы на инфраструктуру (1 000 000), маркетинг (1 500 000), годовую аренду площади (104 073) равно 6 504 073 франков.

Для определения расходов бизнеса необходимо сложить заработную плату персонала (500 чел. × 30 000) плюс оборотный капитал (399 195) равно 15 399 195 швейцарских франков.

Эффективность открытия «Шоколадной фабрики» определялась с помощью ряда показателей, например:

дисконтированный срок окупаемости инвестиций (можно вычислить количество лет, необходимых для полного возмещения первоначальных затрат с учетом ставки дисконтирования) равно 12 лет 11 мес.;

чистая приведенная стоимость равна 0,03. Получился положительный результат, означающий, что проект в течение своей экономической жизни возместит первоначальные затраты и обеспечит получение прибыли согласно заданной ставке дисконтирования, из чего можно сделать вывод об эффективности проекта.

Подсчитав все показатели расчета эффективности проекта, они подтвердили выгодность реализации парка аттракционов на территории Берна.

Подводя итоги, хотелось бы еще раз отметить, что Швейцария – это платформа для развития международного бизнеса.

В свою очередь парки развлечения в Швейцарии всегда останутся очень популярными. Оценив спрос и предложение, тематический парк «Шоколадная фабрика» в Швейцарии является целесообразным проектом для финансирования, так как проект окупаем в среднесрочной перспективе.

Научный руководитель: В. Е. Ковалев,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Беленькая, М. В. Маслова, Е. И. Ланина, Ф. М. Гарибова
Российский университет дружбы народов, г. Москва

Влияние санкций на динамику и структуру импорта Российской Федерации (2010–2016 гг.)

Аннотация. Рассмотрено влияние санкций на динамику импорта фруктов в Российскую Федерацию. Проанализированы объемы и цены поставок за период с 2010 по 2016 г. и выделены основные тенденции. Обозначены направления решения вопросов, связанных с поставками импортной продукции в РФ.

Ключевые слова: импорт; товарная позиция; фрукты; санкции; сельское хозяйство.

Сельское хозяйство России – важнейший сектор национальной экономики, который обеспечивает продовольственную безопасность страны; это совокупность отраслей, снабжающих страну продуктами питания и экспортирующих свои товары в другие страны. Сельское хозяйство, связанное со многими отраслями промышленности (пищевая, химическая, машиностроение и т. д.), образует агропромышленный комплекс. Растениеводство составляет основу сельского хозяйства. Климатические условия и наличие плодородных почв играет решающую роль для данного сектора экономики.

Начиная с 2014 г. на Россию налагался ряд санкций по различным политическим причинам. Российская Федерация, в свою очередь, при-

менила ответные санкции к ряду стран, первым шагом которых стало принятие весной 2014 г. стоп-списков лиц, ведущих активную поддержку данной санкционной войны. Основными целями контрсанкций со стороны России были: поддержка отечественного производства; частичное освобождение от импортной зависимости; увеличение поставок из дружественных стран Азии и Латинской Америки.

Проведя анализ динамики импорта фруктов в условиях российских санкций за период с 2010 по 2016 г. было выявлено, следующее: динамика товарной позиции 0803 – бананы, включая плантайны, свежие или сушеные – достаточно стабильна по объемам импорта, но с 2015 г. наблюдается снижение цены, страны – партнеры остаются почти неизменными за весь период; товарная позиция 0804 – финики, инжир, ананасы, авокадо, гуайява, манго и мангостан, или гардения, свежие или сушеные – с 2013 г. наблюдается тенденция спада, как объемов поставки (натуральных и стоимостных), так и цен, но в 2016 г. обозначен рост, страны – партнеры за весь период оставались практически неизменными, но в 2016 г. Турция потеряла одну из лидирующих позиций; товарная позиция 0805 – цитрусовые плоды, свежие или сушеные – с 2013 г. наблюдается динамика спада как по объемам импорта, так и по цене, страны – партнеры почти неизменны; товарная позиция 0806 – виноград, свежий или сушеный – обозначено снижение динамики импорта и цены с 2010 г., страны – партнеры почти за весь период оставались практически неизменными, но в 2016 г. Турция потеряла лидирующую позицию; товарная позиция 0807 – дыни, арбузы и папайя – наблюдается сокращение объемов импорта с 2010 г., цена с данного года демонстрирует снижение, но с 2013 г. обозначен рост, который с 2014 г. изменил направленность на снижение, и в 2015 г. цена почти достигла уровня 2012 г., в 2016 г. Турция потеряла одну из лидирующих позиций по данной товарной позиции; товарная позиция 0808 – яблоки, груши и айва, свежие – с 2013 г. обозначена тенденция спада объемов импорта и цен, за период с 2010 по 2016 гг. список лидирующих стран по импорту практически неизменен; товарная позиция 0809 – абрикосы, вишня и черешня, персики (включая нектарины), сливы и терн – с 2012 г. наблюдается тенденция спада объемов импорта, с 2010 г. прослеживается динамика роста цены, но с 2014 г. обозначен спад, в 2016 г. Турция потеряла лидирующие позиции, ее заменила Сербия; товарная позиция 0810 – клубника, малина, ежевика, киви, дуриан (свежие) – наблюдается рост, а затем с 2013 г. – снижение цены, страны – партнеры остаются почти неизменными за весь период; товарная позиция 0811 – клубника (замороженная), в условиях санкций объем импорта не изменился, страны – партнеры остаются неизменными за весь период; товарная позиция 0812 – вишня (временно сохранный)

– сравнив динамику 2011 г. – до санкции и 2014 г. – после санкции, можно заметить динамику спада, динамика основных стран – партнеров за весь период практически неизменна; товарная позиция 0813 – абрикос, чернослив, яблоки (сушеные) – с 2014 г. наблюдается тенденция спада, страны – партнеры практически неизменны за весь период.

Осуществив анализ динамики товарных позиций по объему стоимостного и натурального импорта, ценам, и рассмотрев основных стран-партнеров можно сделать вывод об однозначной тенденции снижения объемов импорта всех товарных групп. Однако стоит отметить, что в большинстве товарных группах основные поставщики не изменились с введением санкций, поскольку это в основном южные страны, такие как Турция и Эквадор, а под запрет попали продукты в основном из европейских стран. На объем импорта могло повлиять снижение спроса на фрукты, связанное со снижением покупательной способности населения. Поскольку курс рубля за этот период времени сильно изменился. Импорт производится в долларовых ценах, а покупка продукции в рублях.

Особое внимание стоит уделить запрету на ввоз турецких товаров. Турция была основным импортером для России ряда товаров, однако, после того как Правительство РФ своим постановлением утвердило меры о применении специальных экономических мер в отношении Турецкой Республики, ситуация для некоторых товарных групп резко изменилась. Проанализировав данные товарных группы, можно обозначить общую тенденцию, которая заключается в падении качества продуктов; роста цен, в следствие увеличение издержек на транспортные расходы.

Россия зависима от импорта на рынке фруктовой продукции. Для уменьшения данной зависимости стране необходимо осуществлять импортозамещение путем развития собственного производства фруктов и наращивания собственного производства, путем расширения площадей посадок плодовых деревьев и увеличением числа сельскохозяйственной техники для большей автоматизации процесса, увеличить сроки хранения плодов, благодаря введению в сельское хозяйство новых технологий.

Научный руководитель: И. В. Андропова,
доктор экономических наук, профессор

К. В. Володенкова, А. И. Шевырева

*Московский государственный институт международных отношений
(Университета) МИД России, г. Москва*

ЕАЭС: проблемы и перспективы развития

Аннотация. Предпринята попытка провести системное теоретическое исследование тенденций экономического развития Евразийского экономического союза и взаимного сотрудничества его стран-участниц. Выявлены региональные особенности интеграции, а также факторы, способствующие и препятствующие расширению взаимодействия стран. Особое внимание уделяется исследованию тенденций развития взаимной торговли и перспективам дальнейшей совместной деятельности. Даются рекомендации по дальнейшему экономическому развитию.

Ключевые слова: региональная интеграция; Таможенный союз; ЕАЭС; СНГ; нетарифные торговые барьеры.

Региональная экономическая интеграция – это сложный многоуровневый процесс взаимодействия, взаимоприспособления и последующего постепенного сращивания экономик отдельных стран и их внутренних структур в единый хозяйственный комплекс. Он происходит на основе естественных исторических и географических предпосылок, заключающихся в произвольном установлении сравнительно более сильной взаимозависимости национальных хозяйственных систем и рынков ряда стран, которые являются обязательным, но не достаточным условием. Движущей силой интеграции в первую очередь является совместная добровольная целенаправленная деятельности стран-участниц интеграционной группировки. Она направлена на решение различного рода экономических задач, среди которых можно выделить как наиболее значимые: выработка единых обязательных норм поведения для всех участников интеграции; создание единого внутреннего рынка товаров и услуг, труда, капитала и информации; обеспечение свободного движения товаров и услуг, труда, капитала и информации в рамках интеграции; создание единого платежного пространства; обеспечение независимого наднационального института регулирования и контроля совместной деятельности; синхронизация процессов экономического и социального развития стран, сближение макроэкономических показателей.

Их выполнение в конечном итоге позволяет создать условия и инструменты, необходимые для обеспечения роста благосостояния и стратегических перспектив дальнейшего развития национальной экономики всех стран-участниц, экономической стабильности в регионе, укрепления позиций на мировой арене в сферах, представляющих наибольший интерес. Фактически же происходит постепенное обособ-

ление стран-участниц от всего остального мира, при котором они отказываются от права самостоятельного принятия решений в ряде вопросов, затрагивающих общие интересы, как проведение торговой политики в отношении третьих стран, что, тем не менее компенсируется за счет создания механизма совместного принятия решений, позволяющего учесть интересы всех участников интеграции, а также возможностью извлечения дополнительной экономической выгоды как в рамках интеграционного объединения, так и за его пределами.

Всемирная тенденция по усилению интеграционных процессов не обошла стороной и Россию, под руководством которой в 2015 г. был создан Евразийский экономический союз, в который на сегодняшний день входят пять стран региона. ЕАЭС призван обеспечить условия для реализации экономического потенциала стран-участниц и повышения конкурентоспособности их продукции на международных рынках, а также укрепить институты взаимодействия и кооперации между странами-участниками союза. И хотя интеграционное объединение было создано всего лишь три года назад, предпосылки географического, исторического, экономического и социально-культурного характера существовали уже давно. При этом они являлись особенно сильными в сравнении с остальным миром в виду того, что страны региона уже имели опыт полной экономической интеграции (с поправкой на ряд особенностей социалистического строя и централизованный характер управления) в период существования СССР с 1922 по 1991 г., а глубокая отраслевая специализация национальных хозяйств стран-участниц союза того времени обусловила в каждом из государств высокую долю продукции, производимой для других республик и получаемой из них же. В результате следы былой дивергенции до сих пор прослеживаются в структуре бывших социалистических республик, национальные экономики которых, по сути, дополняют друг друга, а новый интеграционный процесс начался вновь почти сразу после распада СССР, когда в 1991 г. был создан СНГ. За прошедшие с того момента 25 лет на пути к созданию нового интеграционного объединения была проделана колоссальная работа, увенчанная подписанием в конце 2014 г. договора о создании ЕАЭС, вступившего в силу с 1 января 2015 г. И хотя нельзя сказать, что за несколько лет своего существования ЕАЭС уже достиг всех заявленных при его создании целей, некоторые выводы можно сделать уже сейчас:

многие страны ЕАЭС пока еще имеют довольно неустойчивые к внешним шокам национальные экономики, в результате чего наблюдается снижение объемов взаимной торговли в 2015 г. по сравнению с 2014 г. Причины – западные санкции против России, ослабление

рубля как ключевой валюты ЕАЭС, кризисные явления в мировой экономике;

в структуре взаимной торговли государств – членов ЕАЭС наибольший удельный вес занимают минеральные продукты. Далее по объемам следует продукция машиностроения, продовольственные и сельскохозяйственные товары, а также продукция химической промышленности;

почти все страны ЕАЭС имеют четко выраженные отрасли специализации, обусловленные во много советским периодом, за счет чего возможно развивать сотрудничество в области взаимных торговых отношений за счет разделения труда.

страны – члены ЕАЭС демонстрируют более значительный рост взаимного товарооборота, чем другие страны СНГ;

в 2016 г. были согласованы важнейшие проекты совместной работы в рамках ЕАЭС: концепции по формированию общего рынка лекарственных средств, а также общего рынка нефти и газа.

Таким образом, можно полагать, что союз имеет немалый потенциал развития, поскольку предоставляет странам-участницам возможность стабилизировать экономику региона и задать ей наиболее перспективный вектор развития. ЕАЭС также очень важен в контексте объединения стран постсоветского пространства как выразитель их интересов на международной арене, а в перспективе – один из полюсов глобальной экономики, способный стать способом взаимодействия, мостом между старым промышленным миром (Запад, США) и развивающимися державами (Китай, Азия, страны БРИКС и Латинской Америки). Именно в этом заключается главная значимость Евразийского интеграционного проекта. Более того, развитие интеграционного объединения нередко способствует тому, что одна страна-участница затем более активно действует в рамках уже других международных экономически группировок. В частности, развитие ЕАЭС способствует экономическому развитию всех стран, в том числе и России, которая в свою очередь является так же членом АТЭС, БРИКС и ВТО. Потому создание ЕАЭС в 2015 г. по праву считается одним из наиболее значимых шагов в сторону налаживания процессов международной интеграции.

Для России, как для самой экономически-мощной участницы интеграционного процесса, экономические последствия от вступления в ЕАЭС и его дальнейшего развития, тем не менее, кажутся не столь значительными: участие в Евразийском экономическом союзе, по оценкам экспертов, принесет стране ориентировочный годовой рост ВВП в 2–3%. Однако выгоды ЕАЭС носят чуть менее явный характер. Само возникновение ЕАЭС свидетельствует о том, что, несмотря на

ожидаемое падение ВВП России в результате западных санкций, интеграционные процессы на постсоветском пространстве продолжают, и их центром все так же является именно Россия, не утратившая до конца инвестиционную привлекательность и надежность.

Впрочем, наряду со значительными положительными результатами так же имеется ряд нерешенных вопросов. В частности, не все цели, поставленные в рамках предыдущих этапов интеграции, были решены в полной мере, что тормозит развитие интеграции на современном этапе. Так, в рамках ТС механизм перевозок не был отлажен в достаточной мере, что в свою очередь не позволило окончательно ликвидировать все таможенные ограничения: на сегодняшний день на российско-белорусской границе по-прежнему существуют контрольно-пропускные пункты, а также повсеместно в рамках ЕАЭС применяется множество нетарифных торговых барьеров. У стран-участниц не выработана единая торговая политика в отношении третьих стран. Еще одним важным экономическим фактором является разный уровень экономического развития участников интеграции. До сих пор не создан топливно-энергетический рынок, хотя он является одним из ключевых проектов ЕАЭС. К неэкономическим факторам относятся: доминирование политических факторов при принятии решений; чрезмерная бюрократизация при согласовании решений ЕЭК; малое количество внимания, уделяемое решению социальных проблем в государствах-участниках; значимость интеграционных процессов и их последствия обсуждаются «в верхах», в то время как обычные граждане часто не осознают значение происходящего; чрезмерная авторитарность политических режим;

Все это в определенной степени тормозит дальнейший процесс интеграции и требует активных действий со стороны участников по поиску решений накопившихся вопросов.

Интеграционное объединение на базе Евразийского экономического союза, функционирующего с января 2015 г., призвано обеспечить условия для реализации экономического потенциала стран-участниц и повышения конкурентоспособности их продукции на международных рынках, а также укрепить институты взаимодействия и кооперации между странами-участницами союза.

Таким образом, закономерным представляется вывод о необходимости пересмотра укоренившегося эгоцентрического подхода в ведении внешнеторговой политики и создании действенного механизма по принятию решений, затрагивающих общие интересы, в котором каждая страна будет иметь равный голос, вне зависимости от своего экономического потенциала. Данный шаг может быть в свою очередь осуществлен лишь после того, как будут разрешены вопросы, касаю-

щиеся более ранних интеграционных этапов, таких как выработка единых норм ведения внешнеторговой политики и настройка работы механизма перевозки товаров внутри объединения. Кажущиеся на первый взгляд простыми задачи на деле требуют для их успешной реализации больших усилий со стороны стран, участвующих в интеграционном процессе, в том числе по проведению подготовительных мероприятий. Отсюда одним из основополагающих советов для дальнейшего успешного развития ЕАЭС является временная приостановка рассмотрения вопросов о принятии новых членов в состав интеграционного объединения, появление каждого из которых так или иначе будет вносить дополнительную долю неопределенности и без того неустойчивую зарождающуюся систему. Что же касается социально-политического аспекта созданной организации, то необходимо проводить работу со всеми слоями населения с целью разъяснения концептуальных основ и выгод интеграции, дополнительно стимулируя, таким образом, формирование новых взаимосвязей на всех уровнях. Вопрос же мирового имиджа напрямую зависит от качества экономических показателей стран-участниц интеграции, в связи с чем опор опять же должен быть сделан на успешное экономическое развитие.

Научный руководитель: А. Н. Захаров,
доктор экономических наук, профессор

Е. А. Вьюхина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Методологические и институциональные основы евразийской экономической интеграции

Аннотация. Осуществляется исследование и оценка эффективности функционирования ЕАЭС в рамках современного мира глубокой экономической интеграции.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз; евразийская интеграция; Договор о Евразийском экономическом союзе; Всемирная торговая организация.

В 2017 г. исполняется два года с момента вступления в силу Договора о Евразийском экономическом союзе. В связи с этим, становится актуальным подвести итоги и оценить результаты функционирования Евразийского экономического союза. Его основные цели:

Как организационная структура, для Евразийского экономического союза характерно наличие определенных механизмов регулирования, а для контроля за правильностью функционирования тех или

иных механизмов, функционируют институты евразийской экономической интеграции.

Залогом эффективности функционирования Евразийского экономического союза является единая стабилизированная политика всех стран. По данному критерию становится возможным оценить эффективность деятельности евразийской интеграции. Таким образом, были выявлены два основных противоречия, которые стоят на пути развития Евразийского экономического союза.

По состоянию на 2017 г. членами Евразийского экономического союза являются пять государств: Российская Федерация, Белоруссия, Казахстан, Армения, Киргизия. Четыре страны, за исключением Белоруссии являются членами Всемирной торговой организации. А, в свою очередь, Белоруссия ведет переговоры по вступлению в ВТО. В данных условиях остается актуальным вопрос о соотношении нормативно-правовых баз данных объединений, приоритетности права, наличия противоречий нормативно-правовых баз Евразийского экономического союза по отношению к Всемирной торговой организации.

Договор о Евразийском экономическом союзе наделяет ЕАЭС международной правосубъективностью, но при этом нормативно-правовыми актами евразийской интеграции подтверждается также и обеспечение обязательств ВТО. Договор о функционировании Таможенного союза в рамках многосторонней торговой системы от 29 мая 2011 г. включает указания о соблюдении обязательств ВТО. Таким образом, на данный момент выполнение обязательств стран-членов ВТО осуществляется через увязывание ставок таможенных пошлин посредством изъятий из Единого таможенного тарифа ЕАЭС.

Проанализировав стадии процессов, связанных с вступлением в ВТО и ЕАЭС, можно сделать вывод, что на данный момент был разработан механизм увязывания обязательств ВТО в рамках ЕАЭС на примере Казахстана. Так как оставшиеся страны (Кыргызская республика, Армения) пока находятся в стадии пересмотра тарифных обязательств, то пока рано делать выводы, о том, каким образом это будет происходить, так как через данные процессы только придется пройти. Но однозначно можно отметить, что существует практика увязывания обязательств в отношении Казахстана. Пока осуществленный процесс увязывания обязательств выглядит нескоординированным. А это означает, что предприятия стран ЕАЭС находятся в разных экономических условиях, что приводит к нарушению правил честной конкуренции в рамках единого рынка товаров и услуг. В итоге, данная несогласованность наносит прямой ущерб не только экономическому и внешне-экономическому комплексу Российской Федерации, но также Евразийскому экономическому союзу.

На сегодняшний день регулирование вопросов интеллектуальной собственности в рамках Евразийского экономического союза осуществляется в соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. Согласно Договору, страны-члены ЕАЭС ориентированы на сотрудничество в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности.

Основными задачами в сфере интеллектуальной собственности в странах ЕАЭС являются:

гармонизация законодательства государств-членов в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности;

защита интересов обладателей прав на объекты интеллектуальной собственности государств-членов.

К 2016 г. Евразийской экономической комиссией совместно со странами-участниками ЕАЭС сформирована полноценная правовая база по регулированию направления «Интеллектуальная собственность».

Однако относительно достижения второй задачи: функционирования механизмов защиты интересов обладателей прав на объекты интеллектуальной собственности в разных странах, возникает очень много вопросов.

Анализ таможенных реестров всех стран ЕАЭС позволяет сделать следующие выводы.

1. Таможенный реестр России содержит самое большое количество торговых знаков – это 4 240 позиций, по состоянию на 25 августа 2016 г.

2. Таможенный реестр Казахстана состоит из 741 торгового знака, которые подлежат охране со стороны государственных органов Казахстана, по состоянию на 31 октября 2016 г.

3. ТРОИС Белоруссии включает 285 товарных знаков, по состоянию на 25 октября 2016 г.

4. В таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности Киргизии, насчитывается 211 охраняемых торговых знаков.

5. В ТРОИС Армении зарегистрировано 300 торговых знаков.

6. При сравнении количества торговых знаков по странам ЕАЭС, удалось выявить различия в документационном обеспечении относительно охраны интеллектуальной собственности, а значит и сильное отклонение фактических механизмов проверки и защиты товарных знаков. Таким образом, при пересечении таможенной границы Казахстана 3 499 товарных знаков остаются незащищенными, при пересечении границы Белоруссии и вовсе 3 955 товарных знаков, Киргизии – 4 029 торговых знаков, а в Армении – 3 940 торговых знаков.

Таким образом, в результате существования не состыковок в законодательствах стран ЕАЭС, относительно объектов интеллектуаль-

ной собственности, наблюдается ситуация, когда товары могут беспрепятственно попадать на общую территорию экономического союза, несмотря на то, что имеются официальные эксклюзивные дилеры данных товаров в некоторых странах-членах ЕАЭС. С одной стороны, данная ситуация сигнализирует об отсутствии защиты товарного знака, а с другой стороны, эта ситуация может быть использована для стабилизации и условий рынка того или иного товара в ситуациях, когда существует только один дилер в стране, который контролирует уровень цен на свой товар.

Несмотря на то что, степень интеграционных процессов между Россией, Казахстаном, Белоруссией, Киргизией, Арменией возрастает, остается актуальным вопрос о несовершенстве администрирования в рамках Евразийского экономического сообщества, которые приводят к неравному положению компаний разных стран на общем рынке ЕАЭС.

Научный руководитель: В. Е. Ковалев,
кандидат экономических наук, доцент

С. В. Мурунова

Тюменский государственный университет, г. Тюмень

Конкурентоспособность экономики РФ на мировом рынке

Аннотация. Рассматривается место России в мировой экономике XXI века. Определена сущность понятия конкурентоспособности страны. Проведен анализ конкурентоспособности Российской Федерации при помощи методики Всемирного экономического форума. Выявлены слабые и сильные стороны российской экономики.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентоспособность России; глобальный индекс конкурентоспособности; competitiveness of Russia; global competitiveness index; GCI.

В данной исследовательской работе было выявлено, что такое конкурентоспособность, через определения определена ее суть и выделено два уровня конкурентоспособности – внутренний и внешний. Внешняя конкурентоспособность базируется на внутренней, т. е. способность всего государства быть достойным конкурентом на международном рынке – это, в первую очередь, способность отечественных производителей производить конкурентоспособные товары.

В современных условиях усиливающегося процесса глобализации и интернационализации проблемы международной конкуренции выходят на первый план.

На основе Global Competitiveness Report 2015–2016 гг. был проведен анализ конкурентоспособности РФ в разрезе компонентов Индекса

– место Российской Федерации на международной арене. Наглядно проглядывались слабые и сильные стороны нашего государства, такие как институты (100-е место), начальное образование (56-е место), финансовый рынок (95-е место), рынок товаров (92-е место) и т. д.

Рассмотрев положение России по глобальному индексу конкурентоспособности в более долгосрочной перспективе, было выявлено, что Россия постепенно движется по пути прогресса, роста, развития, т. е. наблюдается положительная динамика.

Безусловно, РФ есть куда стремиться – стране, имеющей огромные запасы всех видов ресурсов, с первой в мире по размерам территорией, стране, которой боятся и с которой считаются (хоть и не всегда это показывают). На наш взгляд, повышение конкурентоспособности России (а в первую очередь, отечественных предприятий) сможет дать нам множество преимуществ: увеличивающийся экспорт; валютные поступления; меньшую зависимость от мировых рынков сырья, а также от санкций со стороны других государств; стабильные доходы у населения, что обеспечит стабильные поступления налогов в государственный бюджет; снизить безработицу, что улучшит социальное настроение граждан РФ; более того, Россия сможет занять заслуженное место на международной арене.

Научный руководитель: Д. Ю. Руденко,
кандидат экономических наук, доцент

Д. О. Окунев

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, г. Омск

Влияние мировых цен сырой нефти на цену нефтепродуктов в России, Китае и США

Аннотация. Анализируются особенности национального ценообразования бензина АИ-92 в России, Китае и США. С учетом национальных особенностей ценообразования нефтепродуктов построены эконометрические модели ценообразования бензина в профессиональных статистических пакетах, показана ключевая значимость мировых цен на сырую нефть в формировании конечных цен на бензин в приведенных странах.

Ключевые слова: мировые цены; сырая нефть; ценообразование; нефтепродукты; национальные особенности ценообразования.

Россия является страной экспорта энергоресурсов, в первую очередь, сырой нефти. Предполагается, что страна, обладая огромными запасами нефти, должна поддерживать цены на нефтепродукты на низком уровне. Однако, цены на нефтепродукты в России значительно высоки, причем с падением цен на сырую нефть на мировом рынке,

цены на нефтепродукты в России только растут. Поэтому необходимо выбрать факторы ценообразования на национальном нефтяном рынке и проверить степень влияния каждого фактора на цены на бензин. Итак, для анализа выбраны некоторые факторы, которые станут объясняющими переменными в модели множественной регрессии. Для анализа взяты факторы за период 2001–2014 гг.:

уровень внутреннего спроса, млн т в день (DEMAND);

уровень внутреннего предложения, млн т в день (SUPPLY);

уровень национального ВВП, млн дол. (GDP);

цены на нефть, дол./барр. (OIL);

число автомобилей на 1 000 чел., шт. (AUTO).

Результирующий показатель – цены на бензин АИ-92, р. США (PRICE).

Исследование начинается с анализа выборочных корреляций.

Анализ выборочных корреляций

	PRICE	AUTO	DEMAND	GDP	OIL	SUPPLY
PRICE	1	0,97	0,97	0,97	0,93	0,97

Источник: Составлено автором на основе данных разных источников в пакете EViews (версия 5.0).

В ситуации с Россией все переменные оказывают существенное воздействие на формирование цен на бензин, так как соответствующие корреляции с переменной PRICE по абсолютной величине больше 0,5.

В результате построения разных модификаций линейной, экспоненциальной и степенной моделей наилучшей оказалась экспоненциальная модель:

$$PRICE = \ln(AUTO^{0,39} \cdot GDP^{0,25} \cdot DEMAND^{0,25}) - 0,0006 \cdot OIL - 0,008 \cdot SUPPLY - 2,51.$$

Построенная модель удовлетворяет основным характеристикам эконометрического исследования. В результате построения экспоненциальной модели множественной регрессии была установлена зависимость цены на бензин от нескольких существенных факторов. Для определения процентного влияния каждого фактора на уровень цен необходимо воспользоваться методом факторного анализа, а именно методом расчета влияния факторов и оценки роли каждого из них в изменении величины резульативного показателя.

Пример с РФ показал, что не всегда конъюнктура мирового рынка нефти может прямо влиять на национальное ценообразование нефтепродуктов. Обратная корреляция между мировыми ценами на

нефть и национальными ценами на нефтепродукты наиболее характерна для экспортоориентированных стран, к которым относится Россия. Однако стоит обратить внимание на другие страны, где могут возникнуть прямые корреляции между мировым и внутренним рынками соответственно.

США являются одними из крупнейших импортеров нефти в мире. Предполагается, что в США внутренние цены на нефтепродукты должны прямо коррелировать с мировыми ценами на нефть. И падение/рост мировых цен на нефть должно вызывать падение/рост национальных цен на топливо.

На основе имеющихся данных была построена модель, описывающая линейную зависимость цен на бензин АИ-92 в США от мировых цен на нефть:

$$PRICE = 0,009 \cdot OIL + 3,73.$$

Данная модель адекватно описывает имеющиеся данные. Это подтверждается теорией эконометрики. При увеличении цен на нефть на 1 ед. цена на бензин также увеличится на 1 ед., т. е. зависимость прямая положительная. При нулевом значении цены на нефть цена на бензин будет равна 3,73 центов, что подтверждает нынешнюю ситуацию на рынке бензина США.

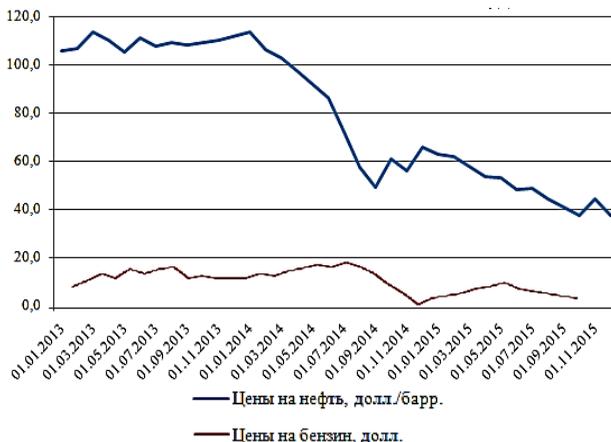
Таким образом, за рассматриваемый период наблюдается прямая положительная корреляция между внутренними ценами на бензин и мировыми ценами на нефть. Данная ситуация была характерна и для стабильного рынка, и для рынка в условиях кризиса. В США как в импортере нефти с изменением мировых цен на нефть приводит к параллельному изменению внутренних цен на бензин.

Китай также является страной импорта нефти. Поэтому предполагается, что в КНР, как и в США, должна наблюдаться прямая зависимость между мировыми ценами на нефть и внутренними ценами на бензин.

На основе имеющихся данных была построена модель, описывающая линейную зависимость цен на бензин АИ-92 в Китае от мировых цен на нефть и уровня ВВП страны:

$$PRICE = 0,006 \cdot OIL + 0,00008 \cdot GDP + 4,12.$$

Данная модель адекватно описывает имеющиеся данные. Это подтверждается теорией эконометрики. При увеличении цен на нефть на 1 долл. цена на бензин также увеличится на 0,6 юаней, т. е. зависимость прямая положительная. При нулевом значении цены на нефть цена на бензин будет равна 4,12 юаней, что подтверждает нынешнюю ситуацию на рынке бензина Китая.



Динамика цен на бензин в США в 2013–2015 гг.¹, дол.

Цены на нефть в Китае косвенно связаны с мировыми и формируются под контролем государства. Корректировка розничных цен, согласно утвержденному в 2009 г. механизму, проводится, если в течение 22 дней подряд наблюдается колебание стоимости сырой нефти на мировом рынке в среднем в пределах 4%.

Таким образом, во всех рассмотренных странах существует зависимость цен на нефтепродукты от мировых цен на нефть, однако не в каждой стране динамика цен на нефть приводит к существенному изменению цен на бензин. В основном, в странах, бюджеты которых сильно зависят от нефтяных доходов, скачки цен наиболее ощутимы как правительствами государств, так и конечными потребителями. Тем не менее, в каждой стране есть свои национальные особенности, которые способствуют корректировке цен с целью защиты потребителей от коллапсов и незапланированных расходов на нефтепродукты.

Научный руководитель: С. Н. Хоботова,
кандидат экономических наук, доцент

¹ Составлено автором на основе портала URL: <http://smart-lab.ru>.

Организация бизнеса по частичной механической обработке и продаже титановой продукции в США

Аннотация. Создание и успешная реализация инвестиционного проекта невозможны без грамотно составленного бизнес-плана, содержащего полное представление о конъюнктуре рынка страны и вероятных рисках при его реализации. Представлен бизнес-план организации бизнеса по частичной механической обработке и продаже титановой продукции в США. Описываются факторы и механизмы ведения бизнеса в Соединенных Штатах, инструменты регулирования деятельности иностранных контрагентов. Исследован рынок поставщиков титановой продукции в США, дан расчет эффективности конечного проекта.

Ключевые слова: бизнес-план; титановая продукция; налоговая система США; трудовое законодательство США; организационно-правовая форма; рентабельность.

В условиях глобализации мировой экономики и активного развития конкуренции на национальном уровне, субъекты бизнеса ищут способы перевода своей деятельности на новые международные рынки. Чтобы взвесить предстоящие затраты и возможные риски, представить поэтапную реализацию проекта и показать его инвестиционную привлекательность необходимо создать качественный бизнес-план.

Бизнес-план – это документ, содержащий точное и исчерпывающее описание предполагаемой предпринимательской деятельности.

Для создания бизнес-плана по организации коммерческой деятельности в иностранном государстве в первую очередь следует определить какой вид деятельности будет актуален и востребован в данной стране, с учетом ее рыночной, экономической и социально-политической ситуации.

Проблема состоит в том, что часть предпринимателей не уделяют должного внимания составлению бизнес-плана и делают массу ошибок как на этапе выбора направления деятельности в конкретной стране, так и на этапах расчета эффективности проекта и исследования конъюнктуры рынка, что в свою очередь приводит к банкротству и отсутствию востребованности на услуги и товары предприятия.

В связи с этим, актуальным представляется цель исследовательской работы – создание бизнес-плана «Организация бизнеса по продаже титановой продукции в США» путем учета налоговых, административных и иных условий видения предпринимательской деятельности в Соединенных штатах, который может послужить примером для создания аналогичных проектов, по организации бизнеса за рубежом.

Привлекательная, открытая бизнес-среда, высокий уровень жизни, доступ к новейшим инновационным технологиям, отлаженная логистическая система и каналы поставок, развитая инфраструктура и высококачественная квалифицированная рабочая сила – решающие факторы в пользу открытия своего бизнеса именно в США.

Соединенные Штаты Америки предлагают самый большой потребительский рынок на земле с населением страны 325 млн чел. Расходы домашних хозяйств являются самым высоким в мире, осуществляя более четверти мирового потребления товаров и услуг.

В США на долю авиационно-космической промышленности регулярно приходится более 60% спроса. Договоры и контракты на поставку высоколегированного титана рассчитаны в среднем на 10 и более лет. Большое количество поставщиков сырья и собственные запасы исключают риски в перебоях производства.

Рынок авиационного титана крайне чувствителен к уровню цен, особенно в аэрокосмической отрасли, так как присутствует жесткая конкуренция со стороны производителей высококачественного титана, а также других металлов и сплавов.

Входе проведенных исследований политико-правовой, законодательной, налоговой сфер, ограничений и льгот на ведение бизнеса, а также анализе рыночной ситуации, цен и конкуренции в сфере титановой торговли и обработки в Соединенных Штатах Америки для открытия бизнеса автором был выбран штат Делавэр, имеющий самые простые и доступные способы выхода на рынок, а также низкую базу налогообложения (подходный налог – от 2,2 до 6,6%, налог с продаж – отсутствует, налог на недвижимость – 0,42%).

Кроме того, регистрируя бизнес в Делавэре, мы можем открывать филиалы в других штатах, при этом уплачивать подходный налог только штату размещения нового подразделения. Регистрируя бизнес в любом другом штате, мы были бы обязаны уплатить подходный налог как в штате, где расположена головная компания, так и в штате организации нового филиала.

Организационно-правовой формой ведения бизнеса была выбрана компания с ограниченной ответственностью (LLC), с единственным владельцем в лице учредителя. Данная форма организации бизнеса позволит избежать личной ответственности по долгам и обязанностям фирмы в случае ее банкротства. Риску подвержены лишь средства, вложенные в уставный капитал, т. е. имущество компании.

Основной профиль деятельности нашей торгово-промышленной компании – это продажа титановых изделий, приобретаемых у торговых представительств российской корпорации «ВСМПО-Ависма», заказчику на прямую, или после частичной механической обработки на проектируемом производстве.

В обрабатывающей сфере компания не позиционирует себя как конкурент крупным промышленными предприятиями, однако в сфере продаж титана она будет прямым конкурентом для организаций любого типа, будь то производители или перекупщики.

Осуществление поставок титановой продукции заказчикам будут производиться двумя способами.

1. От представительств ПАО «Корпорация ВСМПО-АВИСМА» («Tigus») непосредственно заказчику компании (в случае, когда не требуется производить обработку титановых изделий). Это так называемые «быстрые перепродажи». Этот прием не всегда осуществим так как имеет прямую зависимость от наличия продукции на складе титановых представительств.

2. От поставщика «Tigus» на склад нашего производства для хранения, создания товарного буфера и обработки, с дальнейшей продажей заказчиком и потребителям.

Организацию бизнеса по частичной механической обработке и продаже титановой продукции в США автор считает целесообразной исходя из итогов всех выполненных расчетов эффективности осуществления бизнес-проекта «Titanium Trade & Process Company»:

через 8 мес. после открытия производства нужно реализовать обработанной титановой продукции не менее чем на 1 685 168 дол., чтобы получить прибыль и пройти точку безубыточности;

рентабельность продаж титановой продукции, обработанной на предприятии «Titanium Trade & Process Company» составляет 30%;

чистая рентабельность компании «Titanium Trade & Process Company» равна 15%;

чистая текущая стоимость проекта (NPV) > 0 и дисконтируемая стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на 1 ед. вложений (PI) тоже > 0;

чистая прибыль компании «Titanium Trade & Process Company» в случае выполнения нормы заказов на оба вида деятельности компании 42 249 дол. («быстрые перепродажи») плюс 377 278 дол. (продажа обработанной продукции) равна 419 527 дол.

при таком показателе чистой прибыли, окупаемость проекта составит 1 год и 8 мес.

На основании того, что Соединенные Штаты заинтересованы в привлечении иностранных инвестиций, предоставляют привлекательные условия для входа на рынки страны иностранных игроков, а также из результатов проведенного исследования эффективности создания бизнеса в США, конкретно в штате Делавэр, автором представляется целесообразным и актуальным организация торгово-промыш-

ленной компании по частичной механической обработке и продаже титана «Titanium Trade & Process Company» (ТТР).

Научный руководитель: О. Д. Фальченко,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Собянин, Д. А. Яковенко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Сравнительный анализ уровня и качества жизни в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки

Аннотация. Цель статьи – сравнить уровень и качество жизни в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки. Проанализированы социально-экономические показатели: продолжительность жизни, уровень здравоохранения, образования, доходов и расходов, инфраструктура, состояние автомобильных дорог, различные стороны ведения бизнеса и др. Выявлена и обоснована необходимость укрепления позиций России на мировой арене. Оцениваются основные тенденции развития России и США как двух мировых лидеров.

Ключевые слова: уровень жизни; качество жизни; Россия; США.

В связи с тем, что в настоящее время мы живем в мире компьютеров, интернета и цифровых гаджетов, граждане зачастую осведомлены неполной информацией. Именно поэтому целью статьи является рассмотрение различий уровня и качества жизни в России и США, основанных на официальных данных.

Задачей данной работы является выявление различий в уровне и качестве жизни двух стран, а также рассмотрение проблем, опираясь на социально-экономические показатели. Для выявления основных проблем, преимуществ и недостатков выявлены и рассмотрены основные аспекты жизни каждого гражданина, обоснована их роль.

В статье рассмотрены демографические показатели, которые напрямую зависят от экономических условий жизни в стране.

Система здравоохранения, качество предоставляемых услуг и их стоимость являются одними из важнейших аспектов каждого человека. Для оценки использован рейтинг стран мира по эффективности систем здравоохранения, а также рассмотрены различия в процедуре получения медицинской помощи. Выяснено, что ключевой проблемой в системе здравоохранения США является дорогостоящее медицинское обслуживание.

Ключевым фактором трудоустройства на высокооплачиваемую работу является образовательный процесс. Выявлена значительная

разница в стоимости получения и процесс предоставления бесплатного высшего образования.

Рассмотрена основная часть доходов большинства граждан – заработная плата. Выявлена значительная проблема для Российской Федерации по данному аспекту. В работе осуществлены попытки «сглаживания» данной проблемы и выявлена разница между некоторыми факторами, такими как налогообложение и страхование.

Поскольку достаточно большая часть доходов населения расходуется на продукты питания, составлена продовольственная корзина со средними ценами по двум странам. Также, рассмотрены и иные расходы на товары и услуги. Рассмотрена структура затрат.

Выяснено, что уровень безработицы в России ниже на 1%, чем в США, а, значит перспективы поиска работы находятся почти на одном уровне. Рассмотрена возможность ведения бизнеса, и, сделан вывод, что в США проще вести бизнес по сравнению с Россией. Рассмотрен возможный альтернативный путь получения дохода, такой как собственный бизнес и помощь со стороны государства в случае невозможности получения дохода. Проведена оценка условий ведения бизнеса при помощи рейтинга и данных Всемирного банка.

Рассмотрена разница в размере средней пенсии и в самой процедуре ее начисления, выявлена серьезная проблема для РФ по данному аспекту.

Проанализированы рейтинг стран мира по уровню статьи населения, всемирный индекс счастья, индекс развития человеческого потенциала для полной оценки не только экономической составляющей жизни населения, но и оценки состояния безопасности и уверенности граждан в завтрашнем дне, т. е. частично затрагивают общую структуру жизни внутри страны.

Выявлена значительная разница в уровне доходов и расходов населения.

Динамика роста России по социально-экономическим показателям, взятым для данной статьи, показывает высокие темпы. Сделан вывод, что Россия сегодня уже встала на путь развивающейся державы, показатели которой стремительно улучшаются.

Научный руководитель: Е. Л. Андреева,
доктор экономических наук, профессор

К. А. Стожаров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности реализации инвестиционных проектов в рамках российско-финского внешнеэкономического сотрудничества (на примере гостиничного сектора Финляндии)

Аннотация. Представлен анализ инвестиционной привлекательности Финляндии для зарубежных предпринимателей. Рассмотрен гостиничный сектор услуг указанной страны, предложен проект по открытию мини-отеля и рассчитаны финансовые показатели бизнеса, на основе которых были сделаны выводы о целесообразности его реализации.

Ключевые слова: бизнес; иностранные инвестиции; Финляндия; гостиничный сектор; внешнеэкономическая деятельность; расчет показателей привлекательности бизнеса.

Финляндия, как страна для вложения в нее инвестиций имеет ряд преимуществ: открытость экономики, высокоразвитая инфраструктура, надежность телекоммуникаций, высокий уровень взаимодействия между предприятиями, научно-техническими центрами и университетами, высокая скорость освоения новых технологий, высокий образовательный уровень населения и благоприятный для ведения бизнеса деловой климат. Рейтинг Doing business за 2015 и 2016 гг., в котором Финляндия занимала места в первой десятке, свидетельствует о стабильности этой страны и ее привлекательности для иностранных, в том числе российских, инвесторов. Благоприятное географическое положение, в том числе протаянная граница с Российской Федерацией, также благоприятным образом отражается на доверии российских инвесторов к финскому рынку.

Политико-правовые условия деятельности компании на финском рынке, налоговая и законодательная база, а также существующие льготы и ограничения на деятельность российских компаний на рынке страны свидетельствуют об открытости экономики страны к иностранным инвестициям. Стоит отметить тенденцию к увеличению финансовой и информационной поддержки со стороны правительства Финляндии в направлении привлечения средств зарубежных инвесторов. Об этом свидетельствует создание агентства, занимающегося привлечением инвестиций из других стран, которое называется «Invest in Finland». Агентство оказывает консультационные услуги по вопросам создания бизнеса в стране и поиске возможных вариантов покупки готового бизнеса на безвозмездной основе. Основными трудностями при организации бизнеса в Финляндии могут стать: длительный период окупа-

емости проектов, высокий уровень издержек, культурные и языковые различия и высокая конкуренция.

Рассматривая налоговую составляющую открытия бизнеса, стоит отметить, что предприятие на второй год работы обязано уплачивать 38,1% коммерческой прибыли в качестве налогов и обязательных отчислений. В Финляндии существует сложная и многоступенчатая налоговая система, которая включает в себя большое количество различных налогов, размер и обязательства по уплате которых зависит от выбранной организационно-правовой формы собственности и других факторов, описанных в работе. Серьезных ограничений на ведение бизнеса в Финляндии не существует, однако Закон о мониторинге за приобретением иностранцами компаний в Финляндии ограничивает предпринимателей в покупке предприятий, связанных с оборонной промышленностью, а также предприятий, жизненно важных для общества. Таким образом, выводы об эффективности реализации описываемого проекта сделаны на основе существующей тенденции к росту поддержки малого и среднего предпринимательства со стороны Правительства Финляндии, заключающейся в оказании бесплатных консультационных услуг, а также на основе стабильности экономической и политической ситуации в стране.

Сфера услуг является самой популярной сферой бизнеса в Финляндии, на которую приходится более 60% всех предприятий. На основе вышеизложенных данных, автором предлагается проект по открытию мини-отеля, относящихся к разряду малых предприятий. В качестве организационно-правовой формы разумно выбрать частное предпринимательство, как наиболее удобную форму бизнеса для уплаты налогов и ведения деятельности. Городом, наиболее привлекательным для реализации проекта был выбран город Леви, находящийся в регионе Лапландия, так как это место пользуется спросом у туристов благодаря развитой инфраструктуре и наличию горнолыжного курорта, что особенно актуально в зимний период. Мини-отель, состоящий из 20 номеров и оказывающий дополнительные услуги, например, организацию питания, трансфера, экскурсионных услуг, будет популярным у туристов и сможет принести прибыль инвесторам.

Стоит отметить, что финское правительство поддерживает экономическую конкуренцию, ограничивая слияние фирм, направленное на монополизацию отрасли экономики, поэтому малые предприятия могут свободно вести свою деятельность. Основной визитной карточкой Финляндии, привлекающей туристов, является нетронутая человеком природа, количество таких мест по миру уменьшается, поэтому число посетителей страны непрерывно возрастает. Россияне занимают первое место по числу туристов, въехавших на территорию Финлян-

дии, что благоприятным образом может повлиять на перспективы развития бизнеса, открываемого российским предпринимателем, так как автору близки русские традиции и колорит. Туризм является отраслью, поддерживаемой Правительством Финляндии, налоговые поступления от доходов, полученных в секторе туризма, составляют 4% ВВП страны. Финляндия удерживает лидерство по количеству туристов из России среди европейских стран, в первом полугодии 2016 г. число выездных поездок из России в Финляндию составило более 1 млн. Основное увеличение количества туристов происходит за счет возрастания интереса к этой стране со стороны стран Азии, в том числе Китая и Японии. Ввиду политики стимулирования отрасли туризма, реализуемой Правительством Финляндии, а также роста численности въезжающих туристов, можно сделать вывод о том, что предлагаемый к реализации проект эффективен ввиду развития туристской индустрии страны.

Издержки необходимые для обеспечения работы персонала составят 20 160 евро в месяц с учетом выплат заработной платы всем сотрудникам, необходимым для поддержания порядка в отеле, организации питания гостей и их комфортного проживания. Помещение для открытия отеля стоит взять в аренду, что обойдется в 13 000 евро в месяц, а общая сумма необходимого оборудования, которое нужно закупить, вместе с ремонтными работами, составит 92 300 евро. Рассчитанная себестоимость отеля составляет 1 193 053 евро. Планируемая выручка, с учетом сезонности бизнеса и оказываемых за дополнительную плату услуг, равна 132 563,75 евро в месяц (1 590 765 в год). Рентабельность проекта составляет 33,3%, что говорит о целесообразности его реализации. Показатель NV, применяемый для расчета коэффициентов ликвидности и платежеспособности, составляет 1 431 765, что еще раз обосновывает финансовую привлекательность проекта. Показатель NPV, показывающий общую прибыль инвестора, составляет 915 969,53 > 0, что свидетельствует о грамотном выборе проекта ввиду его эффективности. Срок окупаемости проекта составляет четыре года, то есть по истечении этого времени проект начнет приносить прибыль. С учетом больших сумм предварительных расходов и выхода на незнакомый рынок можно сказать, что величина срока окупаемости является показателем, делающим проект более привлекательным. Таким образом, рассчитанные финансовые показатели позволяют подтвердить расчетами гипотезу о привлекательности финского рынка гостиничных услуг для вложения в него прямых инвестиций иностранным инвестором.

Таким образом, открытие мини-отеля в городе Леви – это целесообразный для вложения инвестиций проект ввиду трех основных фак-

торов: развития рынка туристских услуг в Финляндии, инвестиционной привлекательности бизнеса, доказанной как с теоретической точки зрения, так и в ходе расчетной части, содействия Правительства иностранным предпринимателям путем введения программ, способствующих открытости и стабильности финской экономики, а также обучению инвестора деловой среде данной страны.

Научный руководитель: В. Е. Ковалев
кандидат экономических наук, доцент

Е. А. Стретинская

*Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета
им. Г. В. Плеханова, г. Уфа*

Методы оценки благосостояния нации

Аннотация. Представлены три метода оценки счастья нации государства: анкетирование, индексация и оценка уровня ВВП на душу населения. Дана оценка основных показателей благосостояния нации Российской Федерации. Рассмотрена тенденция роста и падения уровня счастья граждан нашей страны.

Ключевые слова: благосостояние нации; индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП); опрос; продолжительность жизни и обучения; качество жизни.

Благосостояние нации определяется его национальным богатством, которое состоит из всего того, что создано и опосредовано человеческим трудом и может быть воспроизведено. Благосостояние нации – это важный социально-экономический фактор, влияющий на все страну в целом. Именно от того, насколько счастливыми и довольными чувствуют себя граждане, зависит мера и степень их удовлетворения властью и правящими слоями. А социальное спокойствие внутри страны – это фундамент внешнего суверенитета государства.

Одной из важнейших задач социальной политики стало повышение уровня благосостояния нации. У большинства населения наблюдается продолжительное снижение уровня жизни. Возможно, это связано с тем, что с каждым годом создается все больше высоких научно-технических достижений в области электроники, приборостроения и нанотехнологий, происходит рост потребностей населения. Наряду с этим, низкий уровень развития производительных сил не позволяет удовлетворить все эти потребности. Это противоречие дает основание считать благосостояние нации актуальной проблемой современного общества.

В рамках работы была рассмотрена теоретическая сторона благосостояния нации, даны определения таких показателей, как ВВП, ВНП, «национальное богатство», разобраны различные методы оценки благосостояния нации. На сегодняшний момент существует множество способов расчета благосостояния нации. Условно их можно разделить на три группы: анкетирование, расчет показателей (индексов) и сравнение по уровню ВВП страны. Существует несколько индексов, по которым рассчитывают благосостояние нации.

Существует третий способ оценки благосостояния нации с помощью уровня ВВП. Однако эта методика также субъективна, как и первый метод, так как если рассматривать страны по уровню ВВП, то мы пренебрегаем остальными показателями, которые непосредственно влияют на благосостояние нации. Данный способ удобен и применим в тех случаях, когда мы сравниваем несколько стран со сходным уровнем жизни или уровень жизни в одной и той же стране, но за разные периоды (квартал, год, пятилетие).

Также мы провели оценку благосостояния нации Российской Федерации и нескольких развитых стран. Было проведено сравнение уровня жизни в России и развитых странах. Из этой противоречивости в тенденциях, можно сделать вывод, что экономика нашей страны уникальна, и любые изменения на политической арене влияют на все сферы жизни общества.

Анализируя благосостояние нации разных стран двумя методами, я заинтересовалась тем, существует ли зависимость между этими методами.

Также были рассмотрены и описаны общие проблемы оценки благосостояния нации и пути их решения, а также рассмотрены прогнозы благосостояния нации для Российской Федерации. Анализируя данные, мы столкнулись с рядом проблем при оценке благосостояния нации и попытались предложить пути решения данных проблем.

В итоге исследования были сформулированы выводы и результаты проведенного исследования. В ходе работы мы рассмотрели прогнозы развития нашей страны. Исходя из двух прогнозов, можно сделать вывод, что к 2030 г. благосостояние нации в нашей стране улучшится.

В сегодняшней непростой ситуации в стране и мире правительству нашего государства нужно правильно и грамотно скорректировать политику по обеспечению благосостояния нации. Для достоверного и грамотного прогнозирования социально-экономической политики нашему правительству следует рассмотреть тенденции изменения благосостояния нации.

В целом, можно сделать вывод, что благосостояние нашей страны находится на уровне выше среднего. Если сохраниться тенденция ро-

ста благосостояния нации в России, то в середине двадцать первого века мы достигнем уровня развитых стран и наши граждане станут намного счастливее.

Научный руководитель: В. М. Тимирьянова,
кандидат экономических наук, доцент

А. И. Шафикова

Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа

Внедрение Стандарта развития конкуренции как составляющая развития социально-экономической системы региона

Аннотация. Статья посвящена проблеме определения роли Стандарта развития конкуренции. В ходе анализа установлено, что конкурентная политика является важным инструментом реализации основных направлений социально-экономического развития территорий. Основной составляющей внедрения Стандарта является проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды, его цель – выявить неконкурентные рынки региона, а также существенные проблемы, замедляющие развитие конкуренции в субъекте Российской Федерации. Выявлено, что реализация плана мероприятий по содействию развитию конкуренции призвана активизировать внутренний потенциал и комплексное инновационное развитие экономики субъекта, что позволит обеспечить условия экономического роста и повысить занятость, доходы, жизненный уровень и качество жизни населения.

Ключевые слова: конкурентоспособность; социально-экономическая система; регион; территория; развитие конкуренции; рынок; конкурентная среда; макроэкономика; стратегия.

Нами была поставлена цель исследования – определить эффективность внедрения стандарта развития конкуренции как составляющей развития социально-экономической системы региона. В связи с этим, задачами для реализации поставленной цели мы определили: выявить основное понятие конкурентоспособности территории; проанализировать экономическую модель конкурентоспособности территории; рассмотреть мероприятия, реализованные в рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации.

Актуальность данной работы не вызывает сомнения, поскольку внедрение Стандарта является очень важной и необходимой составной частью развития конкуренции.

В данной научной работе рассмотрены основные цели, задачи и принципы Стандарта, обсуждены вопросы развития конкуренции на социально значимых рынках, организации мониторинга состояния конкурентной среды на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации.

Федерации, а также осуществления общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий.

Важным фактором, способствующим более эффективному и результативному внедрению Стандарта, явилось оказание организационной и методической поддержки со стороны заинтересованных федеральных органов исполнительной власти – ФАС России, Минэкономразвития России, Минвостокразвития России, а также Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации и Агентства стратегических инициатив.

Основополагающими задачами Стандарта развития конкуренции являются: реализация потенциала развития рынков на региональном и муниципальном уровне и точек роста экономики, повышение качества потребительского выбора, создание условий для здоровой и добросовестной конкуренции, снижение административных барьеров и давления со стороны доминирующих участников рынка, стимулирование инноваций и снижение государственного сектора в экономике.

Одним из ключевых вопросов исследования являлся федеральный и региональный опыт проведения мониторинга состояния конкуренции с рассмотрением основных принципов и методов исследования товарных рынков в отдельных секторах экономики на территории субъектов Российской Федерации.

По результатам исследования даны рекомендации по реализации Стандарта, а также разъяснения относительно методов исследования товарных рынков и определения состояния конкуренции на таких рынках.

Исходя из изученной информации, в территориальных управлениях ФАС России, в подавляющем большинстве субъектов Российской Федерации приступили к внедрению Стандарта. Во многих регионах определен уполномоченный орган, который непосредственно осуществляет работу по реализации конкретных мероприятий, в рамках требований Стандарта.

Таким образом, в целях эффективного решения проблем, возникающих в регионах при внедрении Стандарта, представляется необходимым усиление содействия внедрению Стандарта со стороны федеральных структур, в том числе продолжение успешной практики проведения общенациональных и межрегиональных мероприятий по обмену передовым опытом и выявлению частных и системных проблем, препятствующих или затрудняющих внедрение Стандарта.

Научный руководитель: И. В. Галимзянов,
кандидат экономических наук, доцент

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
И ИНВЕСТИЦИИ
В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ)



Государственное и частное партнерство

А. А. Жукова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности управления проектами корпоративного бизнеса и перспектива их использования в экономике региона

Аннотация. Рассмотрены аспекты проектного управления как в организации, так и на уровне региона. Выявлены сильные и слабые стороны взаимодействия власти и бизнеса через механизм государственно-частного партнерства. Применены методы корпоративного управления для минимизации рисков ГЧП. Определены основные тренды развития проектной деятельности в мире и в России, а также предложена схема совершенствования проектного управления на региональном уровне на примере Уральского федерального округа.

Ключевые слова: проектное управление; корпоративное управление; экономика региона; государственно-частное партнерство.

Сегодня все большее число корпораций переходит на метод управления проектами. Руководство ставит перед компанией четкие цели и через проектный метод способствует их достижению. Выбирая из множества моделей управления проектами, стейкхолдеры фокусируются на той, которая больше подходит именно данной фирме, исходя из ее особенностей, и поставленным целям.

Проектная деятельность может также осуществляться и на региональном уровне, причем не только органами власти, но и с привлечением организаций. Такие проекты призваны усилить конкурентоспособность региона, содействовать привлечению инвестиций на территорию и обеспечить более устойчивое развитие. Чтобы совет директоров в своей деятельности уделял достаточно внимания проектному управлению, предлагается включить его в ключевые показатели эффективности (например, количество реализованных проектов за отчетный период, объем привлеченных в проекты инвестиций и т. д.)

Основной механизм взаимодействия власти и частного сектора – государственно-частное партнерство, которое все более активно развивается во всех странах мира. Больше всех в данной деятельности продвинулись развитые страны, а именно Великобритания и Австралия (находятся на третьей, высшей ступени развития ГЧП). За ними на второй ступени, готовые к переходу на третью, расположены развитые страны Евросоюза, а также США и Канада. Все развивающиеся страны на сегодняшний день находятся на третьей ступени.

Интересным представляется тот факт, что страны первой и часть государств второй ступени реализуют проекты ГЧП не только в инфраструктурной сфере, но и в социальной – деньги вкладываются в здравоохранение, образование и т.п. Большинство проектов развивающихся стран, напротив, сконцентрировано в транспортно-логистической отрасли. Это строительство и ремонт дорог, создание мостов и транспортных коридоров и пр.

Переход страны на более высокий уровень развития ГЧП обусловлен наработкой законодательной базы по данному вопросу, фокусированию на социальной инфраструктуре, стимулировании новых источников финансирования. В Китае, как и в России, большая часть проектов ГЧП осуществляется на локальном уровне в сфере инфраструктуры. В России это практически 2,5 тыс. проектов, причем 85% – проекты в коммунально-энергетической отрасли.

Тем временем в Великобритании и США реализуются в большей степени социальные проекты, причем не только на местном уровне. В Соединенном Королевстве проектная деятельность в данной отрасли отдана в ведение Министерства здравоохранения и Министерства образования. В Соединенных Штатах проектной деятельностью больше занимается бизнес, причем сделки эти довольно крупные – пять сделок в США в 2015 г. стоили как больше 10 сделок в Великобритании в 2014 г.

На региональном уровне в Российской Федерации проектная деятельность ведется в соответствии с постановлением Правительства РФ от 15 октября 2016 г. № 1050 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации». На федеральный уровень уходят приоритетные проекты, попадающие под 11 направлений стратегического развития, озвученных Президентом Российской Федерации в 2016 г. Проекты пространственного развития могут быть направлены в федеральные министерства – например, в Минэкономразвития России.

Однако во многих регионах России, в том числе в Уральском федеральном округе планируются и реализуются межрегиональные проекты. Например, строительство автодороги Екатеринбург-Челябинск или транспортного коридора в Ханты-Мансийске. Такие проекты требуют согласованных действий от двух или более субъектов Российской Федерации.

Чтобы наладить взаимодействие между субъектами, мониторить реализацию проектов, а также направлять их в дальнейшие инстанции, представляется целесообразным выделить не только региональный, ведомственный (различные министерства) и федеральный уровни проектной деятельности, но и макрорегиональный. Макрорегиональным

проектным офисом в Уральском федеральном округе предлагается сделать аппарат полномочного представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе.

В итоге все межрегиональные проекты УФО будут аккумулированы в одном проектом офисе, и могут в дальнейшем быть направлены как на федеральный, так и на ведомственный уровни (если соответствуют заявленным требованиям). Также межрегиональные проекты могут быть представлены на различных мероприятиях – форумах, выставках и прочих площадках (Иннопром, Российско-Китайское Экспо, ИТ-форум в Ханты-Мансийске и т. д.). В итоге регион получает не только портфель проектов, но и позиционирует себя как современную, технологичную и инициативную территорию, что в дальнейшем призвано способствовать привлечению иностранных инвестиций для последующего развития округа.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

Н. С. Михайлова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности финансирования проектов ГЧП в сфере физической культуры и спорта

Аннотация. Рассмотрены существующие инструменты и источники финансирования проектов государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта в России. Анализируются проблемы в области финансирования ГЧП-проектов в сфере физической культуры и спорта.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; финансирование; инструменты финансирования; проекты; физическая культура и спорт.

На сегодняшний день одним из наиболее перспективных способов решения проблем, связанных с финансированием социально значимых крупномасштабных инфраструктурных проектов в условиях ограниченности бюджетных средств выступает механизм государственно-частного партнерства.

Финансирование на основе механизма ГЧП в спортивной индустрии предполагает под собой проведение различных спортивных мероприятий, строительство или реконструкцию, эксплуатацию объектов спортивной инфраструктуры частным бизнесом. Роль государства состоит в поддержке с использованием различных финансовых механизмов частного бизнеса по созданию объектов спортивной инфраструктуры. Данный механизм взаимодействия выгоден как государству, так и частному бизнесу [3].

Участниками (стейкхолдерами) процесса финансирования ГЧП проектов в сфере физической культуры и спорта выступают: инвесторы (как правило, это инициаторы проекта – строительные компании, страховые компании, иные частные компании, заинтересованные в реализации проекта); государство (РФ, субъекты РФ, муниципалитеты); кредиторы (коммерческие банки, различные финансовые учреждения, пенсионные фонды и пр.) [4].

В. А. Кабашкин выделяет три основных механизма финансирования ГЧП проектов [4]:

- 1) кредитный, подразумевающий привлечение в проект банковских средств на условиях займа;
- 2) смешанный, предполагающий привлечение в проект собственных средств двух и более участников ГЧП;
- 3) гибридный, для реализации ГЧП проекта привлекаются как собственные, так и заемные средства.

Рассмотрим, какие конкретные механизмы и инструменты финансирования используются в России при реализации ГЧП проектов в сфере физической культуры и спорта.

Одним из источников прямого финансирования социально значимых проектов в сфере физической культуры и спорта в России является государственная программа Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 302 «Развитие физической культуры и спорта»¹, в рамках которой осуществляется реализация следующих подпрограмм и федеральных целевых программ²:

федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 гг.»;

подпрограммы «Подготовка и проведение чемпионата мира по футболу ФИФА 2018 г. и Кубка конфедераций ФИФА 2017 г. в Российской Федерации»;

подпрограмма «Подготовка и проведение XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 г. в Красноярск»;

государственная программа «Доступная среда» на 2011–2020 гг., направленная на формирование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов, в том числе детей-инвалидов;

¹ *Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта»*: постановление Правительство РФ от 15 апреля 2014 г. № 302.

² *Как устроено бюджетное финансирование спорта в России?* URL: <http://www.spotdiplom.ru/statecontrol/kak-ustroeno-byudzhethnoe-finansirovanie-sporta-v-rossii>; *О распределении межбюджетных трансфертов на подготовку и проведение в России в 2018 г. чемпионата мира по футболу.* URL: <http://government.ru/docs/23591>.

государственные программы развития физической культуры, спорта, реализующиеся на территории субъектов Российской Федерации и др.

Кроме того, помимо федерального бюджета в финансировании сферы физической культуры и спорта задействованы также региональные бюджеты и местные бюджеты субъектов РФ. Тем не менее, привлекая бюджеты различных уровней бюджетной системы для финансирования крупных спортивных объектов только государственных мер недостаточно. В данном случае государство вынуждено привлекать другие источники финансирования [3].

Среди прочих инструментов финансирования проектов ГЧП, которые в той или иной мере применяются в России в сфере физической культуры и спорта, можно выделить: инфраструктурные облигации; средства негосударственных пенсионных фондов; банковские кредиты; средства частного инвестора (через концессионные контракты и прочие формы ГЧП).

Наиболее доступным источником финансирования из вышеперечисленных является банковский кредит. Однако и здесь имеются свои сложности, ведь далеко не все банки финансируют ГЧП проекты. Это связано с тем, что банки, выдающие долгосрочные займы под масштабные ГЧП проекты имеют существенный риск невозврата денежных средств. Выделяют ТОП-5 банков (Газпромбанк, ВТБ, Сбербанк, ВТБ-24, Банк Москвы), которые имеют практику кредитования ГЧП-проектов. Несмотря на имеющиеся риски, кредитные займы широко используются при реализации ГЧП проектов, они зачастую являются основным источником финансирования наряду с собственными средствами инвестора [4].

Как показывает положительная практика развития ГЧП в сфере физической культуры и спорта, одной из уникальных форм привлечения денежных средств инвестора для реализации ГЧП проектов служат: выпуск облигаций в рамках концессионного соглашения и использование средств негосударственных пенсионных фондов [1].

Выпуск облигаций как инструмент финансирования ГЧП проекта в социальной сфере распространен в меньшей степени, чем, например, в отрасли автомобильных дорог или коммунального комплекса. Но, тем не менее, на этапе подготовки и структурирования проекта необходимо рассматривать различные способы привлечения долговых средств.

Таким образом, можно выделить ряд проблем в области финансирования ГЧП проектов в сфере физической культуры и спорта [1; 2; 4]:
недостаточный уровень развития бюджетных и финансовых механизмов для эффективной реализации ГЧП проектов;

ограниченный круг кредитных учреждений, финансирующих проекты ГЧП;

неразвитость системы страхования ГЧП проектов от рисков, связанных с неисполнением обязательств государством;

при выборе объекта финансирования в большинстве случаев государство ставит акцент на реализацию крупномасштабных ГЧП проектов, требующих большого объема инвестиций частного бизнеса;

ограниченность реальных источников финансирования проектов ГЧП.

Стоит отметить, что инструменты финансирования государственно-частного партнерства развиваются. Тенденции в данной сфере направлены в сторону снижения прямого государственного финансирования и поиске других, более эффективных форм участия государства в ГЧП проектах. При том, что количество ГЧП проектов с привлечением новых источников финансирования растет. Основную ставку эксперты делают на активизацию долгосрочного инструмента инвестирования через концессионные облигации и средства негосударственных пенсионных фондов [4].

Библиографический список

1. *Былым Е.С.* Перспективы финансирования государственно-частного партнерства в России // Вестник РУДН. Сер. Экономика. 2013. № 5.

2. *Мурадова Ю. А.* Проблемы финансового обеспечения государственно-частных партнерств // КАНТ. 2011. № 2.

3. *Петрикова Е.М., Слободянюк Н.В.* Государственно-частное партнерство в спортивной индустрии России // Проблемы экономики. 2013. № 3.

4. *Савченко Я. В.* Особенности финансирования проектов государственно-частного партнерства: региональный аспект // Вестник Гуманитарного университета. 2016. № 4(15).

Научный руководитель: Я. В. Савченко,
кандидат экономических наук, доцент

Выгоды от взаимодействия государства и бизнеса для решения социально-экономических проблем с использованием механизма ГЧП

Аннотация. Рассматривается механизм государственно-частного партнерства с точки зрения стейкхолдерского подхода. Проанализированы основные выгоды ключевых стейкхолдеров проектов ГЧП.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; стейкхолдерская модель; теория заинтересованных сторон.

После принятия Федерального закона от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» под государственно-частным партнерством, муниципально-частным партнерством понимается юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества. Вступление в силу закона позволило дать более четкую трактовку этого механизма с целью более активного внедрения его на территории нашей страны.

Мировая практика давно использует концепцию ГЧП для решения ряда проблем, финансирование которых невозможно только с помощью средств государства. Именно поэтому механизм ГЧП активно применяется как в стратегически важных отраслях промышленности, так и в обеспечении общественных услуг, и этого круг все расширяется.

Как видно, из определения основными участниками ГЧП-проектов являются: публичная сторона – это может быть Правительство РФ, региональные власти, органы местного самоуправления; частная сторона (партнер) – российское юридическое лицо. Но никакое партнерство, которое создается с целью решения каких-либо проблем (в случае ГЧП – социально-экономических) невозможно без контроля со стороны и проекты государственно-частного партнерства также имеют определенный круг заинтересованных сторон или стейкхолдеров. Та-

ким стейкхолдером в проектах ГЧП выступает общество, ведь именно под его контролем и для удовлетворения его потребностей реализуются проекты¹.

Рассмотрим основные выгоды от участия в ГЧП-проектах для частного и публичного партнера (см. таблицу).

Преимущества ГЧП для основных групп стейкхолдеров

Преимущества ГЧП для публичного сектора (государства)	Преимущества ГЧП для частного партнера
Возможность привлечения частного инвестора к финансированию с целью создания объекта, который позволит реализовывать проекты, в том числе инфраструктурные при отсутствии бюджетных средств для их финансирования	Возможность переноса определенного количества рисков на публичную сторону (государство)
Возможность соединения в рамках проекта различных стадий жизненного цикла одновременно (проектирование, строительство и эксплуатация) что позволит повысить качество создаваемого объекта и приведет к снижению рисков завышения стоимости строительства и эксплуатации объекта	Возможность финансирования долгосрочного проекта с постоянной доходностью под гарантии/обязательства публичного партнера
Возможность приобретения не объекта, а впоследствии услуг, по которым будут осуществляться выплаты привязанные к объему и качеству их оказания, что будет способствовать развитию конкуренции при производстве социально значимых услуг	Возможность увеличения своего дохода (прибыли/выручки) по проекту-ГЧП за счет оказания дополнительных платных услуг и/или применения различных решений, снижающих затраты с привлечение публичного партнера
Сокращение издержек по созданию/ поддержанию социальной или иной общественно значимой инфраструктуры в рамках взаимодействия с частным партнером	Надежность и защита инвестиций: в перспективе корпорация (частный партнер) получает и государственные активы, государственные заказы на объект соглашения
Снижение рисков при помощи разделения рисков с частным партнером (бюджетных и прочих рисков)	Гарантированная рентабельность: частный партнер получает от государства гарантии возврата вложенных инвестиций в проект
Доступ к альтернативным источникам привлечения инвестиций, что позволит реализовывать те социально-значимые проекты, реализация которых ранее была не возможна	Относительная самостоятельность (автономность) в принятии оперативных решений. Так частный партнер может за счет повышения производительности труда или снижения себестоимости увеличивать общую прибыльность проекта

¹ *Ткаченко И. Н.* Оценка возможностей создания синергетического эффекта в системе государственно-частного партнерства // Государственно-частное партнерство в России: теория, законодательство, практика: труды конференции / под ред. В. В. Глухова. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. С. 122.

Также можем выделить третью сторону, которая так же имеет выгоду от государственно-частного партнерства, это экономика государства. Перечислим основные выгоды от ГЧП для экономики:

- интенсивное развитие инфраструктуры и ускорение темпов обновления основных производственных фондов;

- повышение качества строительства, эксплуатации и управления за счет инноваций, стимулов и компетенций частных партнеров;

- более широкий доступ к рынкам частного капитала;

- рост качества производимой продукции и оказываемых услуг населению (благодаря повышению стандартов качества и эффективности управления объектами соглашения);

- снижение бюджетной нагрузки и высвобождение дополнительных ресурсов.

Как говорилось ранее, в проектах ГЧП существует стейкхолдер – общество, интересы которого не могут не учитывать ни публичный, ни частный партнер. Ведь именно общество контролирует ход выполнения проекта и на общество в большей степени направлены результаты проекта. Перечислим основные выгоды для общества при реализации проектов государственно-частного партнерства:

- повышения качества жизни;

- возможность контроля за реализацией крупных проектов, основным стейкхолдером которых оно является;

Исходя из разнонаправленности интересов участников ГЧП, полное совмещение интересов всех участников партнерства: государства, бизнеса и общества может быть представлено только в теоретических моделях. Имея в виду лишь стремление к достижению синергетического эффекта в рамках ГЧП-проектов, вероятно можно говорить только о некой модели достижения частичного совпадения интересов стейкхолдеров и достижения на основе такой сбалансированности хотя бы минимального синергетического эффекта в рамках такого интеграционного взаимодействия. Нахождение все больших точек соприкосновения в рамках реализации проектов ГЧП между участниками партнерства будет давать расширение границ достигаемой синергии от минимальных значений до более заметных (см. рисунок).

Анализируя исследуемую тему определим требования, которым должны соответствовать модели взаимодействия органов власти и бизнеса для решения социально-экономических проблем:

- единство целей трех сторон: государство – оказание качественной услуги, бизнес – выгодное вложение капитала, общество – высокое качество жизни;

- четкое распределение обязанностей всех участников процесса;
- минимизация и распределение рисков;

решение вопроса о переходе прав собственности на объекты ГЧП-проектов;
создание условий получения дохода бизнесом для возврата инвестиций и получения прибыли.



Модель частичного совпадения интересов стейкхолдеров
и достижения значимого эффекта синергии

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

М. О. Тиханович

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург*

Методика оценки эффективности региональных проектов в рамках государственно-частного партнерства

Аннотация. Обоснована актуальность реализации ГЧП-проектов. Дана характеристика эффективности проектов государственно-частного партнерства. Выявлены обстоятельства, ограничивающие развитие ГЧП, в частности в Санкт-Петербурге.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; эффективность.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью в современных условиях эффективной реализации проектов на основе ГЧП, что позволит преодолеть ограниченные возможности государства по финансированию социальных и инфраструктурных проектов и эффективно использовать преимущества частной формы собственности для повышения качества услуг и эффективности управления объектами общественной инфраструктуры.

На данном этапе еще не существует единой методики, по которой можно было бы оценить эффективность проектов государственно-частного партнерства. Кроме того, особенность данной формы реализации инвестиционных проектов характеризуется различными интересами участвующих в этом механизме сторон, что должно учитываться

при осуществлении оценки эффективности рассматриваемых проектов. На практике используется довольно схожий алгоритм реализации проектов ГЧП как в России, так и за рубежом.

Цель работы заключалась в разработке экономико-математической модели оценки эффективности региональных проектов в рамках государственно-частного партнерства, в выявлении на ее основе проблем осуществления проектов в рамках государственно-частного партнерства в Санкт-Петербурге и в предложении мероприятий по повышению эффективности реализации данных проектов в Санкт-Петербурге.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1) разработать экономико-математическую модель интегральной оценки эффективности региональных проектов в рамках государственно-частного партнерства;

2) провести сравнительный анализ пяти выбранных региональных проектов в сфере транспорта в рамках государственно-частного партнерства на основе рассчитанного интегрального показателя оценки эффективности региональных проектов в рамках государственно-частного партнерства;

3) выявить и систематизировать основные проблемы осуществления проектов государственно-частного партнерства в Санкт-Петербурге и разработать рекомендации по повышению эффективности проектов государственно-частного партнерства в Санкт-Петербурге.

В отличие от уже существующих подходов, где авторы осуществляют оценку эффективности региональных проектов в рамках ГЧП по отдельным блокам изолированно, предлагаемая нами методика реализуется посредством определения общего интегрального показателя эффективности, изменяющегося от 0 до 1 и складывающегося из отдельных интегральных показателей эффективности для государства, бизнеса и региона.

Данный обобщающий показатель рассчитывается по формуле средней геометрической трех групп показателей:

$$\mathcal{E}_{\text{ГЧП}} = \sqrt[3]{\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \mathcal{E}_3},$$

где \mathcal{E}_1 – эффективность проектов ГЧП для государства; \mathcal{E}_2 – эффективность проектов ГЧП для бизнеса; \mathcal{E}_3 – региональная эффективность проектов ГЧП.

Чтобы выявить различия в уровне эффективности отдельных проектов ГЧП, проанализируем проекты в сфере транспорта по пяти регионам, применив авторскую методику:

1) Москва: «Строительство Северного дублера Кутузовского проспекта»;

2) Санкт-Петербург: «Создание скоростной автомагистрали «Западный скоростной диаметр» (ЗСД)»;

3) Свердловская область: «Проект концессионного соглашения о проектировании, строительстве, реконструкции и содержании III пускового комплекса автомобильной дороги вокруг Екатеринбурга»;

4) Республика Татарстан: «Строительство платной автомагистрали «Шали (М-7) – Бавлы (М-5)» в составе международного транспортного коридора «Европа – Западный Китай»;

5) Тульская область: «Создание платной автомобильной дороги, соединяющей автомагистрали М-2 «Крым» и М-4 «Дон» на территории Тульской области».

Исходя из проведенного анализа, можно сделать следующие выводы.

1. Среди анализируемых регионов все проекты ГЧП обладают недостаточной степенью эффективности.

2. Если сравнивать интегральные показатели эффективности региональных проектов ГЧП в транспортной сфере для государства, бизнеса и региона, наименьшую эффективность для государства представляет проект г. Москвы, что в значительной степени обуславливает самое низкое значение общего интегрального показателя для данного проекта ГЧП. Самое невысокое относительно других проектов значение интегрального показателя региональной эффективности продемонстрировал проект Свердловской области. Тем не менее, за счет наивысшей государственной эффективности и достаточной величины рассматриваемого показателя для бизнеса данный регион по общей эффективности анализируемых проектов занимает 2-е место (значение составляет 0,61).

3. Проект ГЧП г. Санкт-Петербурга в транспортной сфере занимает третье место по общему интегральному показателю эффективности, который составляет 0,59, что на 18,64% ниже, чем у регионального проекта с наивысшим значением аналогичного показателя.

4. Если отдельно рассматривать частные показатели, которые находятся в составе интегральных показателей эффективности для государства, бизнеса и региона, то можно сделать вывод о том, что региону с целью улучшения значений необходимо провести мероприятия для корректировки индекса уровня изменения цен и доли инновационной продукции. Помимо этого, несмотря на соответствие индекса рентабельности инвестиций нормативному значению, так же как и в проектах остальных регионов, данный показатель не является достаточно высоким – таким образом, представленные проекты обладают средней инвестиционной привлекательностью.

Таким образом, существуют обстоятельства, ограничивающие развитие ГЧП, в частности, в Санкт-Петербурге, и они мало чем отличаются от факторов, действующих в других регионах страны:

1) ограничение применимости оценки эффективности и анализа проекта для всех стадий его жизненного цикла;

2) невозможность применения сравнительного подхода;

3) отсутствие информационных баз данных, позволяющих строить статистические зависимости стоимости проекта от других параметров проекта, отраслевые мультипликаторы стоимости проектных компаний и решать иные задачи стоимостной оценки в рамках проектного финансирования;

4) отсутствие должного уровня осведомленности о возможностях использования различных условий финансирования, реализуемых в рамках ГЧП, о возможностях и способах практической реализации принципов ГЧП;

5) невозможность согласования интересов сторон механизма ГЧП, ставящих перед собой противоречивые цели;

6) отсутствие эффективных механизмов финансирования объектов инвестиционных соглашений, иногда даже при наличии средств;

7) необходимость совершенствования нормативно-правового регулирования ГЧП;

8) отсутствие координирующего и регулирующего органа;

9) неэффективное и нерациональное расходование бюджетных средств частными партнерами;

10) неопределенность рисков потенциальных инвесторов;

11) дефицит профессиональных кадров, способных обеспечить качественную проработку и сопровождение проекта;

12) наличие административных барьеров, связанных с вопросами землепользования, подведения инженерных сетей, получения разрешительной документации;

13) коррупция в тендерной системе отбора партнеров, мошенничество, умышленное завышение затрат, несоблюдение норм проекта, заключение несуществующих сделок, снижение качества выполнения работ.

Для решения существующих проблем необходимо осуществление определенного комплекса мероприятий, способствующих устранению барьеров для развития региональных проектов ГЧП:

1) развитие законодательства в сфере ГЧП, в частности, совершенствование соответствующего федерального закона и подзаконных актов;

2) обеспечение доступности финансирования для осуществления проектов ГЧП и разработка новых инструментов финансирования;

- 3) расширение гарантий инвесторов в проектах ГЧП;
- 4) разработка и внедрение субсидирования региона для реализации ГЧП;
- 5) привлечение высококвалифицированных кадров в сферу ГЧП и создание программ переподготовки и повышения квалификации государственных гражданских служащих, проведении семинаров, конференций, посвященных современным тенденциям ГЧП;
- 6) создание региональных органов (наподобие отдела по ГЧП в Великобритании или национального органа управления ГЧП Ирландии), регулирующих вопросы, связанные с ГЧП;
- 7) внедрение стандартизации оценки рисков и управления ими;
- 8) создание информационно-аналитической системы по сделкам проектных компаний, где были бы представлены лучшие практики реализации проектов, информация об особенностях структурирования конкретных сделок проектного финансирования; о необходимости и направлениях развития законодательной базы; фактические данные об эффективности таких проектов в сфере ГЧП.

В целом можно выделить следующие приоритетные направления развития ГЧП в Санкт-Петербурге на перспективу ближайших лет: это транспортная и инженерная инфраструктура, комплексное освоение территорий, социальная сфера. Таким образом, совершенствование практики реализации проектов в сфере ГЧП и учет региональной специфики будет способствовать развитию ГЧП в данном субъекте РФ.

Научный руководитель: В. А. Боровкова,
доктор экономических наук, профессор

Корпоративное управление

А. Я. Брылякова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Формирование методологии управления качеством проектов корпорации на примере ЗАО «АЭС»

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы, связанные с управлением качеством проектов организации. На примере ЗАО «АЭС» показаны основные моменты, которые нужно учесть при формировании методологии управления качеством проектов корпорации.

Ключевые слова: качество проекта; система менеджмента качества; управление качеством проекта; управление проектами.

Потребность внедрения проектной системы управления определяет современная, сложная и динамичная ситуация в сфере атомной промышленности, предполагающая постоянное совершенствование всех систем управления. Необходимость же разработки и обеспечения качественного менеджмента компании на основе управляемых процессов деятельности, обусловлена, приоритетами в обеспечения безопасности объектов использования атомной энергии.

Особую актуальность управление качеством приобретает при реализации проектов строительства и модернизации объектов использования атомной энергии, так как оказывает влияние на все человечество.

Как правило, компании забывают при реализации текущих операционных задач уделять должное внимание вопросам качества, обычно, это переносится и на управление качеством проектов.

Управление качеством в проекте – это функциональная область управления проектами, задачей которых является обеспечение соответствия результата проекта потребностям (требованиям) заказчика¹.

Системный подход к управлению качеством проекта означает гарантию высокого уровня соответствия требуемым характеристикам, который позволяет заказчику с уверенностью приобретать этот продукт.

Целью выполнения данного исследования стало формирование алгоритма управления качеством проектов на примере ЗАО «Атом-ЭнергоСнаб» («АЭС»).

Качество проекта является одним из важнейших факторов успешной деятельности организаций проектного типа. В настоящее время во всем мире заметно усилились требования, которые предъявляются потребителем к качеству продукции. Усиление требований сопровождается непосредственной зависимостью, удовлетворенности заказчика от качества проекта.

Выделение управления качеством проекта на базе внедренной СМК, является глобальным шагом к достижению высокой удовлетворенности не только заказчика, но и всех заинтересованных сторон. Эффективность от внедрения предприятие сможет почувствовать лишь в том случае, если в этот процесс будут включены все сотрудники предприятия, в противном случае, внедрение подобной процедуры закончится на стадии разработки документации и превратится в формальность.

¹ Раменская Л. А., Савченко Я. В., Евсеева М. В. Управление проектами: учеб. пособие. Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2014. С. 116.

В ходе исследования СМК в ЗАО «АЭС» был сделан вывод, что разработанная СМК не учитывает индивидуальные аспекты конкретного проекта. Так в организации, нет стандартизированной документации разрабатываемой для планирования, обеспечения и контроля качества каждого реализуемого проекта, кроме того в ЗАО «АЭС» не используются инструменты менеджмента качества, что в совокупности приводит к низкой удовлетворенности заказчика.

Мы сформировали для «АЭС» методологию и инструментарий управления качеством в проектах.

Планирование качества

Планирование управления качеством начинается с совещания рабочей группы. Первым шагом, в процессе совещания рабочей группы идентифицируются основные метрики качества проекта (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Показатели (метрики) качества проекта (фрагмент)

№	Параметр	Пределы	Обоснование	Корректирующие действия	Предупреждающие действия
1	Выбор и подписание договора с поставщиком в возможно короткий срок	Подписание договора с поставщиком, не позднее, чем через 10 дней, с даты подписания с заказчиком	В случае слабой проработки конструкторской документации, подписание договора с поставщиком может затягиваться	Поиск нового изготовителя либо подписание на условиях выбранного первоначально	Повышение квалификации персонала в части закупок. Разработка стандарта организации «Выбор поставщика»
2	Соответствие разработанного ТЗ, РКД, ПОК нормативной документации	Полное соответствие НД	В случае несоответствия ТЗ, РКД, ПОК, срок согласования может влиять на срок выполнения проекта	Заключение договора с экспертной организацией для устранения замечаний	Запрос полной, актуальной информации у заказчика. Обучение персонала. Актуализация используемой НД
...
5	Соответствие фактической даты поставки, установленной условиями договора	Не позднее, чем через 10 рабочих дней, после установленной даты	С 11 дня наступают штрафные санкции	Анализ официальной переписки, для обоснования задержки	Выбор надежных поставщиков. Еженедельные отчеты поставщиков о ходе изготовления оборудования. Отражение ответственности

Примечание. Таблицы 1–4 составлены на основе анализа деятельности ЗАО «АЭС».

В ходе совещания, при установлении показателей качества, идентифицируются и возможные несоответствия. Несоответствия опреде-

ляются экспертным методом, при использовании инструментов менеджмента качества.

После установления показателей качества и предупреждающих действий необходимо разработать соответствующий график мероприятий (табл. 2).

Таблица 2

График мероприятий по управлению качеством проекта (фрагмент)

№	Мероприятия по обеспечению качества проекта	График исполнения проекта (в неделях)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Совещания рабочей группы проекта	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Актуализация используемой НД	x														
...	...															
10	Анализ выполнения соответствия требованиям по качеству проекта			x		x			x			x				x
11	Аудит поставщика	x							x							
12	Подбор кадров (либо обучение внутреннего персонала)	По необходимости														

Спланировав основные мероприятия по обеспечению качества, необходимо переделить зоны ответственности каждого участника проекта. Наиболее оптимальным инструментом менеджмента качества для данной цели является матрица ответственности (табл. 3).

Таблица 3

Матрица ответственности по управлению качеством проекта (фрагмент)

№	Область ответственности в процессе управления качеством проекта	Наименование должности						
		Генеральный директор	Главный юрист/консульт	Руководитель направления	Руководитель проекта	Главный бухгалтер	Специалист по СМК	Ответственный конструктор
1	Актуализация используемой НД	-	-	И	И	-	О	К
2	Определение критериев выбора поставщика	У	К	И	О	К	К	К
3	Обмен информацией с Заказчиком	И	И	-	О	И	И	И
...	...							
12	Заполнение чек-листа (контроль качества)	У	К	К	К	К	О	К

Примечание. О – ответственный; К – консультирует; У – утверждает; И – информируется.

Совокупность показателей качества проекта, системы корректирующих и предупреждающих действий, графика мероприятий, а так же матрицы ответственности, будет являться «Планом обеспечения качества».

Обеспечение качества

На этапе обеспечения качества, основополагающим условием является выполнение совокупности запланированных мероприятий, выполнение предупреждающих действий, а так же выполнение коррекции и корректирующих действий, в случае выявления отклонений качества проекта.

Важным элементом в обеспечении качества является аудит, основой для проведения которого являются требования: ГОСТ Р ISO 9001; НП-090; требования плана качества; требования договоров между ЗАО «АЭС» и контрагентом. Аудит может проводиться руководителем группы по аудиту самостоятельно или совместно с аудиторами.

Проведение аудита включает: проведение предварительного и заключительного совещаний; предварительный анализ результатов предшествующих аудитов; определение фактического состояния; изучение отчетных документов, связанных с деятельностью проверяемого объекта; анализ и обобщение результатов; оформление результатов аудита. По результатам проверки, аудиторы документально фиксируют все выявленные несоответствия. Обнаруженные несоответствия регистрируются и официально представляются рабочей группе.

Решения по выявленным несоответствиям, в процессе обеспечения качества проекта, проводятся в рамках совещаний рабочей группы, в формате «Мозгового штурма». По результатам совещания корректируются документы проекта.

Контроль качества

Т а б л и ц а 4

Типовой чек-лист проекта ЗАО «АЭС» (фрагмент)

Показатель	План	Факт	Комментарии	Корректирующие действия	Результаты выполнения КД
Дата подписания договора с заказчиком					
Дата подписания договора с поставщиком					
Срок разработки ТЗ					
Срок согласования ТЗ					
...					

При реализации проектов ЗАО «АЭС» основным инструментом контроля качества будет являться, еженедельное заполнения чек-листа с последующим предоставлением его рабочей группе. Чек-лист должен в краткой форме отражать фактическое состояние проекта. Разработанный чек-лист по проекту представлен в табл. 4.

Таким образом, нам удалось определить мероприятия, необходимые для управления качеством типовых проектов ЗАО «АЭС», а также разработать обобщенные формы документации по качеству, определить необходимые инструменты менеджмента качества, которые будут способствовать повышению эффективности управления, а так же сформировать алгоритм управления качеством в исследуемой организации.

Научный руководитель: Я. В. Савченко,
кандидат экономических наук доцент

А. А. Злыгостев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Внутрифирменное планирование как система. Общий анализ и рекомендации по совершенствованию системы планирования на примере Свердловской киностудии

Аннотация. Статья посвящена проблеме совершенствования внутрифирменного планирования. Предложены общие рекомендации по развитию внутрифирменного Свердловской киностудии и модель системы сбалансированных показателей для контроля за успехами стратегических инициатив.

Ключевые слова: внутрифирменное планирование; система сбалансированных показателей; направление совершенствования внутрифирменного планирования; ключевые показатели эффективности.

Постоянная изменчивость окружающей среды для компании является фактором, который оказывает существенное влияние на ее деятельность. Изменения могут быть трудностью и в то же время, как правило, оказываются возможностью на пути становления успешной компании.

Глобальная смена циклов и рождение новой парадигмы развития человечества на десятилетия вперед в настоящее время еще сильнее обостряют эту проблему.

Понимание и упреждение изменений – это одна из задач руководства. В этом ему помогает система планирования: стратегического

и текущего. Стратегическое и текущее планирование вместе составляют систему внутрифирменного планирования.

Перед исследователями и менеджментом компании остается актуальным вопрос о том, как связать текущую деятельность со стратегическими планами. Данная проблема была рассмотрена на примере Свердловской киностудии.

Общий анализ системы внутрифирменного планирования показал, что сама система стала осознанно формироваться и постепенно формализовываться не так давно, с 2015 г. Стратегическое планирование в настоящий момент является более проработанным, чем текущее планирование киностудии.

Чтобы иметь больше возможностей для контроля над изменчивой ситуацией Свердловской киностудии необходимо работать над развитием системы внутрифирменного планирования.

Необходимо, опираясь на передовой опыт и учитывая специфику деятельности компании, разработать органичную, гибкую, понятную систему внутрифирменного планирования, а также использовать систему сбалансированных показателей для оценки достижения стратегических инициатив киностудии и ее деятельности.

Объект исследования – Свердловская киностудия и окружающая ее среда.

Предмет исследования – деятельность и внутрифирменное планирование Свердловской киностудии

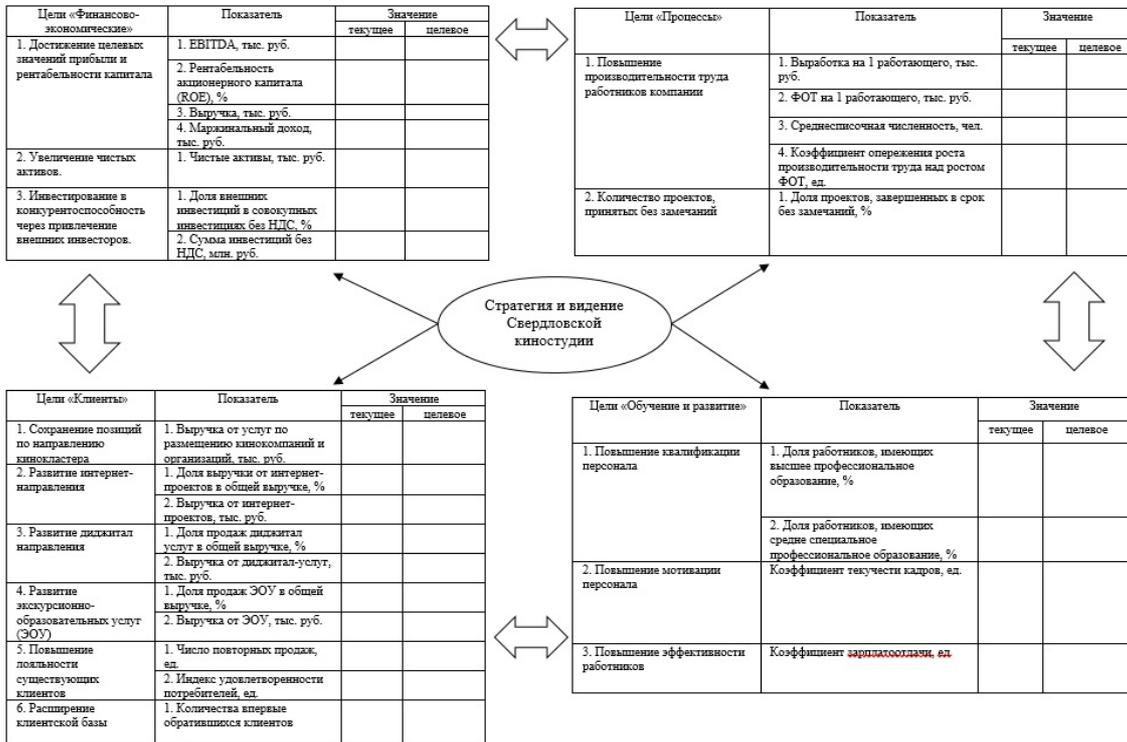
Проблема данной работы – это противоречие между стратегией Свердловской киностудии и трудностями в путях ее достижения, реализации.

Цель работы – связать стратегические планы с практической деятельностью через совершенствование системы внутрифирменного планирования и внедрение системы сбалансированных показателей.

В данной работе автор наметил общее направление по дальнейшей разработке и предложил систему сбалансированных показателей.

Направление развития внутрифирменного планирования Свердловской киностудии автор видит в разработке метода организации текущего планирования, конкретизации системы планов и их содержания, а также во внедрении системы сбалансированных показателей, которые помогут отследить нефинансовые показатели компании и прогресс в реализации стратегических направлений.

Автором была составлена модель сбалансированных показателей по схеме Нортон-Каплана для Свердловской киностудии. Предложенная модель может помочь отследить ее успехи в реализации своей стратегии и более комплексно оценивать ситуацию, чем это было бы, если бы оценивались только финансовые показатели.



ССП эффективности Свердловской киностудии

Автор выдвинул 19 новых показателей эффективности, которые вместе составляют систему сбалансированных показателей, связаны между собой и вместе дают общую картину деятельности киностудии в контексте ее стратегии (см. рисунок).

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

В. А. Кириллова

Российский университет дружбы народов, г. Москва

Подходы к контролю эффективности взаимодействия корпорации со стейкхолдерами

Аннотация. Рассмотрены подходы к взаимодействию компании со стейкхолдерами. Представлен авторский взгляд на раскрытие понятия эффективного взаимодействия с заинтересованными лицами, в основе которого лежит взаимовыгодный процесс обмена ресурсами.

Ключевые слова: корпоративное управление; устойчивое развитие; стейкхолдер; баланс интересов; способ взаимодействия; оценка эффективности взаимодействия.

Следование принципам современного корпоративного управления делает неоспоримой потребность соблюдения интересов всех включенных в процесс взаимодействия сторон, для выстраивания взаимовыгодного сотрудничества, нацеленного на долгосрочный результат и укрепление партнерства. Данная мысль нашла свое отражение в концепции заинтересованных сторон, суть которой заключается в учете интересов различных заинтересованных групп – клиентов, поставщиков, учредителей, общественности, профсоюзов и т. д. Согласно Т. Конти, заинтересованная сторона (стейкхолдер) – собирательное понятие, определяющее субъект или группу однородных субъектов, чьи интересы в той или иной степени связаны с результатами деятельности корпорации. Предполагается, что эти субъекты вносят свой вклад в достижение целей организации и имеют право участвовать в разделении прибылей [1].

Ориентация на устойчивое развитие означает качество корпоративного управления, в котором эффективность деятельности основана на конструктивном взаимодействии со стейкхолдерами, так или иначе зависящими от компании. В свою очередь окружение компании также оказывает значительное влияние на деятельность компании как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе [2].

Проблема оценки эффективности – центральная проблема организации взаимодействия и выстраивания деловых связей с заинтересо-

ванными сторонами. Она возникает на всех этапах: при планировании конкретных программ и проектов, при их обосновании, при подведении итогов проведенной работы. Ситуация усугубляется разнонаправленностью и разнообразием форм взаимодействия, комплексным характером самой проблемы эффективности [2].

Основные официальные формы взаимодействия корпорации со стейкхолдерами приведены ниже в таблице.

Основные официальные формы взаимодействия корпорации со стейкхолдерами

Стейкхолдер	Способ взаимодействия
Социум/Местные сообщества/ Общественные и религиозные организации (неправительственные)	Спонсорство. Благотворительность. Нематериальная отчетность. Социальные инвестиции. КСО: экологические аспекты
Государство	Процесс оценки регулирующего воздействия (ОРВ) Государственно-частное партнерство
Федеральные службы – госрегуляторы: ФАС, ФНС и др.	Надлежащее соблюдение требований и норм законодательства. Раскрытие информации. Лицензирование
Акционеры	Финансовая отчетность. Нематериальная отчетность. Информационное воздействие в целях поддержания баланса интересов
Инвесторы	Финансовая отчетность Нематериальная отчетность Информационное воздействие в целях привлечения интереса к деятельности компании
Финансовая система/ кредиторы	Финансовая отчетность. Нематериальная отчетность. Информационное воздействие в целях привлечения интереса к деятельности компании
Менеджмент	Информационное воздействие в целях поддержания баланса интересов. Социальные инвестиции (управление карьерным ростом). Социальные программы. Развитие внутренней нормативной среды
Клиенты/покупатели	Раскрытие информации. КСО: качество продукции, безопасность, безвредность. Дизайн-мышление. Форумы, ярмарки
Партнеры	КСО: соблюдение стандартов делового общения, баланс интересов
Персонал/Профессиональные союзы	Социальные инвестиции. Социальные программы. Развитие внутренней нормативной среды
Конкуренты	Информационное воздействие: пропаганда собственных преимуществ
СМИ	Информационное взаимодействие (создание информационных поводов и пропаганда событий и миссии компании)

Это наиболее отработанные каналы, процессы, способы, в рамках которых осуществляется взаимодействие корпорации с типичным составом стейкхолдеров.

Первое упоминание о необходимости вести работу по вовлечению заинтересованных сторон в процесс отчетности компаний содержалось стандарте AA1000 Framework, опубликованном в 1999 г. Точкой отсчета профессионального регулирования коммуникаций со стейкхолдерами можно считать разработку стандарта AA1000SES – Stakeholders Engagement Standard – созданного тем же Институтом социальной и этической отчетности (The Institute of Social and Ethical AccountAbility) в рамках внедрения корпоративной социальной отчетности.

Следуя нормам стандарта, компания определяет для себя уровень, на котором он будет функционировать: будет ли он соблюдаться всеми структурными подразделениями или же только в конкретном органе, департаменте, отделе. Используя данный стандарт, компания стремится обеспечить свое устойчивое развитие, т. е. развитие, отвечающее потребностям современного этапа и, в то же время, не лишаящее будущие поколения возможности удовлетворять их нужды.

Внедрение данного стандарта позволяет компании не только приобретать возможности получения информации от заинтересованных сторон об имеющихся проблемах, желаниях, дальнейших действиях, но одновременно брать на себя обязательства по обеспечению всех заинтересованных сторон своевременной и полной информацией о направлениях своей деятельности. Например, подход к взаимодействию со стейкхолдерами, предлагаемый компанией AccountAbility: AA1000 Series, основывается на трех принципах: включенность, существенность, реагирование.

Реализация данных принципов генерирует особый ценностный компонент взаимодействия в виде обмена выгодами, благами и ресурсами для всех участников, которое становится возможным только при совместном объединении усилий и гармонизации целей.

Если рассматривать компанию и социум в лице стейкхолдеров, то логично предположить, что в основе их взаимодействия с каждой стороны лежат те или иные мотивы. В корпоративном управлении акцент делается на принципы баланса интересов и справедливости в отношении стейкхолдеров в процессе социально ответственного поведения. Другими словами, за интересом, который могут высказать стейкхолдеры в отношении деятельности компании, лежат определенные ресурсы, которыми они могут «поделиться» или обменяться в том случае, если будет реализован формат «win-win», т. е. с взаимной выгодой для договаривающихся сторон. Фактически с экономической точки зрения баланс интересов – означает баланс ресурсов. Участники корпоратив-

ного взаимодействия вступают в экономические отношения друг с другом, руководствуясь мотивом максимизации общего выигрыша и принципом справедливости.

Экстраполяция вышеизложенных теоретических положений на концептуальные принципы теории корпоративного управления с точки зрения экономической эффективности, позволяет синтезировать вывод о том, что взаимодействие участников корпоративных отношений:

1) основано на взаимном удовлетворении интересов к деятельности друг друга;

2) данные интересы являются следствием информационного обмена корпорации с внешней средой;

3) за интересом участника корпоративных отношений (стейкхолдера) стоит конкретный ресурс, необходимый корпорации для ведения деятельности и/или достижения цели;

4) обмен конструктивен только тогда, когда стейкхолдер видит для себя определенные выгоды, предоставляемые корпорацией в обмен на его ресурс;

5) эффективность взаимодействия для корпорации состоит в получении ресурсов, использование которых приводит к получению результатов, объем и стоимость которых превышают объем и стоимость выгод, предоставленных стейкхолдеру.

В настоящее время предпринят ряд попыток по разработке экономического инструментария, который позволил бы дать комплексную оценку эффективности корпоративных взаимодействий, но единого мнения по этому вопросу пока нет, поэтому работа в данном направлении продолжается.

Библиографический список

1. *Конти Т.* Система заинтересованных сторон: стратегическая ценность // Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития / под ред. Т. Конти, Е. Кондо, Г. Ватсон; пер. с англ. А. Л. Раскина. М.: РИА «Стандарты и качество», 2005.

2. *Коротецкий И., Чайкин В.* В фокусе: корпоративное управление и устойчивое развитие // Вестник КРМГ. 2013. № 4.

Научный руководитель: А. В. Вавилина,
кандидат экономических наук, доцент

Д. А. Сапожников

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Механизм слияний и поглощений как инструмент создания стоимости предприятия и приобретения корпоративного контроля

Аннотация. Исследуются механизмы установления корпоративного контроля, а также приращения стоимости предприятия через сделки по слиянию и поглощению. Рассматриваются проблемы современных сделок и предлагаются меры по их преодолению.

Ключевые слова: корпоративное управление; корпоративный контроль; слияние и поглощение; M&A; создание стоимости.

Корпоративное управление жизненно необходимо для общества, которое зависит от бизнеса, для создания экономического благосостояния. Процесс достижения хорошего корпоративного управления является комплексным и сложным: он включает в себя экономику, политику и фундаментальные аспекты человеческой природы, а также бизнес и рынки. В конечном счете, само слово «управление» – о том, как принимать правильные решения. Таким образом, даже бухгалтеры играют ключевую роль в управлении, так как являются поставщиками финансовой информации для поддержки принятия правильных решений.

Однако прежде чем принимать решения с позиции менеджера или собственника, нужно иметь на то компетенции, определенный пакет полномочий. Здесь встает вопрос о приобретении корпоративного контроля.

Термин «корпоративный контроль» соотносится с полномочиями определенных групп людей или индивидов, предполагающие принятие решений от лица корпорации в отношении различного вида операций и стратегического планирования, включая распределение ресурсов, решения о приобретении и продажи активов, кадровых решений, а также основных областей маркетинга, производственно-хозяйственной и финансовой деятельности. Эта концепция часто применяется к публичным компаниям, которые могут быть подвержены изменениям корпоративного контроля, когда крупные инвесторы или другие компании стремятся вырвать контроль у менеджеров или других акционеров.

Понятие корпоративного контроля схоже с понятием корпоративного управления, однако оно обычно используется в более узком смысле. Корпоративный контроль связан с тем, кто имеет – и, более того, кто осуществляет – конечную власть. Управление же, напротив, предполагает более широкое взаимодействие между менеджментом, советом директоров, акционерами в целом и другими заинтересован-

ными сторонами в процессе разработки и реализации корпоративной стратегии.

Рынок корпоративного контроля является важным механизмом внешнего управления, одной из задач которого является ограничение корыстных целей менеджеров и советов. Этот рынок может быть особенно критичным в глобальном контексте, поскольку пропаганда сильных методов корпоративного управления для хорошо функционирующего рынка капитала была центральной темой многих реформ регулирования, проводимых политиками всего мира.

В рамках приобретения корпоративного контроля кроются и способы аккумуляции полномочий. Среди таких способов одно из центральных мест занимает механизм приращения или создания стоимости предприятия. «Одним из механизмов создания стоимости и регулирования экономической эффективности в рамках деятельности компании является рыночное перераспределение прав собственности и смена или корректировка стратегии развития соответствующей компании».

Контроль или управление компанией подразумевает сосредоточение ее ценности, стоимости в руках собственника, следовательно, объект контроля является активом. Соответственно, существует рынок подобных активов и процессы, связанные с их обращением.

Рынок корпоративного управления характеризуется двумя процессами: интеграции и дезинтеграции. «В первом случае мы имеем дело с такими процессами, как слияние и поглощение предприятий, а во втором – с обратным процессом, связанным с выделением и разделением компаний».

Модель слияний и поглощений (Mergers and Acquisitions, M&A) может спровоцировать рост предприятия, его сокращение, изменение характера всего бизнеса или же его конкурентной позиции, а также получить контроль над предприятием.

Понятие корпоративного контроля в России воспринимается несколько шире, нежели в ряде Западных стран. В странах Европы, а также в США рынок корпоративного контроля характеризуется его насыщенностью интеграционными сделками по слиянию и поглощению. В России данный рынок хоть и не является зарождающимся, но все же еще далек от опыта развитых стран.

Говоря о приобретении корпоративного контроля, мы подразумеваем несколько способов его аккумуляции. Использование того или иного способа приобретения корпоративного контроля зависит прежде всего от цели лица, желающего приобрести такой контроль, а также от специфики уже действующего контроля в обществе. Помимо этого, при выборе того или иного способа приобретения контроля, следует

учесть и финансовые ресурсы, и, следовательно, понесенные расходы. Все это требует детального стратегического анализа, который может проводиться всеми участниками корпоративных правоотношений: акционерами, менеджерами и иными заинтересованными лицами. Данная процедура сопровождает сделку на всех ее этапах и позволяет реализовать процесс приобретения компании с минимальными рисками.

Причем сделки по слиянию и поглощению, с точки зрения приобретения корпоративного контроля, сегодня играют значимую роль также и в развитии и увеличении потенциала компании. Слияние или поглощение другой компании является отличным механизмом завоевания нового рынка, клиентской базы или же поиска прибыли. Но одной из основных целей также является создание или приращение стоимости предприятия.

Измерение стоимости, созданной за счет осуществления сделок по слиянию и поглощению – это долгий и, зачастую, очень сложный процесс, включающий в себя анализ возможностей и перспектив развития объединенной компании, процессы сравнения цены акций до и после того, как сделка была осуществлена. В дальнейшем, с помощью реакции краткосрочных инвесторов, аналитики могут вычислить, какую стоимость, вероятно, приобретатель смог бы создать. Одним из преимуществ такого подхода является то, что он обеспечивает измерение ожидаемого значения стоимости, независимо от других переменных, таких как последующая реструктуризация или изменения в руководстве. Таким образом, после осуществления сделки M&A, можно оценить фактор интеграции с точки зрения успешного создания стоимости или же ее разрушения.

Более того, существует большое число стимулов к осуществлению механизма слияний и поглощений в целях создания или увеличения стоимости компании. Значимую роль в приобретении стоимости фирмы является синергетический эффект от слияния с другой компанией. Причем, чем выше уровень управленческих навыков, тем больше эффектов получит выгодоприобретатель в лице инициатора сделки. Однако, на рынке слияний и поглощений бывают и провалы. Зачастую, «сыграв по завышенной ставке» или тщательно не проанализировав сделку, компания-приобретатель рискует остаться с устаревшими технологиями, огромными задолженностями и неликвидными активами.

Но механизм M&A не должен восприниматься как азартная игра. Хотя бывают случаи, когда слияния компаний приводят к общему снижению стоимости, они также могут и значительно ее генерировать. И многие компании, при должном внимании к деталям сделки, действительно справляются с поставленными задачами, «пожиная плоды», выражающиеся в более высокой пропорции создания стоимости, нежели в прошлом.

Но сегодня становится гораздо сложнее добиться успеха, чем еще десять лет назад и выжить в этих условиях иногда не представляется возможным – сделки становятся больше, чем когда-либо прежде, отрасли промышленности консолидируются более быстрыми темпами (что делает даже самых крупных игроков потенциальной добычей), а частный капитал становится все более агрессивным.

Также многие менеджеры, участвующие в сделках M&A не способны определить синергию, которую часто можно наблюдать еще на первых этапах интеграции. После того, как компания разработала стратегию M&A и осуществила сделку, все сводится к проведению успешной интеграции компаний, созданию общей среды. Даже после успешного слияния или поглощения, руководство не всегда способно справиться с последствиями и интегрировать две организации в эффективную единую компанию. В таком случае добиться успеха и быть уверенным в успешном приобретении контроля, или достигнуть долгожданной синергии не получится. Поэтому менеджменту нужна четкая и структурированная опора в лице интеграционной команды или менеджера по интеграции, которые смогут управлять данными процессами успешнее. Удачная интеграция начинается со стратегии и плана, который позволит аккумулировать всю синергию для увеличения стоимости объединенной или вновь приобретенной компании.

Определение программы внедрения, структуры управления на последних этапах переговоров, а также прочный фундамент основ управления и надзора являются простыми, но очень важными шагами, которые старшее руководство должно учесть, чтобы максимизировать вероятность увидеть синергетический эффект сделки и приобрести долгожданный контроль над компанией.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

А. И. Сесюнина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Корпоративное управление как фактор инвестиционной привлекательности компаний

Аннотация. Рассматривается роль корпоративного управления в деятельности компаний и его взаимосвязь с инвестиционной привлекательностью. Особое внимание уделяется оценке качества корпоративного управления предприятия цементной промышленности ОАО «Горнозаводскцемент», его инвестиционной привлекательности в системе корпоративного управления компаний. Дан прогноз перспективного развития компании, предложе-

ны рекомендации по улучшению качества корпоративного управления и повышению инвестиционной привлекательности в рамках стейкхолдерской модели.

Ключевые слова: качество корпоративного управления; инвестиционная привлекательность; стейкхолдерская модель; корпоративное управление; цементная промышленность.

В современном мире в условиях рыночной экономики функционирует большое количество организаций. Развитие и расширение деятельности организации с целью поддержания конкурентоспособности требует постоянных вложений, которые, зачастую поступают от внешних инвесторов.

Однако в настоящее время существует проблема, что российским компаниям становится все сложнее найти денежные средства для дальнейшего развития. Особенно остра данная проблема для промышленных предприятий, не входящих в крупный холдинг. Инвесторы обращают внимание не только на стоимость акций, финансовые характеристики, риски компании, прозрачность деятельности, но и на особенности корпоративного управления компаний.

Все вышеуказанные элементы непосредственно влияют на стоимость компании, которая напрямую зависит от инвестиционной привлекательности и качества корпоративного управления.

В этом ключе, становится актуальным изучение взаимосвязи корпоративного управления и инвестиционной привлекательности и пути их улучшения.

Изучением проблем взаимосвязи корпоративного управления и инвестиционной привлекательности занимались такие зарубежные и отечественные авторы как А. Раппопорт; Б. Блэк; А. Берле; Г. Минс, М. Бехт; А. А. Рачинский; Д. В. Веселов; А. А. Яковлев; Т. Г. Долгопятова, К. М. Киселев, И. В. Ивашковская, И. Н. Ткаченко; А. Б. Анкудинов, М. Н. Крейнин, В. М. Аньшин, А. Г. Гиляровская; Н. В. Смирнова, Л. С. Валинурова и пр.

Корпоративное управление (англ. corporate governance) – это система взаимодействия всех заинтересованных физических и юридических лиц в деятельности организации и ее управлением.

Корпоративное управление это один из основных факторов в принятии инвестиционных решений: более 80% инвесторов говорят о своем решении заплатить больше за акции компаний с хорошим качеством корпоративного управления, по сравнению с компаниями, где управление находится на низком уровне [3].

Главными функциями корпоративного управления в рамках общей системы управления компанией являются: контроль над разработкой и реализацией стратегии компании, построение и внедрение системы внутреннего контроля и управления рисками [1].

Корпоративное управление выступает одним из инструментов инвестиционной привлекательности – совокупности различных объективных признаков, свойств, средств, возможностей экономической системы, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции.

Взаимосвязь данных элементов подтверждается исследованиями, а также корреляционным и регрессионным анализами (связь тесная – коэффициент корреляции 0,86; критерий Фишера – значим).

Качество корпоративного управления можно оценить с помощью рейтингов, стандартов или с использованием экономических критериев. В данном исследовании качество корпоративного управления предприятия цементной промышленности ОАО «Горнозаводскцемент» исследовалось с помощью методики, предложенной Росимуществом РФ в 2014 г.¹

ОАО «Горнозаводскцемент» – крупное предприятие по выпуску больших объемов различных сортов цемента на Западном Урале (в Пермском крае РФ, г. Горнозаводск). Отрасль деятельности компании – производство цемента и прочих неметаллических минеральных продуктов.

В настоящее время данная отрасль характеризуется снижением показателей производства и потребления (на 11% ниже уровня 2015 г.), что обусловлено снижением спроса на производимую продукцию и замедлением темпов жилищного строительства, а также ростом цен цемент на 10% (2013–2016 гг.), одной из причин которого является появление на рынке крупнейшего игрока «Евроцемент групп», включающий в себя 16 цементных заводов с общей производственной мощностью более чем 50 млн т (50% общей производственной мощности цементных производств РФ) и контролирующий 61% рынка².

Оценка качества корпоративного управления ОАО «Горнозаводскцемент» показала, что уровень корпоративного управления находится на отметке в 40%.

Наиболее сильные стороны – соблюдение прав акционеров, прозрачность и раскрытие информации, внутренний контроль и аудит.

Слабые стороны – корпоративная социальная ответственность, исполнительное руководство, Совет Директоров, система управления рисками.

Следовательно, рекомендациями по совершенствованию системы корпоративного управления являются: создание комитетов по

¹ Методика самооценки качества корпоративного управления в компаниях с государственным участием. URL: <http://www.rosim.ru/documents/231515>.

² Интернет-журнал о цементе. URL: <http://www.rucem.ru/factorys>.

аудиту и вознаграждению; внедрение системы сбалансированных показателей (в частности – KPI), создание структурного подразделения управления рисками; внедрение КСО; реструктуризация компании; привлечение внешних консультантов; увеличение доли независимых директоров.

Инвестиционная привлекательность компании была проанализирована с использованием стейкхолдерской модели [2]. В ходе исследования было выявлено, что для акционеров предприятие привлекательно регулярными дивидендными выплатами; для инвесторов – репутацией, стоимостью компании, финансовой устойчивостью; для сотрудников – заработной платой, предоставлением рабочего места; для потребителей – качеством продукции, налаженной системой сбыта; для государства (региона) – налоговыми выплатами, возможностью осуществлять государственно-частное партнерство; для конкурентов – как объект для поглощения.

Следовательно, дальнейшее развитие ОАО «Горнозаводскцемент» может осуществляться по двум сценариям:

как независимое предприятие с сохранением контрольного пакета акций в руках собственников;

как часть другой компании в результате слияния или поглощения с более крупным холдингом.

Предложенными мероприятиями по улучшению инвестиционной привлекательности ОАО «Горнозаводскцемент» являются: раскрытие информации о порядке определения минимальной доли чистой прибыли в дивидендной политике; оптимизация активов предприятия; переход на МСФО; разработка обоснованных бизнес-планов по реализации инвестиционных и инновационных проектов; пользование услугами рейтингового агентства (рейтинг РБК, Эксперт РА); повышение деловой репутации посредством внедрения КСО, в рамках которого будет осуществлено государственно-частное партнерство (ремонт автомобильных дорог с использованием строительных материалов ОАО «Горнозаводскцемент», открытие детского сада при поддержке АО, реконструкция городского стадиона).

Таким образом, выполнение предложенных рекомендаций способствуют улучшению качества корпоративного управления, что повлияет на капитализацию компании и ее инвестиционную привлекательность.

Библиографический список

1. Леванова Л. Н. Теоретико-методологические подходы к понятию «корпоративное управление» // Известия Саратовского университета. Сер. Экономика. Управление. Право. 2012. Т. 12. Вып. 1.

2. *Ткаченко И. Н.* Влияние глобализации на развитие стейкхолдерской модели корпоративного управления // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 1(45).

3. *Шужлина М. А.* Основы корпоративного поведения. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2008.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

К. К. Сивокоз

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование корпоративной системы управления проектами компаний в сфере информационных технологий

Аннотация. Описаны возможности применения проектных технологий в IT-сфере. Изучена возможность применения корпоративной системы управления проектами.

Ключевые слова: управление проектами; корпоративная система управления проектами; IT-компания.

Чем более неопределенными становятся условия ведения бизнеса в стране и мире, в целом, тем чаще компаниям приходится применять в своей деятельности проектный подход.

Согласно ГОСТ Р 54869-2011, проект – это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений.

Управление проектом – планирование, организация и контроль трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов проекта, направленные на эффективное достижение целей проекта.

Рост популярности проектного подхода в бизнесе связан также со следующими преимуществами и тонкостями ведения проектов:

проект конкретен (в каждом проекте существуют строгие ограничения по срокам, бюджету и качеству);

проект детализирован (классическая декомпозиция позволяет максимально детализировать бизнес-процесс и спрогнозировать возможные риски);

проект интенсивен (высокая степень компетентности руководителя и команды ведет к высокой интенсивности и качеству рабочего процесса);

проект гибок (вышеупомянутая компетентность и детализация в декомпозиции позволяют, при необходимости, использовать как

привычный воторфолл, так и agile-методы без риска для сроков, бюджета и качества);

наконец, проект управляем, ведь большинство методов управления пришло в проектную деятельность из IT-сферы, где строго прописанные регламенты, которых зачастую столь не хватает классическому менеджменту, применяются уже давно.

Таким образом, применение проектных технологий для бизнес-процессов, которыми целесообразно и рентабельно управлять именно таким способом – явное благо для предприятия. Однако преимущества проектных технологий несут в себе вполне логичные сложности, в первую очередь – психологические и организационные.

Типовые риски подобных проектов связаны как с организационными ошибками – выбором неправильной стратегии, ошибочным позиционированием проекта в компании, так и с человеческим фактором – недостаточной мотивацией, низкой квалификацией персонала.

Чаще всего встречаются следующие причины рисков:

ошибки целеполагания и определения проекта, отсутствие сбалансированного подхода к стратегии внедрения;

неадекватные ожидания участников проекта;

отсутствие (недостаточность) поддержки высшего руководства и других ключевых участников;

ошибки при построении команды проекта;

недостаточная квалификация и мотивация персонала.

Зачастую необходимость введения проектного инструментария в компаниях, где, по сути, всегда велась проектная деятельность (строительство, реклама) осознают только сами проектники. Часто подобная ситуация складывается на предприятии, где существует IT-подразделение, использующее какие-либо методы управления проектами. Внутренние заказчики же такого подразделения могут даже не подозревать о существовании подобного инструментария.

При этом квалифицированным менеджерам проектов для популяризации специальных технологий приходится работать сразу в трех направлениях:

на уровень или несколько уровней вверх (следует убедить руководство в необходимости введения проектного подхода);

на уровень или несколько уровней вниз (следует убедить подчиненных, привыкших работать в рамках функциональной структуры);

на одном уровне (зачастую менеджер ведет проект, не зная, что такое декомпозиция, сетевой график и даже диаграмма Ганта).

Цель работы заключается в совершенствовании корпоративной системы управления проектами компании (КСУП) 5, Екатеринбург.

Поставленная цель потребовала решения следующих задач:

- 1) исследование теоретических основ построения КСУП;
- 2) анализ отрасли ИТ и рынка ИТ-компаний;
- 3) анализ состояния КСУП в компании 5 в текущем периоде.

Объектом исследования работы является портфель программ проектов компании 5 – разработчика и управляющего тремя федеральными порталами – торговыми площадками. Предмет – сбытовая политика Компании.

В ходе анализа использовались данные средств массовой информации, периодической литературы, данные, полученные путем опросов.

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

в настоящее время отрасль ИТ как в федеральном, так и в региональном масштабах, претерпевает определенные сложности, однако в кризисный период оптимизация бывает особенно полезна и совершенствование КСУП в крупных компаниях с большим количеством проектов более чем оправданно;

проблема совершенствования КСУП сейчас стоит перед большинством предприятий, стремящихся к развитию;

наибольшего успеха в построении эффективной КСУП добиваются компании, где присутствует сильная поддержка высшего руководства;

самой сильной стороной исследуемых компаний является готовность команды совершенствовать КСУП своей компании;

самой слабой стороной является низкая квалификация команд в плане проектных технологий, что вполне объяснимо, так как данное направление относительно ново даже для ИТ-компаний, не говоря о прочих отраслях;

состояние КСУП исследуемой компании 5 в настоящее время находится на среднем уровне согласно примененной методике;

самыми сильными сторонами КСУП компании 5 также являются готовность команды к обучению и сотрудничеству;

слабыми сторонами являются низкая степень подготовки проектных команд, низкий уровень сбора, обработки и распространения релевантной информации с системной точки зрения, отсутствие обеспеченности специализированным ПО.

На основании данных выводов были сформированы следующие рекомендации по совершенствованию КСУП исследуемой компании:

в компании необходимо создать офис управления проектами руководящего типа;

руководитель офиса – топ-менеджер, генеральный директор;

руководители программ офиса о заказчиков и разработчиков;

руководители проектов офиса, сформированные по функциональным группам:

группа аналитики;
группа разработки;
группа обучения;
группа качества.

Были сформулированы:

цели деятельности проектного офиса;
примерный список мероприятий офиса;
основные показатели эффективности работы офиса.

Реализация вышеприведенных рекомендаций позволит компании вывести КСУП на более высокий уровень и положит начало формированию глобальной КСУП компании, оптимизирующей все бизнес-процессы компании, в целом, ведущей к повышению финансовой стабильности и развитию всего предприятия.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

А. Д. Тихонова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Вузы и бизнес: корпоративные нефинансовые отчеты как путь к устойчивым и сбалансированным отношениям со стейкхолдерами

Аннотация. Корпоративная социальная отчетность рассматривается как инструмент гармонизации интересов компании с ее стейкхолдерами, являющийся средством коммуникации бизнес-среды с обществом, приводящим к росту национальной экономики в целом. Проведен анализ сигналов бизнес-среды и рынка труда к рынку образования через потребность в образованном человеческом капитале. Объектом исследования являются нефинансовые отчеты социально ответственных компаний. Разработано дерево принятия управленческих решений при составлении нефинансовых отчетов компаний для углубления взаимосвязей образования и бизнеса.

Ключевые слова: рынок труда; нефинансовый отчет; вуз.

Согласно Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 3 июля 2016 г., с изм. от 19 декабря 2016 г. с изм. и доп., вступ. в силу с 1 января 2017 г.), система образования включает в себя, помимо непосредственно образовательных организаций, объединения юридических лиц, работодателей и их объединения. Следовательно, бизнес-среда, как работодатель, является непосредственным участником отношений в сфере образования.

Современное общество подошло к осознанию важности открытой модели взаимодействий всех заинтересованных сторон рынков труда

и образования для достижения не только их индивидуальной внутренней, но и общей внешней результативности. В этой системе взаимоотношений бизнеса, государства и общества образовательные организации являются каналом мобильности квалифицированного человеческого капитала. Углубление и укрепление связей с работодателями ведет к росту роли бизнес-среды в развитии национального кадрового потенциала. А также к актуализации вопроса о разделении ответственности за формирование высокопроизводительного человеческого капитала между работодателем и системой образования.

Поскольку деятельность любой фирмы оказывает влияние не в последнюю очередь и на рынок труда, автором был проведен сбор данных о показателях рабочей силы РФ. В январе 2017 г., по итогам выборочного обследования рабочей силы, 4,3 млн чел. в возрасте 15–72 лет классифицировались как безработные (в соответствии с методологией Международной Организации Труда). В государственных учреждениях службы занятости населения в качестве безработных было зарегистрировано 0,9 млн чел., в том числе 0,8 млн чел. получали пособие по безработице. Уровень безработицы в январе 2017 г. составил 5,6%. Средний возраст безработных в возрасте 15–72 лет в январе 2017 г. составил 36,9 года. Молодежь до 25 лет составляет среди безработных 19,8%, лица в возрасте 50–72 лет – 20,4%¹.

Одной из причин снижения уровня безработицы, по мнению автора, может распространение практики нефинансовой отчетности, в которой отражаются области развития человеческого капитала.

Проведенные исследования нефинансовых отчетов компаний, выложенных на сайте РСПП², свидетельствуют о том, что многие предприятия в своих отчетах не упоминают о высшем профессиональном образовании при одновременном наличии сформированной политики обучения и повышения квалификации персонала. Содержательная оценка отчетов, проведенная Е. Л. Молоковой, показала, что самым популярным направлением взаимодействия организации является предоставление мест практики для обучающихся студентов. Данный вывод подтверждается исследованием автора, проведенного посредством опроса представителей промышленных предприятий.

Большинство экспертов (78%) сообщили, что на их предприятиях организуются практики и стажировки для студентов. Также популярность пользуются заключение прямых договоров на поставку специалистов (56%) и повышение квалификации сотрудников на базе вуза (47%). А вот создание базовых кафедр и проведение совместных науч-

¹ Международная организация труда (МОТ). URL <http://www.ilo.ru>; Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

² Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: <http://www.rssp.ru>.

ных исследований реализуются на предприятиях только у 17 и 20% опрошенных соответственно.

Направления деятельности взаимодействий бизнеса и образовательных организаций

Направления деятельности	Количество организаций, осуществляющих действие
Работа с выпускниками	40
Научно-практические мероприятия совместно с вузами	41
Международные образовательные проекты	16
Создание базовых кафедр	11
Привлечение практиков к преподаванию в вузе	18
Целевые договоры на подготовку работника	28
Согласование компетенций, учебных планов	15
Именные стипендии	32
Предоставление мест практики	52
Материальная помощь вузам (лаборатории, оборудование)	19
Грантовая поддержка преподавателей и студентов	7
Профорientационная работа со студентами, дни карьеры, дни открытых дверей в компаниях и вузах	39
Специальные программы совместно с вузами	32

В таблице представлены направления взаимодействия вузов с работодателями, зафиксированные в нефинансовых отчетах.

Анализ нефинансовых отчетов российских компаний позволяет сделать следующие выводы:

отмечается недостаточная эффективность анализируемого канала коммуникаций в области синхронизации компетенций выпускников вузов и квалификационных требований рынка труда;

наблюдается неполное использование потенциала корпоративной социальной ответственности как канала коммуникаций в области взаимодействия с вузами.

Таким образом, автор согласен с мнением Е. Л. Молоковой, что компаниям, позиционирующим себя как социально-ответственные, следует больше внимания уделять направлениям взаимодействия с вузами, имеющим критическое значение для гармонизации квалификационных требований, предъявляемых работодателем и формируемых вузами (в частности, согласование компетенций и учебных планов, участие в образовательном процессе).

Эффективность системы образования должна определяться степенью ее соответствия потребностям рынка труда. Для этого необходимы прогнозные оценки будущей потребности в специалистах и переход к стратегическому управлению в этой сфере. Необходима си-

стема принятия решений, направленная на опережение. Именно стратегическое прогнозирование спроса и предложения на рынке труда и рынке образовательных услуг в сегменте высшего образования должно стать важной составляющей эффективной модели организационно-экономического взаимодействия систем высшего образования и рынка труда.

Этого можно добиться путем распространения и совершенствования практики ведения нефинансовой отчетности российскими предприятиями.

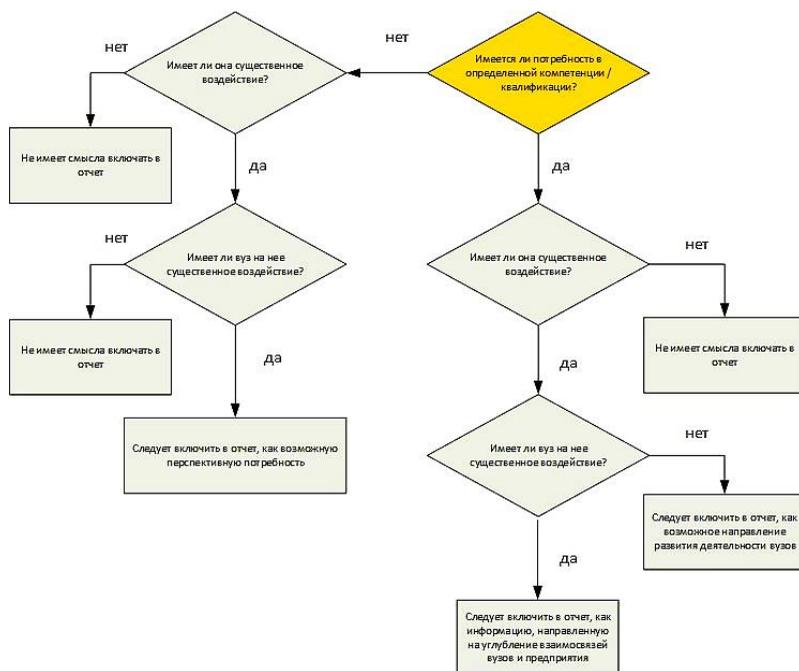


Рис. 1. Дерево принятия решений

Согласно Руководству по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative, GRI, версия 3.0)¹, организация, готовящая отчет, должна выявить стороны, заинтересованные в ее деятельности, и пояснить в отчете, каким образом их разумные ожидания

¹ Руководство по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative, GRI, версия 3.0). URL: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online>.

и интересы были учтены при подготовке отчета. Поскольку бизнес и вузы, несомненно являются стейкхолдерами, при качественном составлении нефинансовой отчетности они могут получать информацию о потребностях друг друга и/или бизнес-процессах, требующих поддержки со стороны.

В рамках создания взаимосвязанных нефинансовых отчетов, образование и бизнес смогут построить систему обмена информацией о потребностях в качестве человеческого капитала и возможностях по удовлетворению этих потребностей.

Для этого предприятиям для определения границ отчетности следует пользоваться следующей схемой (рис. 1).

При использовании данной схемы, стейкхолдеры на основе нефинансовой отчетности смогут поддержать институты рынка труда в выработке эффективных действий, направленных на борьбу с кризисом занятости, в том числе посредством налаживания сотрудничества на региональном, национальном и субрегиональном уровнях (рис. 2).

Таким образом, данные рекомендации будут способствовать распространению информации о потребностях рынка труда и помогут нефинансовой отчетности стать средством коммуникации бизнес-среды с обществом, что приведет к росту национальной экономики в целом.

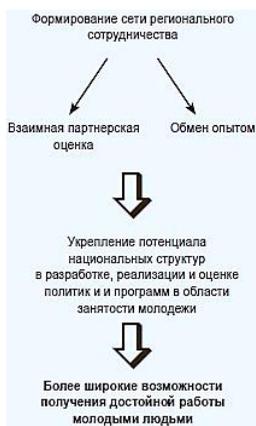


Рис. 2. Схема формирования сети сотрудничества

Н. А. Товма

*Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
г. Алматы, Республика Казахстан*

Развитие корпоративной социальной ответственности как инструмента совершенствования корпоративного управления

Аннотация. Дается определение корпоративной социальной ответственности, обозначены принципы государственного регулирования развития КСО. Разработаны основные положения социальной хартии бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; государственное регулирование.

В современных условиях хозяйствования становится очевидным, что необходимо развитие цивилизованного общества, основанного на социальном партнерстве, здоровой конкуренции, на правовых и социальных нормах. В связи с этим все больше европейских (равно как американских и азиатских) компаний вводят в свою практику понятие «корпоративная социальная ответственность» (corporate social responsibility, CSR). Во всем мире корпоративная социальная ответственность является важнейшим институтом развитой рыночной экономики, одним из значимых показателей повышения капитализации компании, инструментом предотвращения некоммерческих рисков, которая открывает доступ к широкому кругу инвестиционных ресурсов и помогает добиться устойчивого развития. В развитых странах КСО включает вопросы регулирования социально-трудовых отношений, социальные программы для местного сообщества, мероприятия по обеспечению экологической безопасности производства, а в отдельных случаях – меры по стимулированию экономического и социального развития всего общества.

О важности КСО говорит и тот факт, что во многих зарубежных странах существует при премьер-министре должность министра по корпоративной социальной ответственности. Во многих компаниях и концернах мира (независимо от профиля и сектора) в течение последних 10 лет появились должности вице-президентов по корпоративной социальной ответственности. Их деятельность часто объединяет управление персоналом, социальную и экологическую политику.

Анализ сути современных определений, содержащихся в посвященной данному вопросу зарубежной специальной литературе, позволяет прийти к выводу, что их количество достаточно велико и разнообразно. В представленных определениях следует обратить внимание на такие аспекты.

Позволим себе авторское уточнение определения содержания понятия КСО. Корпоративная социальная ответственность – это система взаимоотношений между работником, работодателем, государством и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, на развитие социальных программ и природоохранной деятельности, а также на поддержание социальной стабильности на организационном, региональном, национальном и международном уровнях. Данное определение предлагается закрепить в законодательных актах Республики Казахстан, в частности в трудовом кодексе Республики Казахстан.

Обзор экономической литературы показывает, что на сегодняшний день пока не выработаны классификационные критерии корпоративной социальной ответственности. Все сказанное свидетельствует о необходимости дальнейшей разработки классификации видов корпоративной социальной ответственности на основе, прежде всего, междисциплинарных исследований.

Мы считаем, что принципы государственного регулирования развития КСО могут стать следующие.

1. Ответственность государства за экономическое, социальное и экологическое развитие страны.

2. Социальная защита нетрудоспособного населения и повышение уровня качества их жизни.

3. Ответственность государства за соблюдение прав работников и работодателей.

4. Соблюдение прав потребителей продукции компаниями.

5. Развитие существующих социальных прав и гарантий в области политики доходов и заработной платы.

6. Недопустимость снижения уровня безопасности труда, природоохранной деятельности.

7. Защита от социальных и экологических рисков.

8. Контроль за формированием добросовестной деловой этики компании, за соблюдением качества товаров, работ и услуг.

9. Развитие благоприятной конкурентной среды.

10. Соблюдение норм международного и казахстанского права социально-трудовых отношений.

11. Осуществление социальных программ государства в форме обязательного и добровольного социального страхования, социального обеспечения, корпоративных и индивидуальных социальных программ, безвозмездного корпоративного финансирования социальных мероприятий окружающего общества.

12. Содействие в реализации частных социальных программ, инициирование направлений развития КСО.

Государство должно обеспечить участие всех заинтересованных сторон, имеющих отношение к деятельности компаний, в развитии концепции КСО. Важным является всестороннее организационное, правовое, экономическое и информационное содействие реализации частных социальных программ КСО, выходящих за рамки действующего законодательства.

Важным фактором пристального внимания компаний к управлению корпоративной социальной ответственностью является повышение уровня этического контроля общества над бизнесом. В развитых странах такой контроль существует уже давно и может оказать существенное влияние на репутацию бизнеса, а, следовательно, и на его экономические показатели. Особенно это актуально для мультинациональных компаний, деятельность которых выходит за рамки какого-либо одного государства. Еще одной причиной сегодняшней «популярности» КСО является глобализация информации, которая повышает осведомленность инвесторов и финансовых институтов о деятельности компании и особенностях ведения бизнеса, включая взаимоотношения компании с ее сотрудниками, местными сообществами, властными структурами, СМИ и пр. В результате предпочтение отдается более устойчивому бизнесу с точки зрения как финансовых, так и социально-экологических показателей. Таким образом, глобализация информации сделала существование «безответственного» бизнеса невозможным без ущерба для него самого.

Нами разработаны основные положения социальной хартии бизнеса, которая включает в себя следующие пункты.

1. Общая цель.
2. Порядок присоединения к социальной хартии.
3. Преимущества присоединения и участия.
4. Организационная структура.
5. Фирменный знак Социальной хартии.
6. Авторские права.

Фактически стандарт позволяет сделать следующее:

1) дать оценку системе менеджмента и операциям компании;
2) выявить взаимное влияние системы менеджмента и операций друг на друга, включая восприятие этого влияния акционерами компании;

3) служить частью руководства для внешнего контроля с целью идентификации, оценки и лучшего управления рисками, возникающими при взаимодействии компании с акционерами, и их взаимовлияния;

4) обеспечить акционеров информацией о социальной составляющей в деятельности компании;

5) создать конкурентные преимущества на основе существующей ситуации относительно социальных вопросов.

Поэтому нами сделана попытка разработать такой стандарт для улучшения благосостояния населения. Данный стандарт включает в себя следующие раздел.

1. Руководство в области социальной ответственности.

2. Область применения стандарта.

3. Содействие организациям в вопросах социальной ответственности.

4. Создание практического руководства, касающегося следующих вопросов: реализация социальной ответственности на практике; выявление и вовлечение стейкхолдеров; повышение уровня доверия к отчетам и заявлениям компаний в области социальной ответственности.

5. Направленность (акцент) на результаты деятельности и положительные изменения.

6. Повышение удовлетворенности и доверия потребителей.

7. Продвижение единой терминологии в области СО.

8. Обеспечение соответствия (отсутствия расхождений и противоречий) существующим документам, договорам, конвенциям и другим стандартам ИСО.

Документ будет представлять собой стандарт, дающий основополагающие принципы и рекомендации в области корпоративной социальной ответственности.

Стандарт должен применяться независимо от социальных, культурных, законодательных рамок и окружающей среды, в рамках которых организация осуществляет свою деятельность.

Научный руководитель: К. С. Мухтарова,
доктор экономических наук, профессор

И. Ю. Ханжина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Государство в системе корпоративного управления: проблемы развития и совершенствования

Аннотация. Рассмотрены вопросы, связанные с представлением интересов государства в органах управления компаний с государственным участием. Выявлены и проанализированы основные цели и задачи участия государства в деятельности корпораций, рассмотрены основные положения законодательства и НПА, регламентирующие корпоративное управление в компаниях с долей государственного участия.

Ключевые слова: компания с государственным участием; государство в корпоративных отношениях; Кодекс корпоративного управления; методика самооценки качества.

Компании с государственным участием играют в России особую роль, а в ряде случаев, в отдельных отраслях вообще системообразующую. «Это энергетика, нефтедобыча, газодобыча, транспорт, банковская сфера и оборонная промышленность. С одной стороны, государство, как собственник или как основной акционер таких предприятий, заинтересовано в стабильной работе этих компаний при любых экономических условиях. С другой стороны, значительной частью компаний с государственным участием являются компании, которые имеют доминирующее положение и являются инфраструктурными монополиями.

На предприятиях существуют различные формы присутствия государства, которые требуют различных форм и методов управления и регулирования. Поэтому для анализа эффективности методов управления государственной собственностью необходимо разграничивать:

государственные предприятия, которые не подвергаются приватизации;

акционерные общества, в которых государству принадлежит часть акций (контрольный пакет или доля, которая не позволяет терять полный контроль);

холдинговые структуры различных видов;

государственные корпорации.

Интересы государства как собственника реально действующих предприятий заключаются в следующих функциях:

сохранение и увеличение принадлежащего государству богатства в виде имущества и активов организации;

повышение эффективности управления компаниями;

осуществление контроля за оперативной деятельностью компании;

влияние на разработку и реализацию корпоративной стратегии.

К примеру, в странах Организации экономического сотрудничества и развития прослеживается стремление сосредоточить выполнение функции собственника в специальном государственном агентстве, как правило, в министерстве. В основе этого стремления лежит идея перенести объект регулирования с отдельного предприятия с государственным участием на целевой рынок.

Одной из тенденций стран ОЭСР в области корпоративного управления является увеличение профессионализма советов директоров и наделение их реальным полномочиями. Совершенствуется оцен-

ка эффективности работы совета директоров, меняется система вознаграждения, которая отражает реальный объем нагрузки, возложенной на менеджера.

Также необходимо подчеркнуть, что в ОЭСР нет таких стран, где структура Совета директоров компании отличалась бы так или иначе от структуры Совета в частных компаниях.

Как бы там ни было, помимо извлечения прибыли целями участия государства в корпоративных правоотношениях являются обеспечение обороноспособности страны и безопасности государства, защиты нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан РФ. Но при этом часть исследователей говорят о том, что сочетание таких целей, как выполнение общественно-полезных задач и извлечение прибыли может привести к конфликту интересов. Из вышесказанного следует, что задачи государства не выгодны для экономики страны, а это противоречит коммерческим целям общества.

На сегодняшний день многие исследователи определяют следующие цели участия государства в корпорациях:

1) предоставление требующих масштабных инвестиций социально значимых товаров или услуг, производство которых невыгодно в рыночных условиях;

2) стимулирование развития отдельных отраслей экономики или отдельных регионов посредством государственных инвестиций;

3) предоставление товаров или услуг по цене ниже рыночной по причинам социального характера;

4) предоставление рабочих мест и социального обеспечения;

5) контроль над стратегически важными отраслями экономики по политическим мотивам;

6) создание источника дохода для государственного бюджета из прибыли хозяйственного общества с участием государства (зачастую в форме государственной монополии, когда бюджет получает монопольную ренту);

7) создание системы выигрышей для политиков и государственных служащих (в том числе через систему членства в советах директоров с высоким вознаграждением).

Сегодня не стоит забывать о том, что на данный момент необходимо модернизировать систему управления акционерными обществами с государственным участием с помощью приведения к единой системе существующего законодательства, формирования общих принципов и задач управления государственной собственностью, а также следует провести внедрение в компании с участием государства высокие стандарты корпоративного управления, которые распространены во всем мире.

Корпоративное управление – это одно из новых явлений российской экономики, но которое стало обязательной частью российского бизнеса на современном этапе. Многие крупные компании действуют на основании принципов корпоративного управления, процветают и приносят стабильную выручку и уверенность в будущем всем заинтересованным лицам, а также экономике Российской Федерации в целом.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

Ю. Р. Швейцер

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Внедрение стандарта КСО в социально ответственной компании на примере ООО «Газпром трансгаз Югорск»

Аннотация. Работа посвящена изучению корпоративной социальной ответственности компании. Обоснована необходимость внедрения стандарта КСО и предложены рекомендации по внедрению стандарта ГОСТ Р ИСО 26000-2012 в ООО «Газпром трансгаз Югорск».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; стейкхолдер; ГОСТ Р ИСО 26000-2012.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) на современном этапе является обязательным компонентом стратегии компаний, заботящихся о своей деловой репутации. Принципы социально ответственного поведения стали неременным атрибутом крупных компаний. Готовится нефинансовая отчетность, широко обсуждаются проблемы социально ответственного поведения бизнеса, его роли в социально-экономическом развитии различных стран, возможности и эффективности взаимодействия с местными сообществами. В продвижении лучших практик КСО подключились правительственные, общественные и международные организации развитых стран мира.

Сегодня многие крупные компании применяют инструменты корпоративной социальной ответственности для повышения своей репутации. Однако не все социальные инвестиции приносят свои плоды и понесенные затраты становятся не оправданными. Крупные компании, всерьез заинтересованные в долгосрочной и эффективной деятельности, встают перед выбором: проявлять социальную ответственность интуитивно или внедрить систему, при помощи которой возможно выявление истинных потребностей общества и поиск путей их выполнения.

Привлекательность организации для стейкхолдеров тесно связана с ее действиями по удовлетворению ожиданий со стороны общества. Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью постоянного повышения конкурентных преимуществ организации в относительно равных условиях рынка, путем более тесного сотрудничества с обществом, государством, партнерами и другими заинтересованными сторонами.

Общество проявляет все больший интерес к деятельности таких компаний, так как их роль сегодня очень велика, равно, как и цена ошибки. Условия современного рынка меняются очень быстро. Вследствие этого, крупным компаниям необходимо подстраиваться к таким изменениям и искать новые подходы к своей деятельности.

Важность этого исследования связана с процессами глобализации, которые оказывают существенное влияние на экономику крупных компаний. Государство уступает давлению транснациональных корпораций, как в экономической независимости, так и в социальной политике.

Чтобы противодействовать этому влиянию, необходимо согласовать действия, которые бы могли обеспечить достижение показателей социальной ответственности, соответствующих общепринятым мировым нормам и принципам в области устойчивого развития. Проверить и проанализировать существующие показатели КСО можно, соотнеся их с требованиями международных стандартов в области социальной ответственности, например, одним из самых распространенных ГОСТ Р ИСО 26000-2012.

Российские компании совсем недавно начали применять этот стандарт в своей деятельности. За рубежом подобная практика ведется уже более двадцати лет и задает общий вектор развития КСО.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по развитию системы корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Югорск», эффективной как для компании, так и для заинтересованных сторон.

В ходе работы мы убедились, что компания выстраивает свою деятельность, учитывая интересы работников, а также местного сообщества и общественных организаций. Современная система управления предприятия учитывает принципы КСО и нацелена на такой путь развития, выбор которого кроме роста производственных показателей является необходимым и для позитивных социально-экономических изменений. Таким образом, ООО «Газпром трансгаз Югорск», являясь крупнейшим газотранспортным предприятием ПАО «Газпром», не только стабильно развивается в своей сфере, но и стремится к выполнению всех показателей КСО.

Однако для получения желаемого результата от программ КСО необходимо их внедрение в стратегию развития компании. То есть, деятельность компании и программы КСО должны иметь одинаковый вектор. В этом случае система КСО станет естественным вспомогательным элементом деятельности компании, а социальные инвестиции будут наиболее эффективны.

В целом, компании необходимо предпринять следующие действия для обеспечения полного соответствия требованиям стандарта ГОСТ Р ИСО 26000-2012:

следует определить свой курс посредством превращения социальной ответственности в неотъемлемую часть своих политик, организационной культуры, стратегий, структур и деятельности;

разработать организационную структуру, которая возьмет на себя функции координации деятельности, принятия решений и контроля за их выполнением;

выявить все заинтересованные стороны, влияние на которые оказывает компания и которые могут повлиять на ее функционирование, для того чтобы учесть наибольшее количество ожиданий от деятельности организации;

разработать процедуру обмена информации со стейкхолдерами, в том числе рассмотрение и удовлетворение жалоб;

регламентировать социальную отчетность предприятия и уровень ее открытости.

В настоящий момент практика использования КСО свидетельствует о наличии положительных экономических эффектов, связанных с вероятным повышением рыночной капитализации хозяйствующего субъекта, улучшением его имиджа, ростом социальной активности. При этом наиболее оптимальным представляется интеграция требований стандартов в области социальной ответственности в деятельность предприятия, поскольку именно такой вариант позволит достичь лучших результатов.

Реализация представленных рекомендаций позволит компании выбрать оптимальную стратегию взаимодействия с заинтересованными сторонами, не только уделяя большое внимание экологической безопасности, социальной и экономической поддержке регионов деятельности, обеспечению гарантированного социального пакета для своих работников, членов их семей и пенсионеров, активной работе по созданию достойных условий труда. Но и более детально учесть ожидания внешних сторон, что позволит выйти на новый уровень корпоративной социальной ответственности.

Научный руководитель: И. Н. Ткаченко,
доктор экономических наук, профессор

Моделирование стоимости публичных компаний

Аннотация. Сформулированы гипотезы о характере влияния различных драйверов на оценку ожиданий акционеров относительно будущей деятельности корпорации, построены модели для проведения регрессионного анализа. Проведена апробация моделей на компаниях, которые только что вышли на IPO.

Ключевые слова: регрессионный анализ; драйвер стоимости; модель рыночной стоимости компаний; STATA.

Процессы, происходящие на современном этапе в российской экономике, привели к возрождению и развитию оценочной деятельности, актуальность и востребованность результатов которой в условиях рынка фактически неоспоримы. Оценка и ее ключевая категория – «стоимость» – являются комплексным показателем целесообразности, полезности и значимости того или иного результата какой-либо деятельности в сфере рыночных отношений.

Принимая то или иное управленческое решение, руководство компании должно соотносить последствия его влияния на деятельность организации, итоговым критерием которой является стоимость. Таким образом, моделирование стоимости компании позволяет оценить степень влияния каждого из драйверов (факторов стоимости) на стоимость исследуемой организации.

Актуальность данной темы обуславливается необходимостью управления стоимостью компании, что является эффективным способом повышения ее финансового потенциала, а также роста ее стоимости в условиях дефицита финансовых ресурсов на рынке капитала.

Цель работы заключается в построении модели оценки стоимости публичных компаний. Объектом исследования выступают российские компании, ценные бумаги которых размещены на торговых площадках. Предметом исследования является система факторов стоимости публичных компаний. Научная новизна научного исследования состоит в разработке авторской методики моделирования рыночной стоимости публичных компаний с учетом влияния финансовых и нефинансовых факторов, и применении результатов моделирования для прогнозирования стоимости компаний, недавно вышедших на IPO (первичное публичное размещение акций).

В ходе проведения исследования на основе анализа многочисленных эмпирических наблюдений были сформулированы рабочие гипотезы о характере влияния различных драйверов на оценку ожиданий акционеров относительно будущей деятельности корпорации.

Гипотеза 1. Размер чистой прибыли положительно влияет на рост рыночной капитализации компании.

Гипотеза 2. Акционерная стоимость имеет положительную связь с показателями рентабельности компании.

Гипотеза 3. Стоимость компании находится в прямой зависимости от показателей финансовой устойчивости.

Гипотеза 4. Показатели ликвидности оказывают влияние на рост стоимости корпорации.

Гипотеза 5. Стоимость компании находится в прямой зависимости от уровня финансового левериджа.

Гипотеза 6. Размер фирмы оказывает положительное влияние на возможности создания стоимости.

Гипотеза 7. Стоимость компании находится в обратной зависимости от возраста корпорации.

Гипотеза 8. Присутствие государства в структуре собственности негативно воздействует на создание стоимости корпорации.

Гипотеза 9. Рост стоимости компании находится в обратной зависимости от индекса финансового риска (СПАРК).

Гипотеза 10. Новая волна экономического кризиса, имевшая место в 2014 г., негативно повлияла на стоимость компаний.

В целях анализа переменных, выступающих в качестве основных факторов создания акционерной стоимости для российских корпораций, были рассмотрены панельные данные по 103 компаниям, ценные бумаги которых размещены на Московской межбанковской валютной бирже (ММВБ) за период с 2007 по 2015 г.

Данный подход к формированию выборки данных на основе крупных компаний обусловлен тем, что акции таких компаний наиболее ликвидны, их котировки на бирже позволяют отследить процесс формирования рыночной стоимости бизнеса. Анализ же панельных данных позволяет расширить объем выборки, и использовать несбалансированную панель, в которой из-за различных причин в некоторые периоды времени отсутствуют сведения для всех объектов, включенных в выборку первоначально.

В целях исследовательской работы для построения регрессионной модели использовались три группы показателей: финансовые показатели, показатели структуры собственности, а также прочие контрольные переменные.

В рамках группы финансовых факторов исследуется связь с созданием акционерной стоимости показателей чистой прибыли, рентабельности, коэффициентов финансовой устойчивости и ликвидности, финансового левериджа, прочими контрольными переменными выступают возраст и размер компании, доля государственной собствен-

сти, индекс финансового риска (СПАРК) и временные фиктивные переменные.

Проверка вышеизложенных гипотез проводилась путем эконометрического анализа панельных данных с использованием программного обеспечения STATA 12. Программа STATA представляет собой профессиональный инструмент статистического программирования и моделирования данных в области прикладных научных исследований.

Для построения модели были использованы только показатели, имеющиеся в открытом доступе для широкой аудитории. Полученная модель оценки рыночной стоимости компаний может быть использована и непрофессиональными инвесторами, которым доступен ограниченный объем информации.

В целях исследования влияния обозначенных ранее детерминант на процесс формирования стоимости публичной компании были построены три модели: сквозная линейная регрессионная модель, регрессия с фиксированными индивидуальными эффектами (FE-модель), регрессия со случайными индивидуальными эффектами (RE-модель).

Результаты регрессионного анализа в модели сквозной регрессии говорят о том, что модель сквозной регрессии значима, значение коэффициента детерминации R-квадрат равно 0,80, т.е. под описание модели попадает 80% наблюдений.

Полученные результаты регрессионного анализа говорят о том, что показатели чистой прибыли (Net Income), коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE), коэффициент соотношения заемных и собственных средств (KSZSS), коэффициент абсолютной ликвидности (KABL), коэффициент текущей ликвидности (KTL), временной фиктивной переменной d14 значимы (P-Значение < 0,05). Изменение каждого из перечисленных показателей на 1% ведет к изменению величины стоимости компании на соответствующее число рублей (0,88; -0,46; 0,22; 0,11; 0,35; -1,41).

Что касается показателей размер компании и доля государственной собственности в структуре капитала, то они не являются значимыми в модели сквозной регрессии. Это говорит о том, что в рассмотренном нами случае данные характеристики не выступают в качестве драйверов создания акционерной стоимости, хотя многие исследования доказывали их влияние на ценность бизнеса. Незначимость фиктивной переменной размер компании может быть объяснена тем, что в выборку вошли в большинстве своем крупные публичные компании российского рынка, поэтому степень влияния данной характеристики компании на ее рыночную стоимость не была выявлена.

Коэффициент перед дамми-переменной государственной собственности статистически не значим (P-значение = 0,8, $\geq 0,05$). Полу-

ченный результат можно объяснить тем, что выборка была сформирована на данных, которые не всегда корректно отражают действительные характеристики структуры собственности той или иной компании, а также тем, что данная переменная не является количественной, что затрудняет ее применение в регрессионной модели.

Отсутствие зависимости между величиной рыночной стоимости компании и остальными финансовыми показателями может быть объяснено характером, структурой и объемом выборки публичных компаний в данной работе. Вопрос о значимости перечисленных показателей можно поставить как отдельную цель для дальнейших исследований.

Следующая модель, используемая для проведения исследования – модель с фиксированными индивидуальными эффектами. Данная модель так же, как и сквозная регрессия удобна тем, что позволяет исключать из модели заведомо ненаблюдаемые индивидуальные эффекты. О качестве данной модели можно судить по коэффициенту детерминации R^2_{within} . Он составляет величину 0,79 и говорит о том, что 79% анализируемых данных попадает под описание модели, т. е. в целом модель значима. В данном случае полученные результаты регрессионного анализа говорят о том, что значимые показатели остались прежними, что и в модели сквозной регрессии, кроме коэффициентов соотношения заемных и собственных средств и коэффициента текущей ликвидности.

Последняя модель, используемая в исследовании – модель со случайными эффектами, которую можно рассматривать как компромисс между сквозной регрессией и регрессией с фиксированными эффектами, которая предполагает, что индивидуальный эффект не коррелирует с регрессорами. О значимости регрессии в данной модели в целом свидетельствует высокое значение статистики Вальда – $Wald\ chi2(20) = 736,34$. По сравнению с регрессионной моделью с фиксированными эффектами зависимость между переменными здесь осталась прежней (как и в модели сквозной регрессии).

Исходя из полученных результатов регрессионного моделирования, для дальнейшего анализа была выбрана модель сквозной регрессии. Связь между факторами стоимости в модели сквозной регрессии оказалась сильнее, чем в моделях с фиксированными и случайными эффектами. Это говорит о том, что в рамках модели исследования динамические различия во времени проявляются сильнее, чем индивидуальные эффекты. Это свидетельствует в пользу необходимости использования модели сквозного оценивания.

Переходя к рассмотрению полученных результатов (табл. 1), отметим, что не все изначально выдвинутые гипотезы подтвердились,

что показано в таблице. Необходимо заметить, что гипотеза считается подтвержденной, если исследуемый показатель значим ($p < 0,05$).

Т а б л и ц а 1

Результаты регрессионного анализа

	Гипотеза	Результат
H1	Положительная связь стоимости компании с чистой прибылью	Подтверждается ($p < 0,01$)
H2	Положительное влияние рентабельности собственного капитала на рыночную стоимость	Подтверждается ($p < 0,01$)
H3	Позитивная зависимость стоимости компании с коэффициентом соотношения заемных и собственных средств	Подтверждается ($p < 0,01$)
H4	Положительное воздействие показателей ликвидности на возможности создания стоимости	Подтверждается ($p < 0,01$; $p < 0,05$)
H5	Прямая зависимость между акционерной стоимостью и финансовым левериджем	Отвергается
H6	Положительное воздействие размера компании на возможности создания стоимости	Отвергается
H7	Обратная зависимость между рыночной стоимостью и возрастом компании	Отвергается
H8	Негативное влияние государственной собственности на стоимость компании	Отвергается
H9	Обратная зависимость между индексом финансового риска и создаем стоимости	Отвергается
H10	Негативное влияние экономического кризиса на акционерную стоимость	Подтверждается ($p < 0,05$)

Таким образом, подводя итог изучению факторов стоимости публичных компаний, можно сказать, что основные детерминанты, рассмотренные в большинстве эмпирических работ, а также проверенные нами действительно объясняют создание ценности для собственников бизнеса.

Для дальнейшего анализа было решено провести апробацию полученной модели путем моделирования рыночной капитализации компаний, прошедших первичное размещение акций на бирже (ИПО). Для апробации полученных моделей были выбраны пять компаний: АЛРОСА АК, Московская Биржа, Мегафон, ФосАгро, Банк ФК Открытие.

Для примера рассмотрим моделирование рыночной стоимости ПАО «АК „АЛРОСА“». Компания провела размещение своих акций 28 октября 2013 г. по цене 35 р. за 1 шт. На тот момент инвестору были известны финансовые показатели корпорации за первое полугодие 2013 г. Таким образом, исходную информацию для расчета можно в табл. 2.

Таблица 2

**Финансовые показатели ПАО «АК „АЛРОСА“»
за первое полугодие 2016 г.**

Показатель	Значение	Единицы измерения
Чистая прибыль	38209267000	р.
Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE)	0,067	
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (KSZSS)	0,756	
Коэффициент абсолютной ликвидности (KABL)	0,541	
Коэффициент текущей ликвидности (KTL)	4,58	
Процент IPO (доля акций)	16	%
Цена размещения	35	р.
Объем IPO	41300000000	р.

Расчет рыночной капитализации проводился по трем полученным моделям. В качестве весов использовались соответствующие коэффициенты множественной регрессии.

Результаты расчетов рыночной капитализации ПАО «АК „АЛРОСА“» представлены в табл. 3.

Таблица 3

Рыночной капитализация ПАО «АК „АЛРОСА“»

Модель	Фактическая величина капитализация при IPO, руб.	Расчетная величина капитализации, р.	Отклонение, %
Модель сквозной регрессии	41300000000	33624154960	-18,58
Модель с фиксированными индивидуальными эффектами (FE-модель, «within»)	41300000000	33624154960	-18,58
Модель со случайными эффектами (RE-модель)	41300000000	32477876950	-21,3
Среднее значение	41300000000	33242062290	-19,5

Как видно из табл. 3, расчетная величина стоимости компании в среднем отличается от фактической величины капитализации при IPO на 19,5%.

Реализация акций компании была проведена по нижней границе ценового коридора, исходя из которого инвесторы оценили всю компанию в 258 млрд р. Всего было продано 1 181 332 741 акция (16%), и общий объем IPO составил порядка 41,3 млрд р. На кануне сделки

книга заявок была подписана всего на 30%, участники рынка утверждали, что цена акций «АК „АЛРОСА“» завышена.

Полученные результаты можно считать достаточно достоверными, так как известно, что цена акций при проведении IPO является завышенной. После проведенного IPO акции компании «АК „АЛРОСА“» к концу 2013 г. упали в цене до 34 рублей.

Аналогично ПАО «АК „АЛРОСА“» проведено моделирование рыночной стоимости остальных выбранных компаний, результаты которого можно увидеть в 3 главе работы.

Таким образом, исходя из приведенных примеров, разработанная модель оценки рыночной стоимости публичной компании обладает достаточно высокой прогнозируемостью. Разница между рассчитанной рыночной стоимостью в работе и величиной рыночной капитализации при IPO в среднем составляет 12–15%. Причинами небольших различий тому могут служить как завышенная стоимость акций компании при их первичном публичном размещении на бирже, так неучтенные факторы стоимости в модели исследования. Переменные могут быть не учтены моделью тогда, когда независимые переменные достаточно сложно измерить количественно, или существуют ненаблюдаемые детерминанты стоимости компании. Не смотря на некоторые различия, полученная регрессионная модель является значимой (R -квадрат равен 0,80) и позволяет получать достаточно достоверные оценки акционерной стоимости публичных компаний.

При этом можно выделить следующие варианты такой оценки:

прогнозирование величины капитализации компаний, планирующих осуществить первичное размещение акций;

оценка рыночной стоимости компании, осуществляемая в рамках экспресс-оценки стоимости бизнеса.

Использование моделей, полученных в ходе настоящего исследования для оценки рыночной стоимости компании, представляется весьма перспективным в рамках оценки рыночной стоимости компании, проводимой как независимым оценщиком, так и самой компанией.

Научный руководитель: Л. А. Раменская,
кандидат экономических наук, доцент

Корпоративные финансы

А. А. Аммосова

Казанский федеральный университет, г. Казань

Управление структурой капитала компании на развивающихся рынках

Аннотация. Одной из центральных проблем управления компанией является выбор источников финансирования ее деятельности и их оптимальное соотношение. Проведен эмпирический анализ детерминант структуры капитала, специфичных для отечественных компаний. Анализ проводился по данным отчетности 4 500 российских компаний за 2015 г., составленной в соответствии с российскими стандартами бухгалтерской отчетности. Результаты эконометрического моделирования позволили идентифицировать факторы, характерные для компаний, осуществляющих деятельность на формирующемся финансовом рынке.

Ключевые слова: структура капитала; детерминант структуры капитала; финансовый леверидж; российская компания; политика финансирования компании.

В условиях экономической нестабильности и санкционного давления управление структурой капитала выступает одним из наиболее значимых инструментов повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости российских компаний. При этом эффективное управление структурой капитала в современных условиях возможно лишь на основе выявления и эмпирического обоснования основных детерминант, определяющих соотношение различных источников финансирования.

В рамках проведенного исследования была сделана попытка эмпирически выявить детерминанты, определяющие формирование структуры капитала, а также установить характер их влияния. Ввиду того, что работа основывалась на балансовых данных, в качестве зависимой переменной использовалась одна из модификаций финансового левериджа компании, характеризующая долю совокупных обязательств в активах компании. На наш взгляд данный показатель наиболее точно отражает уровень долговой нагрузки компании. Исследования зарубежных авторов послужили базисом для выбора основных детерминант, а проведенный впоследствии корреляционный анализ позволил сузить круг переменных до наиболее значимых факторов. Таким образом, в основе исследования лежала зависимость финансового левериджа от ряда показателей, таких, как размер компании, структура активов, рентабельность активов, ликвидность и доля чистой прибыли в совокупных активах компании.

Основой исследования послужили балансовые данные 4 500 российских компаний за 2015 г., выручка от продаж которых составила более 1 000 000 000 рублей за рассматриваемый период. В целях исследования был сформулирован ряд гипотез:

H₁: для российских компаний традиционные факторы структуры капитала значимы;

H₂: финансовый леверидж возрастает с ростом размеров компании;

H₃: существует обратная зависимость между уровнем рентабельности и финансовым левериджем компании;

H₄: существует прямая зависимость между долей материальных активов и уровнем финансового левериджа.

В рамках анализа детерминант исследование проводилось на основании уравнения регрессии; полученные значения коэффициента множественной детерминации, частного F-критерия и t-критерия Стьюдента позволяют идентифицировать модель и все исследуемые факторы как статистически значимые. Вследствие подтверждения статистической значимости всех детерминант, используемых в модели, можно делать вывод о справедливости первой гипотезы, то есть традиционные факторы оказывают влияние на уровень долговой нагрузки российских компаний. Результаты тестирования детерминант позволяют сделать вывод о наиболее тесной обратной связи финансового левериджа с показателем доли чистой прибыли в совокупных активах, обоснованием чего служит допущение о приверженности отечественных компаний к финансированию за счет собственных средств. Другими словами, выяснилось, что чем больше посленалоговый доход компании, тем меньше происходит привлечения заемных средств.

Следует отметить также отклонение гипотезы о прямой зависимости структуры активов и финансового левериджа. В действительности, на российском рынке прослеживается тенденция снижения доли заемного финансирования при соответствующем увеличении доли материальных активов в совокупных активах компании. Неоднозначность влияния данного фактора прослеживается в работах отечественных и зарубежных авторов, как на развитых, так и на развивающихся рынках.

Рентабельность активов, как менее значимая детерминанта, чем доля внеоборотных активов в совокупных активах компании, с одной стороны, позволяет привлекать больший объем заемных средств, а с другой, позволяет компании финансировать деятельность за счет собственных средств. В нашем исследовании прослеживается прямая зависимость финансового левериджа и рентабельности активов, что отвергает выдвинутую гипотезу о их обратной зависимости.

Проведенный эмпирический анализ также показал обратную связь между размером компании (в нашем исследовании в качестве данной переменной использовался логарифм совокупных активов) и финансовым левериджем, что отвергает гипотезу № 2. Выдвигая гипотезу о их прямой связи, мы основывались на предположении, что крупным компаниям легче получить достаточно большой объем заемного финансирования ввиду возможности использования более качественного залога, более высокого кредитного рейтинга, большей надежности и т.п. Но для российского рынка характерным признаком является участие государства в капитале компаний, соответственно, крупные компании на развивающихся рынках могут получать значительную государственную поддержку, так как размер компании служит своего рода индикатором ее стабильности и финансового благополучия.

Наименьшее влияние на уровень долговой нагрузки оказывает коэффициент ликвидности. Обоснованием обратной связи может служить то, что показатель ликвидности в знаменателе содержит показатель краткосрочных заемных средств, соответственно при его увеличении происходит уменьшение коэффициента ликвидности, а общая долговая нагрузка компании увеличивается.

Таким образом, можно сказать, что основные детерминанты, проверенные нами в отношении влияния на финансовый леверидж российских компаний, действительно объясняют некоторые закономерности и соответствие управления структурой капитала компании на отечественном рынке основополагающим теориям формирования структуры капитала. Это предполагает возможности эффективного их использования в целях управления структурой источников формирования фондов, а также максимизации рыночной стоимости бизнеса.

Научный руководитель: А. Б. Анкудинов,
кандидат физико-математических наук, доцент

П. Д. Батьянов

Самарский государственный медицинский университет, г. Самара

Оценка показателей инвестиционного потенциала предприятий сектора «Здравоохранение»

Аннотация. Работа посвящена способам оценки инвестиционного потенциала предприятия. Рассматриваются процесс работы менеджеров инвестиционных компаний, понятия «инвестиционный потенциал» и «драйвер развития компании», а также фундаментальные характеристики компаний. Проанализирована корпоративная финансовая отчетность американских

компаний сектора «Здравоохранение», выявляются и сравниваются показатели инвестиционного потенциала компаний «Pfizer Inc.», «Amgen Inc.» и «Akorn Inc.».

Ключевые слова: инвестиция; инвестиционный потенциал; показатели инвестиционного потенциала; фундаментальный анализ; корпоративная финансовая отчетность; финансовая устойчивость; здравоохранение; Pfizer Inc.; Amgen Inc.; Akorn Inc.

Цель данной работы – вывести объективный метод оценки показателей инвестиционного потенциала предприятия и применить его к публичным компаниям из сектора «Здравоохранение».

Поставив цель данной работы, можно выделить следующие задачи: Изучить понятие «инвестиционный потенциал предприятия»; Выявить и изучить показатели предприятий, которые могли бы свидетельствовать об их инвестиционном потенциале; Проанализировать крупнейшие компании сектора «Здравоохранение» на предмет инвестиционного потенциала в данный момент времени, а также выявить среди них компанию с самым большим инвестиционным потенциалом.

Объект исследования – показатели инвестиционного потенциала американских компаний сектора «Здравоохранение», таких как «Pfizer Inc.», «Amgen Inc.» и «Akorn Inc.». Предмет исследования – способ оценки показателей инвестиционного потенциала предприятия.

Применялись такие методы исследования в области менеджмента как эмпирический, аналитический и обобщающий.

Теоретически инвестиционный потенциал предприятия представляет собой совокупность стратегических предпосылок и факторов для его устойчивого развития, способности долгосрочно получать прибыль в будущем, в том числе за счет привлечения сторонних инвестиций в виде внесения в уставной капитал организации денежных средств, выпуска ценных бумаг т. д.

К основным количественным показателям инвестиционного потенциала компании можно отнести годовую и квартальную динамику: чистой прибыли (англ. Net Income) в денежном выражении (должна быть положительной и расти); чистого денежного потока (англ. Net Cash Flow) в денежном выражении (должна быть положительной и расти); рентабельности собственных средств компании (англ. ROE), % (должна быть положительной и не падать); рентабельности активов (англ. ROA), % (должна быть положительной и не падать); Рентабельности инвестиций (англ. ROI), в %. (должна быть положительной и не падать); операционной маржи (англ. Operating Margin), % (должна быть положительной и не падать); чистой маржи (англ. Net Profit Margin), % (должна быть положительной и не падать); срочной ликвидности (англ. Quick Ratio) (должна быть положительной и не па-

дать); доли рынка, % (должна расти); количества конкурирующих компаний (должна падать или не расти).

К качественным показателям инвестиционного потенциала относят такие параметры, как маркетинговая стратегия компании (умение продавать свои продукты), отношение потребителей к производимой компанией продукции (умение продукции быть привлекательной на фоне продукции конкурентов не только за счет более низких цен), качество управления топ-менеджерами компании (умение выбирать правильный курс развития компании и выстроить грамотную структуру организации), а также доверие потребителей к самой компании. Качественные характеристики инвестиционного потенциала предприятия оценить гораздо сложнее, чем количественные, поскольку необходимо иметь не только доступ к финансовой отчетности компании, но знать о компании почти столько же, сколько и люди, которые ей руководят.

Говоря о компаниях сектора «Здравоохранение», драйверами роста в этой отрасли в основном служат инновационные разработки, которые позволяют наиболее эффективным и комфортным образом удовлетворить нужды потребителей, а также их эффективная розничная и оптовая реализация, повышающийся мировой спрос на медицинские и фармацевтические продукты, монопольное положение компании в своем сегменте рынка, позволяющее ей диктовать цены на производимую продукцию.

Важным компонентом инвестиционного потенциала компании является ее финансовая устойчивость. При анализе финансовой устойчивости компании необходимо искать возможности предприятия увеличивать собственную способность получать прибыль за счет реинвестирования в себя полученной прибыли. То есть, компания не должна «продать» заработанные деньги.

Наиболее важными критериями финансовой устойчивости компании являются: Соотношение долга и собственных средств компании меньше 1; краткосрочные долги составляют менее 50% всего долга; при наличии краткосрочного долга необходимо наличие положительной срочной ликвидности; рентабельность собственных средств больше безрисковой ставки (учетной ставки ЦБ, государственных облигаций, банковских депозитов); присутствует драйвер для роста компании.

Проанализировав вышеперечисленные показатели инвестиционного потенциала американских компаний Pfizer Inc. (NYSE: PFE – Фармацевтика), Amgen Inc. (NASDAQ: AMGN – Биотехнологии) и Akorn Inc. (NASDAQ: AKRX – Препараты-дженерики) на основе данных их публичных корпоративных финансовых отчетностей за по-

следние 4 года и корпоративных новостей информационных агентств, можно прийти к выводу, что всем этим компаниям есть куда расти и развиваться, ввиду внушительных драйверов роста. Однако если учесть качество руководства компании, выраженное в доходах этих компаний за последние 4 года, показатели их финансовой устойчивости, специфику отрасли, выраженную в операционных расходах, доли уже занятых рынков и свободных ниш, то можно сделать вывод, что относительно небольшой, но крайне быстрорастущий производитель препаратов-дженериков Akorn Inc. имеет больший инвестиционный потенциал для менеджера инвестиционной компании, чем фармацевтический гигант Pfizer Inc. и крупная биотехнологическая компания Amgen Inc.

Отвечая на вопрос «Как менеджеру инвестиционной компании оценить инвестиционный потенциал предприятия и осуществить обоснованное вложение денежных средств в данную компанию?», нужно сказать, что необходимо провести анализ следующих характеристик компании: Количественных показателей инвестиционного потенциала (на основе данных корпоративной финансовой отчетности компании); Качественных показателей инвестиционного потенциала (на основе данных информационно-аналитических агентств и информационного фона компании); Финансовой устойчивости (на основе данных корпоративной финансовой отчетности компании и информационно-аналитических агентств).

Следует отметить, что осуществление инвестиций в компанию Akorn Inc. возможно двумя способами – прямым или косвенным. Фонды прямых инвестиций (например, американский Blackstone Group L. P. Стивена Шварцмана), предлагают собственникам компании свои деньги, в обмен на их долю в компании, при условии, что владельцы потратят инвестированные в них деньги на расширение производства, укрепление финансовой устойчивости их фирмы, и т. д. Т.е. вольют эти деньги в свой бизнес. В этом случае, деньги инвестора окажут прямую помощь предприятию.

Есть и второй способ осуществить инвестицию в предприятие – косвенный. Инвестор может приобрести акции этой фирмы у «розничных» трейдеров на фондовой площадке (в данном случае это NASDAQ), воспользовавшись услугами брокерской компании (Открытие Брокер, Финам, БКС, United Traders). Однако после этого, деньги инвестора уйдут не на баланс интересующей нас компании, а тем физическим или юридическим лицам, у которых инвестор приобрел акции. Такой способ используют многие инвестиционные (BlackRock Inc. Лари Финка, Berkshire Hathaway Inc. Уоррена Баффета) и хеджевые фонды (Third Point LLC. Дэниела Леба, Pershing Square

Capital Management L. P. Билла Акмана, Icahn Associates Holding LLC. Карла Айкана и т. д.), которые стремятся либо получить контроль над компанией, либо собираются играть на измени цен ее акций.

В России поиск менеджерами инвестиционных компаний возможностей инвестиций в предприятия с высоким инвестиционным потенциалом в секторе «Здравоохранение» связан с множеством трудностей, так как этот сектор ограничен факторами, снижающими его инвестиционную привлекательность: административные и бюрократические барьеры, отсутствие платежеспособного спроса, сильная конкуренция со стороны государственной медицины.

Научные руководители: А. С. Майорская;
А. Р. Сараев,
кандидат медицинских наук, доцент

А. С. Бирюкова

Самарский государственный медицинский университет, г. Самара

Инвестиции в инновации: особенности инвестирования инновационных проектов в сфере здравоохранения

Аннотация. Рассмотрены актуальные особенности развития инвестирования в инновационные проекты в сфере здравоохранения. Существуют направления, которые популярны среди инвесторов, но есть и те, в которых окупаемость проектов несоразмерна с вложенными средствами. Исследован алгоритм действий для привлечения инвестора, в частности, проанализированы особенности определения успеха разработки в отрасли здравоохранения.

Ключевые слова: инновация; инвестирование инновационных проектов; здравоохранение.

Современная экономическая ситуация в Российской Федерации предполагает быстрое и качественное проникновение на рынок новых, зачастую инновационных решений в различных областях науки. Но главная проблема, которая препятствует данному процессу, – невозможность своевременного финансирования бизнес-идеи уже на начальном этапе ее претворения.

Существует целая инфраструктура по «взращиванию» инноваций, где их готовят к представлению на рынок. Но отдельной проблемой становится инвестирование инновационных проектов, особенно в социально ориентированных сферах.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что интерес к механизмам инвестирования инновационных проектов становит-

ся более очевидным, так как они способствуют проведению быстрой модернизации в различных областях науки, в частности в системе здравоохранения.

Цель исследования – изучение особенностей инвестирования инновационных проектов в здравоохранении и перспективы их развития.

Сфера медицины подходит для реализации успешных и порой новаторских управленческих решений. Также несомненным плюсом данной отрасли является повышение авторитета компании на рынке, а значит и усиление ее позиций в долгосрочной перспективе, и облегчение конкуренции в дальнейшем времени.

Успех ведения бизнеса в медицинской сфере зависит от нескольких составляющих:

1) изучение специфики отрасли медицины, куда будут направлены инвестиции, ее особенностей – провести ее полноценный анализ, чтобы точно определить ведущие направления развития и выделить те недостатки, на которые стоит обратить внимание с целью обезопасить себя от возможных рисков:

2) нематериальный характер медицинской услуги – данное свойство предполагает проведение тщательной работы по созданию положительного образа для будущего потребителя;

3) медицинская услуга как любой вид социально ориентированной услуги подразумевает собой возможные дополнительные расходы для ее оказания и продвижения, создания качественного сервиса.

Наиболее привлекательными направлениями для инвестиций в сфере здравоохранения являются информационные технологии и биотехнологии. Данный сектор имеет поддержку государственных структур – так, были приняты программы и инвестиционные стратегии, направленные на поддержание развития биотехнологий, различные институты развития также уделяют этому сектору большое внимание.

Наименее привлекательным направлением инвестирования является создание инновационных биофармацевтических препаратов. Инвесторы опасаются вкладывать в данную сферу, и эта ситуация обусловлена высокими рисками, связанными с процессом производства, длительными сроками окупаемости, отсутствием налаженной системы гарантированного сбыта продукции, неразвитой исследовательской инфраструктурой.

Для поддержки инновационных исследований в сфере здравоохранения существуют несколько венчурных фондов, ведущим из которых является Биофонд РВК, стратегической целью которого является формирование в России системы инновационных фармацевтических

компаний путем внедрения в практику рыночных методов инвестиционного и финансового сотрудничества, инновационных методов управления. Инвестиции выделяются на создание, производство и коммерческое продвижение инновационного продукта.

В портфеле фонда находится 15 проектов, среди которых: создание центра биомедицинских и доклинических исследований лекарственных препаратов на территории инновационного центра Фонда «Сколково», а также разработка и коммерциализация экзоскелета «ЭкзоАтлет», созданного для реабилитации и социальной адаптации пациентов, с локомоторными нарушениями нижних конечностей, являющимися последствиями травм, операций, заболеваний опорно-двигательного аппарата или нервной системы.

Отрасль здравоохранения в целом можно назвать привлекательной для инвестирования в инновационные технологии. Этому способствуют такие факторы как стимулирование создания инновационных проектов для удовлетворения потребностей в эффективном лечении пациентов (например, в хирургии), их социальная направленность, достойная поддержка венчурными профильными фондами, создание ими необходимой инфраструктуры.

Но наравне с этим существуют такие факторы, которые отталкивают потенциальных инвесторов:

1) высокий уровень затрат, требуемый для создания продукта, его клинических и доклинических испытаний и его дальнейшей коммерциализации, а также логистических издержек;

2) окупаемость лекарственных препаратов происходит не самыми быстрыми темпами, потребуются не один год, чтобы прибыль от реализации полностью покрыла издержки процессов создания и вывода продукта на рынок.

3) длительная и дорогостоящая процедура лицензирования разработки.

4) высокая зависимость от импорта, а, следовательно, данная отрасль подвержена влиянию на нее макроэкономических событий и политической ситуации.

В то же время, развитие отрасли тормозят такие факторы, как устаревшая промышленная база, отсутствие системы лекарственного страхования. Это создает проблему в производстве инновационных препаратов в среднесрочной перспективе.

Также в сфере медицины для развития экспорта высокотехнологичной продукции необходимо провести ревизию отраслевых стандартов и анализ целесообразности их гармонизации с международными

стандартами для облегчения доступа российских производителей на зарубежные рынки.

Научные руководители: А. Р. Сараев,
кандидат медицинских наук, доцент;
А. С. Майорская

О. О. Бородина, К. Ю. Межекова, Е. Р. Сибатогова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Финансовая архитектура корпоративного сектора и ее инвестиционная привлекательность

Аннотация. Дано определение финансовой архитектуры, дан анализ деятельности ведущих российских корпораций с государственным участием различных отраслей хозяйствования с целью выявления их роли в развитии мировой финансовой архитектуры.

Ключевые слова: мировая финансовая архитектура; инвестиционная привлекательность.

Развитие мировой финансовой архитектуры в условиях глобальных дисбалансов и политических конфликтов является актуальной на сегодняшний день проблемой. Реформирование и разработка эффективной модели мировой финансовой архитектуры представляет собой сложный процесс, включающий в себя одновременное совершенствование национальных финансовых рынков, в том числе корпоративного сектора как элемента, имеющего значительное влияние на состояние как национальной, так и мировой финансовой системы [3].

Решением глобальных и национальных проблем может стать модернизация и создание эффективных финансовых архитектур корпораций. Успешное формирование элементов архитектуры и оценка их влияния на финансовое состояние компании является главным фактором в установлении внутренних и внешних экономических связей. Устойчивость и стабильность корпоративного сектора заключается в основных финансовых результатах любой компании. Рост базовых финансово-экономических показателей создает инвестиционные возможности и позволяет расширить масштабы действий, присутствия компаний на национальных и международных финансовых рынках.

Финансовая архитектура как институциональная матрица финансовой системы, которая определяет функциональные взаимосвязи и формирует структуру элементов, выступает особой, постоянно обновляемой базисной основой финансовой системы. Финансовая архитектура является специфичным объектом и подлежит радикальным изменениям из-за таких факторов, как время и пространство [2, с. 344].

На сегодняшний день мировая финансовая архитектура имеет множество дефиниций, ряд принципов и функций, а также подразделяется на уровни.

Наиболее полное определение понятия «мировая финансовая архитектура», на наш взгляд, дает ученый Н. Г. Вовченко. По его мнению, мировая финансовая архитектура (далее – МФА) – это совокупность экономических отношений, с помощью которых определяются принципы построения мировой финансовой системы и национальных финансовых систем, а также финансовые институты, на основе которых строятся национальные и мировые финансовые системы.

Рассмотрим основные группы институтов МФА (элементы), которые выделяются с точки зрения ее функциональных особенностей (см. рисунок).



Составные компоненты мировой финансовой архитектуры и их функции

Существует иная точка зрения на элементы, входящие в структуру финансовой архитектуры мира. Также принято считать базовыми элементами МФА валютно-финансовую систему, центры ликвидности (МФЦ), институты регулирования в лице различных наднациональных финансово-кредитных институтов (МВФ, МБРР, ВБ и др.), которые определяют вектор развития мировой финансовой системы и поддерживают как ее стабильность, так и ее реформирование в условиях различных институциональных изменений. Кроме того, к числу ключевых структурных элементов МФА, в том числе несущих регулятив-

ные функции, относятся различные региональные межправительственные организации стран (ЕС, АСЕАН, МЕРКОСУР и др.), а также межгосударственные союзы по широкому спектру интересов (экономических, политических, социальных и др.), например, БРИКС. Данные элементы характеризуют направление и количественные параметры изменения финансового капитала в рамках продолжающихся центростремительных тенденций в международном экономическом пространстве.

Ввиду того, что в настоящее время на мировом рынке появляются транснациональные компании, которые осуществляют свою деятельность по всему миру, вносят огромный вклад в развитие не только отдельных стран, но и мировой экономики в целом, невозможно рассматривать их в отрыве от международной финансовой архитектуры. Кроме того, деятельность данных корпораций оказывает значительное влияние еще и на взаимодействие национальных финансовых систем друг с другом. Именно поэтому важным элементом мировой финансовой архитектуры является корпоративная финансовая архитектура.

Рассматривая структуру корпоративного сектора и отдельных компаний как фактор влияния на степень развития мировой финансовой системы и ее стабильность, следует, в первую очередь, раскрыть понятие «финансовая архитектура корпоративного сектора».

Согласно С. Майерсу, корпоративная финансовая архитектура – это финансовый дизайн бизнеса, который охватывает следующие элементы: собственность, организационно-правовую форму, стимулы, способы финансирования и распределение рисков между инвесторами, т. е. перестрахование [1, с. 221].

Если рассматривать финансовую архитектуру компании как ее инвестиционные возможности, то эффект от деятельности компании на национальный финансовый рынок будет определяться инвестиционной активностью, привлекательностью компании и ее конкурентоспособностью на страновом и международном рынках [4].

Авторами был произведен анализ деятельности ведущих российских корпораций с государственным участием различных отраслей хозяйствования с целью выявления их роли в развитии мировой финансовой архитектуры.

Рассматривая вопрос эффективности финансовой архитектуры компании, необходимо проанализировать ее влияние на состояние финансово-экономических результатов ведущих российских корпораций, так как именно они являются драйверами процесса интеграции как корпоративного сектора, так и российского финансового рынка в мировую финансовую архитектуру.

Для анализа авторами были выбраны следующие компании из нефтяной, банковской и алмазной отраслей: ПАО НК «Роснефть», ПАО «Сбербанк», АК «АЛРОСА». Данные корпорации являются лидерами в своих отраслях в рамках российского рынка. Основным акционером данных корпораций является государство.

Для определения влияния финансовых результатов деятельности компаний на экономику в целом были взяты такие показатели, как выручка от реализации, чистая прибыль и чистая прибыль на одну акцию. Затем был оценен вклад компаний в виде дивидендных выплат в бюджет, что составило 1,9% всех доходов бюджета.

Вклад деятельности корпораций в экономическое развитие государства является существенным, что, в свою очередь, способствует укреплению позиций российского финансового рынка на мировом уровне. Это лишний раз доказывает, что корпоративный сектор следует рассматривать в структуре мировой финансовой архитектуры как самостоятельный и значимый ее элемент.

Библиографический список

1. *Горцева Н. В.* Финансовая архитектура российских групп компаний // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 1-2(61).
2. *Котелкин С. В.* Международные финансы: учебник. М.: Магистр, ИНФРА-М, 2016.
3. *Реформирование* мировой финансовой архитектуры и российский финансовый рынок / Е.А. Звонова, М.В. Ершов и др. М.: РУСАЙНС, 2016.
4. *Трифонов Д. С.* Структурные изменения современной мировой финансовой архитектуры // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 6(140).

Научный руководитель: Т. В. Решетникова,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Волошина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Финансовые аспекты функционирования холдинга как формы корпоративного объединения

Аннотация. Холдинги являются разновидностью корпоративных объединений, позволяющей корпорации улучшать показатели финансовой деятельности и увеличивать долю на рынках предлагаемого товара. В современной экономике крупный бизнес занимает ведущую роль, создавая основной оборот на рынке товаров. Создавая корпоративные объединения, корпорации используют весь потенциал участников объединения для максимизации

прибыли и выхода на международные рынки. Холдинг в современных условиях является одной из самых успешных форм объединения за счет своей интеграции и функционирования участников с помощью материнской компании.

Ключевые слова: холдинг; экономика; корпорация.

В современной экономике значимую роль играют крупные корпорации, производя большую массу продукции на рынках. Так же корпорации имеют больший потенциал и более широкие возможности для выхода на мировые рынки¹. Деятельность транснациональных компаний выходит за рамки одной национальной экономики и распространяется на экономику нескольких стран. В современных условиях корпорация представляет собой объединение юридических лиц хозяйствующих субъектов в единую группу участников, которые вступают в согласованные организационно-экономические и управленческие отношения, по поводу формирования и использования акционерной собственности для достижения желаемого результата как синергетического эффекта интеграционного взаимодействия. Как правило, корпорации представляют собой комплекс объединений различных сфер деятельности: промышленной, коммерческой, научно-технической, маркетинговой, сбытовой и функционируют на базе разработки и реализации согласованной политики в области специализации, интеграции производства и капитала, раздела рынков сбыта, кооперирования в сфере НИОКР².

В настоящее время в экономическом развитии России прослеживается этап преимущественной интеграции предприятий. Образуются различные предпринимательские объединения от транснациональных титанов до небольших объединений – материнских и дочерних компаний. Некоторые из них появились путем приватизации или дробления предприятий с контролем государства, другие создаются путем создания договорной формы кооперации коммерческих объединений [1].

В современных условиях более успешными в своем функционировании выступают такие формы объединений, как холдинги и концерны. Объединяются в холдинги могут промышленные предприятия, торговые, транспортные и т. д. [2].

Холдинг подразумевает объединение предприятий, в котором материнская компания имеет контрольный пакет акций, входящих в эту группу компаний, а так же выполняет по отношению к внутренним компаниям регулирующую и контролирующую функцию.

В современных условиях рыночной экономики холдинги выступают более эффективными видами корпорации. Холдинги имеют спе-

¹ ФАС, федеральная антимонопольная служба. URL: <http://fas.gov.ru>.

² Энциклопедия экономиста. URL: <http://www.grandars.ru>.

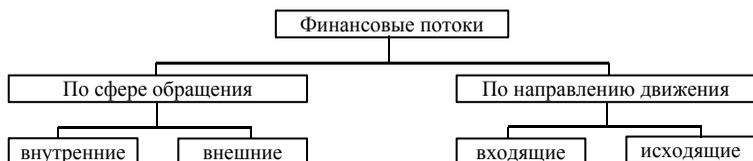
цификацию работы на нескольких рынках одновременно и переориентации в момент функционирования компании.

Финансовыми потоками холдинга управляет, как правило, материнская компания, для этого в корпорациях создаются отделы для поддержки бизнеса, что способствует своевременному распространению информации и незамедлительного реагирования правления компании.

Благодаря объединению нескольких компаний, финансовые потоки холдинга более сбалансированы, что способствует более эффективному функционированию холдинга. При анализе финансовых потоков холдинга следует избегать детализации финансовых потоков по видам хозяйственной деятельности, в первую очередь в силу различия вида деятельности предприятий, вследствие чего возникают различные стандарты в отчетности [3].

Таким образом, финансовые потоки внутри холдинга можно классифицировать по нескольким признакам.

В работе рассмотрена деятельность ПАО «СИБУР», как формы корпоративного объединения с точки зрения финансового аспекта. Проведен анализ финансовых потоков, согласно рисунку.



Классификация финансовых потоков холдинга¹

Корпорация ПАО «СИБУР» является одной из крупнейших компаний нефтехимической отрасли в России².

ПАО «СИБУР» является практически индивидуальным вертикально интегрированным холдингом в своем роде. Во-первых, вертикальная интеграция холдинга позволяет снизить затраты на производственный процесс. Во-вторых, широкая направленность холдинга, позволяет ему присутствовать на нескольких ранках одновременно и менять основной вид направления в зависимости от сложившихся обстоятельств³.

¹ Составлено по: [2], а также на основе Федерального закона от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ. «Об акционерных обществах».

² Энциклопедия экономиста. URL: <http://www.grandars.ru>.

³ СИБУР-холдинг, отчетность по МФСО за 2014–2016 гг., сведения о компании. URL: <https://www.sibur.ru>.

Таким образом, за исследуемый период мы наблюдаем ситуацию смены основной отрасли работы корпорации. В силу сильной конкуренции на рынке газодобычи в лице Газпрома, холдинг сменил ведущую отрасль на нефтехимическую. Такой переход позволил занять большую долю на рынке и как следствие повысить прибыль компании.

Несмотря на затраты, связанные со сменой профиля, холдинг по окончании 2016 г. показал положительные финансовые результаты, и занял ведущую позицию на рынке химических и нефтехимических процессов.

Анализ ПАО «СИБУР» способствовал выявлению ключевых проблем и перспектив холдингов, как формы корпорации в Российской Федерации¹.

Холдинг является одной из самых перспективных форм корпоративного образования в силу своей степени интеграции и широкого охвата отраслей.

Библиографический список

1. *Англинова Л. Н.* Пути сохранения и совершенствования холдинговой структуры организации в условиях современного российского рынка // Петербургский экономический журнал. 2016. № 1.

2. *Медынский В. Г.* Инновационный менеджмент: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2015.

3. *Никитина Н. В., Янов В. В.* Корпоративные финансы: учеб. пособие. 3-е изд., стер. М.: КноРус, 2015.

Научный руководитель: Т. А. Чилимова,
доцент

Е. П. Жаркова

Нижегородский филиал НИУ «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород

Оценка эффективности и рискованности капитальных вложений коммерческих организаций

Аннотация. Составлен алгоритм выбора наиболее привлекательного способа капитального вложения. Апробирование алгоритма происходит на конкретном капитальном вложении в токарное оборудование авиапромышленной организацией. При этом используются различные математические и статистические методы анализа, что позволило получить точный результат исследования.

¹ *СИБУР-холдинг*, отчетность по МФСО за 2014–2016 гг., сведения о компании.
URL: <https://www.sibur.ru>.

Ключевые слова: капитальное вложение; инвестиция; коммерческая организация; основные средства; эффективность; риск.

Капитальные вложения являются фундаментальным инструментом экономического развития любой коммерческой организации. Данные вложения, в свою очередь, требуют особого контроля со стороны руководства организации, в том числе оценки эффективности и рискованности осуществляемых вложений. В настоящее время не существует установленных форм данного процесса, что влияет на принятие своевременных эффективных решений по осуществлению капитальных вложений [3].

В связи с этим, актуальность рассматриваемых в работе вопросов обусловлена тем, что каждая коммерческая организация, особенно промышленная, использующая основные средства в своей деятельности, каждый раз нуждается в решении таких важных вопросов, как необходимость, эффективность, рискованность, каков ожидаемый результат вложений и с помощью каких средств данные вложения следует осуществлять.

Целью данной работы является предложить алгоритм оценки эффективности и рискованности капитальных вложений и апробировать данный алгоритм на конкретной коммерческой организации.

На основе анализа трудов В. Г. Бойкова [1], М. В. Кангро, Л. М. Теслюк [4], В. В. Коссова [2], а также J. H. Hall [5] и др. были выделены методы оценки эффективности и рискованности капитальных вложений, которые помогают получить наиболее точный и наглядный результат. Стоит заметить, что ни в одном источнике не дается комплексный анализ рассматриваемой проблематики, а также отсутствует подробная шкала перевода вероятностей в риск вложения, что в дальнейшем будет решено при исследовании. В работе используются такие методы исследования, как сравнительный анализ, моделирование, сценарный анализ, лексикографический метод, метод «смещенного идеала» и метод «Монте-Карло» [1].

Впоследствии синтеза и модификации, описанных в литературе методик, составлено дерево этапов нахождения наиболее привлекательного способа капитального вложения для коммерческой организации. Данное дерево является предлагаемым алгоритмом при принятии инвестиционного решения, который в основной части работы апробируется на примере предприятия, типичного представителя авиационной отрасли. Необходимо подчеркнуть основное допущение данного исследования, а именно то, что при решении инвестирования с точки зрения капитального проекта не следует основываться только на показателях эффективности, поскольку они раскрывают неполную информацию о возможных результатах. Для комплексного анализа

следует учитывать рискованность, с целью определения целесообразности осуществления вложения.

Составленный алгоритм определения наиболее подходящего вложения включает две ветки, а именно оценку эффективности и оценку рискованности проекта, которые, после детального рассмотрения каждого из них, соединяются воедино для корректировки полученных результатов показателей эффективности на рассчитанный риск осуществления данного вложения.

Рассматриваемый пример капитального вложения в токарное оборудование ПАО «Взлет» анализируется с точки зрения четырех возможных путей инвестирования. Данная выборка оценивается поэтапно согласно предложенному дереву по определенным показателям эффективности и рискованности. Показателям эффективности отнесены ранги на основе условий приведенного примера. Что касается рискованности, в работе данный показатель рассматривается с точки зрения двух составляющих: нештатный риск и риск отклонения показателей эффективности капитального вложения.

Относительно риска отклонения показателей эффективности, в Microsoft Excel была построена модель Монте-Карло для каждого варианта вложения, на основе чего был сделан вывод о том, что лизинг обладает наименьшей вероятностью, а значит и риском нежелательного колебания в показателях эффективности.

Следующим стоит отметить, что наибольший интерес при оценке рискованности представляет составление возможных нештатных рисков, поскольку именно эта часть оценки полностью зависит от субъективного мнения эксперта. Нештатный риск зависит от рода и вида деятельности предприятия, а также вида осуществляемого вложения. Таким образом, в данной работе был представлен пример возможных рисков, а также расставлены относительные величины понесенного ущерба, связанные с вложением в токарное оборудование авиапромышленной организации. По окончании, сделан вывод о том, что при лизинге нештатный риск принимает наибольшее значение. Необходимо еще раз акцентировать внимание на том, что расстановка нештатных рисков полностью зависит от конкретной ситуации и точки зрения аналитика.

В результате проведенного исследования было выявлено, что осуществление капитального вложения в токарное оборудование для ПАО «Взлет» при заданных условиях будет являться наиболее эффективным при хозяйственном способе вложения. Кроме этого, был сделан вывод о том, что наименее предпочтительным путем вложения является реконструкция старого оборудования. Во-первых, показатели эффективности для хозяйственного способа занимают лидирующие

позиции по сравнению с остальными вариантами. Во-вторых, риск возникновения отклонения показателей эффективности и нестандартный риск при хозяйственном способе считается средним среди остальных вариантов. Необходимо также отметить, что подрядный способ осуществления вложения в токарное оборудование является вторым с точки зрения капитального вложения, что также дает право на существование данного варианта вложения, но с меньшей эффективностью.

Следовательно, разработанный в данной исследовательской работе алгоритм несет в себе практическое значение и приводит к экономически обоснованному заключению о привлекательности капитального вложения. Данную методику можно использовать на производственных предприятиях с целью оптимизации оценки вариантов вложений, в том числе и в основные средства.

В качестве перспектив дальнейшего исследования данной проблематики можно выделить рассмотрение вопроса выбора наиболее привлекательного способа вложения относительно его финансирования (за счет привлеченных или собственных средств) и отражение результатов в отчетности организации.

Библиографический список

1. *Бойкова В. Г.* Метод Монте-Карло оценки рисков инвестиционных проектов // Ученые записки РГСУ. 2010. № 8.
2. *Коссов В. В., Лившиц В. Н., Шахназаров А. Г.* Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. М.: Изд-во «Экономика», 2000.
3. *Лаврухина Н. В.* Сравнительный анализ методов оценки экономической эффективности инвестиций // Теория и практика общественного развития. № 16. 2014.
4. *Теслюк Л. М., Румянцева А. В.* Оценка эффективности инвестиционного проекта: учебное электронное текстовое издание / под ред. М.В. Березюк. Екатеринбург, 2014.
5. *Hall J. H.* Risk Analysis and Evaluation of Capital Investment Projects // SAJEMS NS. 2001. Vol. 4, no 2.

Научный руководитель: Н. В. Максимова

Н. В. Кочемасова

Университет Иннополис, г. Иннополис, Республика Татарстан

Диверсификация рисков в условиях тяжелохвостного распределения доходности

Аннотация. Проводится оценка степени «тяжести» хвостов распределения однодневной доходности акций 40 российских компаний за период с 1997 по 2017 г., чтобы ответить на принципиально важный вопрос: остаются ли состоятельными выводы портфельной теории о снижении риска портфеля путем его диверсификации в условиях «тяжелохвостного» распределения доходности.

Ключевые слова: финансовый рынок; доходность акций; распределение с тяжелыми хвостами; экстремальные выбросы; эмпирическое исследование.

В основе классических экономических и финансовых моделей, разработанных в период максимально стабильного рынка, в том числе и современной портфельной теории, лежит предпосылка о нормальном распределении случайной величины. Однако многочисленные эмпирические исследования свидетельствуют о том, что распределения многих важных экономических и финансовых показателей не являются нормальными: для них характерны более «тяжелые» хвосты, чем предполагает нормальное распределение. «Тяжелый хвост» подразумевает, что редкие события имеют тенденцию случаться гораздо чаще, чем в случае, если бы случайная величина была распределена согласно нормальному закону. Иначе говоря, аномальные события, которые мы неоднократно наблюдаем на финансовых рынках, согласно нормальному закону распределения являются практически невероятными, однако при распределении с «тяжелыми» хвостами они имеют место быть.

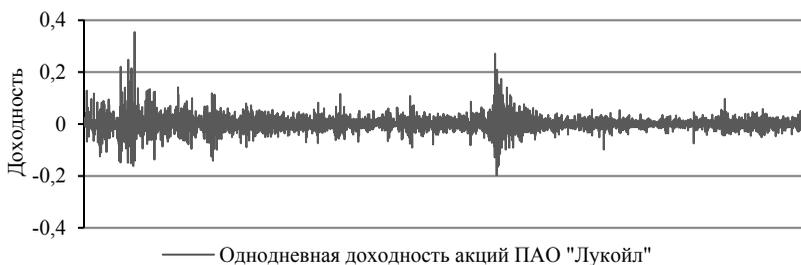
В качестве примера, на рисунке представлен график однодневной доходности акций ПАО «Лукойл» с 1997 по 2017 г. Несложно заметить, что на графике присутствуют экстремальные значения доходностей акции (как положительные, так и отрицательные), что указывает на наличие «тяжелых» хвостов.

Аналогичная картина наблюдается практически для всех российских компаний, отличным является лишь степень «тяжести» хвостов распределения доходности их акций.

Р. Ибрагимовым и соавторами было выявлено, что выводы классических экономических и финансовых моделей являются устойчивыми к предположениям о «тяжелых» хвостах, если индекс «тяжести» хвоста распределения превышает 1 ($\xi > 1$)¹. Однако выводы моделей

¹ *Ibragimov M., Ibragimov R., Walden J. Heavy-tailed distributions and robustness in economics and finance. Springer, 2015. P. 73.*

становятся полностью противоположными при значении индекса «тяжести» хвоста, не превышающем 1 ($\xi < 1$). Таким образом, индекс «тяжести» хвоста распределения, равный 1, является некоторой разделительной границей между устойчивостью и неустойчивостью многих финансовых и экономических моделей к предположению о «тяжелом» хвосте распределения. Применительно к портфельной теории, можно утверждать, что ее рекомендации (в части диверсификации в целях снижения портфельного риска) полезны лишь в том случае, когда индекс «тяжести» хвоста распределения превышает 1, в противном случае, рекомендации данной теории могут, напротив, способствовать увеличению портфельного риска. Следовательно, для получения максимальной выгоды от применения рекомендаций, сформулированных в рамках портфельной теории, важно оценить степень «тяжести» хвостов распределения доходности.



Однодневная доходность акций ПАО «Лукойл» с 1997 по 2017 г.

В данном исследовании была проведена оценка индекса «тяжести» хвоста распределения доходности акций российских компаний по методу оценивания Хилла $\bar{\xi}$ и методу наименьших квадратов (OLS) с использованием «log-log rank-size» регрессии. При этом, оценка проводилась отдельно для положительных и отрицательных значений, так как, безусловно, инвестора, с позиции управления рисками, в большей степени интересует не столько волатильность доходности акции в целом, сколько вероятность получения значительных убытков (т. е. левый хвост распределения).

В рамках проведенного эмпирического анализа использовались данные ММВБ об однодневной доходности акций 40 российских нефинансовых компаний различных секторов экономики за период с 1997 по 2017 г.

Результаты исследования показали, что для распределений доходности акций российских компаний характерны «тяжелые» хвосты,

причем, как правые, так и левые. То есть на финансовом рынке инвестор может не только понести огромные убытки, но так же получить экстремально высокую доходность. При этом, интересно отметить, что «тяжесть» правых хвостов во многих случаях (среди выбранных для анализа компаний) больше «левых». Это говорит о том, что вероятность получения экстремально высоких доходов превышает вероятность получения очень больших убытков.

Левые хвосты распределений доходности акций располагаются в интервале от 1,68 до 3,22, правые – от 1,47 до 3,43, что согласуется с результатами многих недавних исследований, согласно которым, индекс «тяжести» хвоста ξ распределения финансовой доходности в развивающихся экономиках, как правило, лежит в интервале от 2 до 4.

В целом хвосты распределения доходности акций российских компаний являются умеренно «тяжелыми» ($\xi > 1$), что свидетельствует о том, что выводы портфельной теории относительно снижения риска портфеля путем его диверсификации не теряют своей актуальности: диверсификация всегда предпочтительна вне зависимости от количества включаемых в портфель рисков. Однако не стоит забывать о том, что диверсификация при этом все же имеет свой разумный предел. Включение в портфель дополнительных финансовых инструментов влечет за собой возникновение и дополнительных издержек. Доходность такого портфеля может возрастать более медленными темпами, чем издержки, связанные с включением в портфель достаточно большого количества активов. К таким издержкам могут быть отнесены, например, издержки, связанные с поиском информации о ценных бумагах, издержки связанные с ростом числа сделок в связи с включением в портфель более мелких партий большого числа активов. Кроме того, масштабная диверсификация может снижать возможности качественного управления инвестиционным портфелем.

Также результаты исследования показали, что акции некоторых компаний все же имеют крайне высокую волатильность: индексы «тяжести» хвостов распределения их доходности не превышают двух ($\xi < 2$). В данном случае, с математической точки зрения, распределения доходности акций имеют бесконечный второй начальный момент, и соответственно бесконечную дисперсию. Данное обстоятельство создает проблему применимости стандартных статистических и эконометрических методов. В данном случае данные методы следует применять с осторожностью при анализе доходности акций российских компаний, так как они могут привести к неверным выводам. Это является особенно важным в случае, когда значения индексов «тяжести» хвоста распределения приближаются к критической границе устойчивости моделей – к предположению о «тяжелом» хвосте распределения ($\xi = 1$)

либо в том случае, когда они близки к пороговому значению применимости стандартных эконометрических и статистических методов ($\xi = 2$).

Таким образом, моделирование распределений с «тяжелыми» хвостами играет важнейшую роль при оценке вероятности аномальных событий на финансовых рынках. Распределения с «тяжелыми» хвостами являются весьма полезными в аналитическом плане, так как они позволяют смоделировать более медленную скорость убывания хвоста распределения, по сравнению с нормальным распределением. Другими словами, они позволяют смоделировать такие ситуации, в которых появление аномальных событий более вероятно (что соответствует реалиям финансового рынка).

Моделирование распределений с «тяжелыми» хвостами также позволяет оценить степень состоятельности выводов, сформированных в рамках классических экономических и финансовых моделей, а также предполагает большую осторожность инвестора при управлении финансовыми рисками.

Научный руководитель: А. Б. Анкудинов,
кандидат физико-математических наук, доцент

В. М. Мамяшева

*Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета
им. Г. В. Плеханова, г. Уфа*

Анализ рисков и инструменты их хеджирования на примере нескольких компаний отрасли цветной металлургии

Аннотация. Проанализированы основные инструменты оценки рисков и инструменты их хеджирования. Изучена возможность использование фьючерсных контрактов при хеджировании, сделаны выводы.

Ключевые слова: фьючерс; акция; риск; ценные бумаги.

На современном этапе экономике свойственны колебания цен на многие товары. Эта ситуация принимает особенно острый характер в период кризиса. Все заинтересованы в создании механизмов, способных защитить их от негативных последствий.

В деятельности любых компаний существуют риски. Значит, может сложиться так, что в результате операций они получают убыток, из-за изменения цен на актив, с которым осуществляют операции. Сам по себе риск предполагает не только потери, но и возможный выигрыш. Но в основном люди не склонны к риску, и поэтому они согласны отказаться от большей прибыли ради уменьшения риска потерь. Для этих

целей были созданы финансовые инструменты – фьючерсы и опционы, а операции по снижению риска с помощью этих деривативов назвали хеджированием (от англ. hedge – ограничивать). Поэтому проблема оценки рисков и инструменты их хеджирования представляют интерес, как для науки, так и для практики.

Фьючерсный контракт является обязательством покупки или продажи в определенный день некоторого количества активов по оговоренной заранее цене поставки. В основном фьючерсные контракты закрываются прежде даты поставки. Хеджирование – это страхование от неблагоприятных изменений рыночной конъюнктуры. Хеджирование продаж фьючерсного контракта, или короткое хеджирование, используют для страхования от падения цены базисного актива, хеджирование покупкой, или длинное хеджирование, – от ее повышения. Выделяют два основных преимущества хеджирования посредством фьючерсных контрактов: во-первых, здесь фактически отсутствует кредитный риск и, во-вторых, фьючерсные контракты являются чрезвычайно ликвидными. Недостатком являются возможные сложности с формированием оптимального хеджа, поскольку качество инструмента, подлежащего хеджированию, может не соответствовать стандартной спецификации фьючерсного контракта.

Проанализируем использование фьючерсных контрактов при хеджировании. На практике чаще всего используются следующие стратегии:

- хедж «без одного»;
- «ленточный хедж»;
- хедж «свертывающаяся лента»;
- «непрерывный хедж».

В рамках данной работы проанализирован определенный тип портфеля ценных бумаг – отраслевой портфель. В качестве объекта исследования были выбраны крупные компании отрасли цветной металлургии: РУСАЛ (RUAL), Полиметалл (PLML), Норильский никель (GMKN), Полус Золото (PLZL). Вкратце методику составления портфеля по многофакторной модели можно описать следующим образом:

- определение параметров многофакторной модели;
- определение ожидаемой доходности и ковариации для ценных бумаг в рамках многофакторной модели;
- определение параметров риска портфеля;
- определение оптимальных долей ценных бумаг определенных компаний в портфеле.

Целью моделирования портфеля ценных бумаг по данной методике является формирование портфеля с максимальным уровнем доходности при минимально возможном риске.

Для анализа использовались значения (с 01 февраля 2016 г. до 1 марта 2017 г.) и (с 1 марта 2015 г. до 1 марта 2016 г.) котировок акций, которые предполагается включить в портфель, а также факторы, влияющие на котировки – цена за баррель нефти Brent и индекс ММВБ (рис. 1).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Относительные показатели								
2		РУСАЛ (RUAL)	Полиметалл (PLML)	Норильск. Никель (GMKN)	Полос Золото (PLZL)	Цена нефти	Индекс ММВБ		
3	01.02.2016	0,1167	0,1270	0,0330	0,2311	0,0354	0,0310		
4	01.03.2016	-0,0862	0,0478	-0,0483	-0,0481	0,1009	0,0168		
5	01.04.2016	0,0187	0,0442	0,0815	0,2537	0,2154	0,0438		
6	01.05.2016	-0,0457	-0,0528	-0,0724	0,0008	-0,0808	-0,0376		
7	01.06.2016	-0,0030	0,1508	-0,0501	0,0030	-0,0002	-0,0042		
8	01.07.2016	0,1413	0,1021	0,1059	-0,0068	-0,1453	0,0283		
9	01.08.2016	0,0433	-0,0592	0,0134	-0,0137	0,1079	0,0139		
10	01.09.2016	-0,0917	-0,1431	0,0252	-0,0250	0,0428	0,0033		
11	01.10.2016	0,0598	-0,1358	-0,0477	-0,0190	-0,0155	0,0059		
12	01.11.2016	0,1444	-0,1143	0,1099	-0,0318	0,0449	0,0579		
13	01.12.2016	-0,0121	0,0651	-0,0240	0,0401	0,1258	0,0607		
14	01.01.2017	0,3671	0,0838	-0,0487	0,0490	-0,0197	-0,0069		
15	01.02.2017	-0,1999	-0,0014	-0,0330	-0,0426	-0,0020	-0,0819		
16	01.03.2017	0,0540	0,0420	-0,0153	-0,0007	-0,0700	0,0006		

Рис. 1. Котировки акций компаний с 01.02.2016 по 01.03.2017

Следующим шагом необходимо построить регрессионную модель зависимости каждой ценной бумаги от выбранных факторов и спрогнозировать изменение данных показателей (рис. 2).

The screenshot shows the Microsoft Excel interface with the Solver Parameters dialog box open. The dialog is configured to optimize cell \$B\$27. The target value is set to 0. The constraints are defined as \$B\$25 >= 0, \$B\$26 >= 0, and \$C\$25 >= 0. The Solver Parameters dialog is open over a spreadsheet with columns A, B, and C. The spreadsheet contains data for Lockheed Martin and Bombardier, including 'Доля акций в портфеле' (0.5) and 'Общая доходность портфеля' (1.03962425).

Рис. 2. Определение долей акций в портфеле

С помощью полученных данных уже можно рассчитать ожидаемую доходность и риски, как по каждой акции, так и по портфелю в целом. В итоге значения ожидаемой доходности были в пределах от 0,21 до 3,62. Очевидно, что акции с минусовой доходностью не прибыльны, а значит и включать их в портфель нерентабельно. Риски же по акциям – от 6,1 до 13,52. Причем самая доходная акция одновременно является и достаточно рискованной, именно поэтому необходимо составление комбинированного портфеля в целях уменьшения рисков. В результате дальнейшего построения портфеля можно прийти к выводу, что наиболее выгодным будет разделение портфеля в процентном соотношении: 48,1% – Полкис Золото, 38,1% – РУСАЛ, 12,7% – Норильский Никель и 1,1% – Полиметалл.

При этом удалось увеличить доходность портфеля с 9,7 до 10,6% и уменьшить риск с 6,3 до 5,7%. Но ведь риск того, что и эти, самые доходные акции упадут в цене, всегда существует. Поэтому необходимо разработать стратегию хеджирования.

Изучив все возможные варианты стратегий, выявлен самый приемлемый вариант – использование фьючерсных контрактов на инвестиционные индексы РТС. Выше был составлен портфель акций компаний, а сейчас необходимо как минимум избежать потерь при критическом падении стоимости портфеля на 10% (см. таблицу).

Операции с фьючерсами на индекс РТС

Значение индекса РТС	Цена контракта	Действия	Движение средств и финансовый результат
1111,89	64 445	Открытие короткой позиции по 1 фьючерсному контракту на индекс РТС	Внесение в качестве гарантии исполнения обязательств гарантийного обеспечения в размере 6 445 за 1 контракт
1000,70	58 001	Открытие длинной позиции по фьючерсному контракту на индекс РТС	При закрытии позиций на продажу на срочном рынке высвобождаются зарезервированные средства гарантийного обеспечения (5800 р.), доход от операции составляет $(64\,445 - 58\,001) = 6\,444$ р.

За исследуемый период (с 1 февраля 2016 г. до 1 марта 2017 г.) отраслевой портфель приобрел в стоимости примерно 7,19%: с $[(38,1\% \cdot 25,16) + (1,1\% \cdot 689) + (12,7\% \cdot 9142) + (48,1\% \cdot 3\,995)]$ до $[(38,1\% \cdot 30,24) + (1,1\% \cdot 720) + (12,7\% \cdot 9\,169) + (48,1\% \cdot 4447)]$, т. е. с 3 099,8 р. до 3 322,9 р.

Чтобы провести операцию хеджирования необходимо заключить контракт на продажу фьючерса на индекс РТС при его значении 1 111,89. В качестве гарантии исполнения обязательств по фьючерс-

ным контрактам потребуется внести гарантийное обеспечение, исходя из установленного биржей размера – 10% за 1 контракт. То есть для заключения 1 контракта объем необходимого гарантийного обеспечения составит 6 444,5 р. ($1\,111,89 \cdot 57,96 \cdot 10\%$) (см. таблицу).

Затраты на проведение операции составили около 100 р., комиссия брокера составит оценочно 1000 р.

Из всего вышеописанного видно, что операция по «продаже» и последующей «покупке» фьючерсов на индекс позволила получить доход в размере $6\,445 - 1000 - 100 = 5\,345$ р. При падении стоимости портфеля на 10%, т. е. в денежном эквиваленте на 332,3 р. ($3\,322,9 \cdot 10\%$), общий финансовый результат по операциям будет положительным и составит $5345 - (6545 - 6444) - 332 = 4\,912$ р.

А сейчас можно вновь обратиться к началу статьи, где говорилось, что рассматриваться будут два периода для сравнительного анализа изменений в кризисный и посткризисный периоды для российской экономики.

Произведя анализ аналогичным образом, используя исходные значения с 1 апреля 2015 г. до 1 мая 2016 г. можно получить, что на одном из первых этапов исследования РУСАЛ и Норильский Никель выбывают из «конкурса», так как их акции за исследуемый период имели отрицательную тенденцию доходности. В итоге, с помощью встроенной функции «Поиск решений» определились оптимальные доли акций в портфеле: Полиметалл (PLML) – 83,1% и Полнос Золото (PLZL) – 16,9%.

В результате проведения операции хеджирования по описанной выше методике, можно получить, что при падении стоимости портфеля на такие же 10%, т. е. на 142,78 р., можно получить положительный результат в размере $4\,820 - (6\,020 - 5\,921) - 142,78 = 4\,578$ р.

То есть мы смогли получить доход в 4 912 р., вместо убытка 332 р. (если рассматривать период с 1 февраля 2016 г. до 1 марта 2017 г.) и доход в 4 578 р., вместо убытка в 143 р. (если рассматривать период с 1 апреля 2015 г. до 1 мая 2016 г.). В результате проведенного исследования была предложена методика не только построения отраслевого портфеля акций, но и его хеджирования.

Научный руководитель: В. М. Тимирьянова,
кандидат экономических наук, доцент

Управление финансовыми рисками в условиях экстремальных выбросов на валютном рынке

Аннотация. Исследуется характер вероятностного распределения колебаний на валютном рынке России. Статистическое моделирование проводилось на основе данных об официальных валютных курсах доллара США, евро, фунта стерлингов, японской иены, китайского юаня и казахстанского тенге по отношению к рублю за период с 2000 по 2017 г. (для китайского юаня – с 2006 по 2017 г.). Сделан вывод, что экстремальные выбросы на валютном рынке могут происходить как в сторону понижения, так и в сторону повышения курсов перечисленных валют.

Ключевые слова: стоимость компании; валютный риск; тяжелохвостное распределение; экстремальные выбросы.

Любая организация в процессе своей деятельности неизбежно сталкивается с разного рода рисками. Их возникновение является неотъемлемой частью функционирования современного бизнеса, что непосредственно вытекает из самой природы предпринимательской деятельности. Комплекс рисков, с которыми сопряжено ведение бизнеса, достаточно обширен. Особое место в нем занимают финансовые риски, являющиеся одними из наиболее значимых для всех компаний, независимо от их формы собственности, вида деятельности и иных характеристик. При этом в современных условиях значимость финансовых рисков для хозяйствующих субъектов заметно повышается, что определяет объективную необходимость управления данными рисками. Эффективная система финансового риск-менеджмента имеет стратегическое значение для фирмы, поскольку может выступать действенным механизмом корпоративного управления, способствующим сохранению и преумножению акционерной стоимости.

В условиях макроэкономической нестабильности последних лет уровень финансовых рисков российских компаний существенно возрастает. В числе основных причин этого можно выделить наблюдаемую с конца 2014 г. неустойчивость финансового рынка, вызванную, в том числе, высокой волатильностью на валютном рынке. Резкие колебания валютных курсов создают немалую угрозу деятельности компаний. В частности, проводимые эмпирические исследования в целом подтверждают тот факт, что колебания валютных курсов будут негативно сказываться на акционерной стоимости вследствие нестабильного характера ожидаемых денежных потоков.

Сложившаяся на сегодняшний день ситуация на валютном рынке объективно обуславливает потребность компаний в качественной оценке уровня валютного риска. Практика показывает, что в нынешних

условиях базовая предпосылка финансового риск-менеджмента о нормальном распределении валютных колебаний является несостоятельной. Экстремальные выбросы, наблюдаемые на валютном рынке, характерны для так называемых тяжелохвостных распределений курсовых отклонений, что предполагает определенные особенности в моделировании валютного риска. Использование тяжелохвостных распределений в конечном итоге должно обеспечить в большей степени соответствующую действительности оценку возможных валютных колебаний и, как следствие, повышение эффективности управления валютными рисками и управления корпоративными финансами в целом.

В целях моделирования валютного риска российских компаний нами была проведена оценка уровня тяжелохвостности распределения доходности по валютам, динамика которых наиболее значима для отечественной экономики, среди которых доллар США, евро, фунт стерлингов, японская иена, китайский юань и казахстанский тенге. Методика анализа основана на применении двух основных методов – метода оценивания по Хиллу и лог-лог ранг-размерной регрессии. В рамках исследования нами были отдельно рассмотрены положительные («правосторонний хвост») и отрицательные («левосторонний хвост») отклонения валютных котировок. Итоговые результаты оценивания уровня тяжелохвостности распределения валютного риска представлены в табл. 1 и 2.

Таблица 1

Результаты оценки тяжелохвостности распределения отрицательных валютных колебаний

Валюта	Уровень усечения, %	Количество наблюдений, N	Оценка ξ_{Hill}	Стандартная ошибка	Доверительный интервал, 95%	Оценка ξ_{RS}	Стандартная ошибка	Доверительный интервал, 95%
USD	5	2020	2,27	0,23	(1,83; 2,72)	2,73	0,38	(1,98; 3,48)
	10		2,03	0,14	(1,75; 2,31)	2,29	0,23	(1,85; 2,74)
EUR	5	2099	2,23	0,22	(1,81; 2,66)	2,58	0,36	(1,89; 3,28)
	10		2,32	0,16	(2,00; 2,63)	2,41	0,24	(1,95; 2,88)
GBP	5	2095	2,41	0,24	(1,95; 2,87)	2,83	0,39	(2,06; 3,60)
	10		2,15	0,15	(1,86; 2,44)	2,56	0,25	(2,07; 3,04)
JPY	5	2171	3,03	0,29	(2,46; 3,60)	3,36	0,46	(2,47; 4,26)
	10		2,59	0,18	(2,24; 2,93)	3,00	0,29	(2,44; 3,57)
CNY	5	1310	2,47	0,30	(1,87; 3,07)	2,89	0,50	(1,91; 3,88)
	10		2,05	0,18	(1,70; 2,41)	2,44	0,30	(1,85; 3,04)
KZT	5	2071	1,87	0,18	(1,51; 2,23)	1,85	0,26	(1,34; 2,35)
	10		1,79	0,12	(1,54; 2,03)	1,83	0,18	(1,47; 2,18)

**Результаты оценки тяжелохвостности распределения
положительных валютных колебаний**

Валюта	Уровень усечения, %	Количество наблюдений, N	Оценка $\hat{\xi}_{Hill}$	Стандартная ошибка	Доверительный интервал, 95%	Оценка $\hat{\xi}_{RS}$	Стандартная ошибка	Доверительный интервал, 95%
USD	5	2255	2,02	0,19	(1,65; 2,39)	2,36	0,31	(1,74; 2,97)
	10		1,96	0,13	(1,70; 2,21)	2,15	0,20	(1,75; 2,54)
EUR	5	2176	2,29	0,22	(1,86; 2,72)	2,51	0,34	(1,84; 3,17)
	10		2,25	0,15	(1,95; 2,54)	2,40	0,23	(1,95; 2,85)
GBP	5	2180	2,16	0,21	(1,75; 2,56)	2,38	0,32	(1,75; 3,01)
	10		2,11	0,14	(1,83; 2,39)	2,25	0,22	(1,82; 2,67)
JPY	5	2104	2,88	0,28	(2,33; 3,43)	3,09	0,43	(2,25; 3,93)
	10		2,11	0,15	(1,82; 2,39)	2,68	0,26	(2,17; 3,19)
CNY	5	1385	2,33	0,28	(1,78; 2,87)	2,42	0,41	(1,61; 3,22)
	10		2,08	0,18	(1,74; 2,43)	2,25	0,27	(1,72; 2,78)
KZT	5	2204	1,92	0,18	(1,56; 2,28)	2,09	0,28	(1,54; 2,64)
	10		1,90	0,13	(1,65; 2,15)	2,03	0,19	(1,65; 2,41)

Отметим, что оба метода, использованных при оценке вероятностного распределения отрицательных колебаний валютных курсов, привели к аналогичным результатам, подтверждающим гипотезу о тяжелохвостном характере валютного риска, связанного, в данном случае, со снижением курсов иностранных валют. Рассчитанный индекс тяжелохвостности по большинству рассмотренных валютных пар находится в диапазоне 2–4, что согласуется с результатами многочисленных эмпирических исследований, проводившихся другими авторами. Это свидетельствует о том, что вероятность получения экстремально низкой доходности на валютном рынке выше, нежели предполагают традиционные методы моделирования валютного риска. Следует обратить внимание на полученную оценку волатильности казахстанского тенге: значение соответствующего ему индекса тяжелохвостности составляет в среднем 1,8. Подобный результат указывает на более высокую вероятность резких отрицательных отклонений доходности валютной пары 100 KZT/RUB по сравнению с другими анализируемыми валютами, возможной причиной чего можно предположить сильную зависимость курса тенге от динамики цен на нефть. Кроме того, Казахстан является одним из ведущих торговых партнеров России, что также будет оказывать влияние на обменные курсы.

Анализ характера вероятностного распределения, проведенный для положительных отклонений доходности на валютном рынке, так же, как и в предыдущем случае, показал наличие тяжелохвостности валютного риска. Полученные оценки индексов аналогичны оценкам, рассчитанным для отрицательных валютных колебаний. Это позволяет сделать вывод о том, что экстремальные выбросы на валютном рынке в равной степени могут происходить как в сторону понижения, так и в сторону повышения курсов валют.

Необходимо отметить, что тяжелохвостный характер колебаний на валютном рынке имеет серьезные экономические последствия. Так, многочисленные исследования подтверждают, что высокая волатильность валютного рынка сдерживает экономический рост. Подобное влияние определяется рядом причин, одной из которых является снижение инвестиционной активности фирм. Это объясняется тем, что в условиях резких колебаний валютных котировок хозяйствующие субъекты вынуждены закладывать в требуемую доходность некую премию на непредсказуемые изменения валютного курса, вследствие чего многие инвестиционные проекты оказываются неэффективными и не реализуются, поскольку отдача по ним не покрывает требуемого уровня доходности. В результате это препятствует развитию компаний и экономики страны в целом. Данная зависимость еще раз подчеркивает необходимость управления валютным риском.

Следует отметить, что управление валютным риском является особо важным в первую очередь для фирм, основная деятельность которых связана с движением валютных финансовых потоков, то есть для экспортеров и импортеров продукции. Среди возможных методов управления валютным риском для них наиболее подходящим представляется хеджирование, основанное на заключении сделок с производными финансовыми инструментами (опционы, фьючерсы). Это позволяет зафиксировать курс, по которому в будущем компания сможет (или будет обязана) приобрести либо продать конкретную валюту в определенном объеме. Таким способом она страхует себя от возможных валютных колебаний. Однако отметим, что в условиях экстремальных выбросов на валютном рынке эффективность операций хеджирования ставится под сомнение. В данной ситуации контрагенты по срочной сделке будут закладывать риск возможных резких колебаний валютного курса в стоимость контракта. В частности, в случае с опционом это будет проявляться в увеличении размера опционной премии. При заключении фьючерсной сделки риски будут закладываться в фиксируемый курс. В результате хеджирование может стать для компании запретительно дорогим. Тем не менее, несмотря на су-

ществующие сложности, управление валютным риском является важной задачей хозяйствующих субъектов, имеющей принципиальное значение, как на корпоративном уровне, так и на уровне экономики страны в целом.

Научный руководитель: А. Б. Анкудинов,
кандидат физико-математических наук, доцент

ГОРОД OPEN THE FUTURE
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ПРОЕКТОВ)



**Н. Б. Адилова, С. М. Есенгалиева, М. Ж. Ескалиев, С. А. Монтаев,
А. Д. Мурзагалиева, З. Е. Мухамбетжан, Р. К. Сарбалиева,
Д. Б. Тукушева, З. А. Тулитаева, А. М. Шукурова**
*Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана,
г. Уральск, Казахстан*

Проект многофункционального энергосберегающего комплекса

Аннотация. Законы и программы, принятые в последние годы в Казахстане, являются стратегическими документами по повышению энергетической эффективности зданий. Названа приоритетная задача – модернизация существующей и строительство новой инфраструктуры. В работе акцентируется внимание на ее реализации. Для этого был проведен микросоциологический опрос в целях выявления перспектив энергосберегающего направления строительной индустрии в городе Уральске; составлен SWOT-анализ для определения социально-экономического потенциала. Особенностью проекта является наличие разработанных технологий производства новых энергосберегающих материалов. В целях оценки фактического уровня энергосбережения проведено тепловизионное обследование зданий. Таким образом, авторами проекта создана система реализации энергоэффективного строительства с использованием новых композиционных материалов и современных технологий строительства.

Ключевые слова: энергосбережение; проект модернизации города; ресурсо- и энергосберегающие материалы.

В современном строительстве используется большое разнообразие стеновых ограждающих конструкции, имеющих хорошие теплоизоляционные качества и механические показатели. Хорошо зарекомендовавшие себя в 1960–1970 гг. панельные здания из легкого бетона, а также здания с несущими кирпичными стенами отошли в прошлое. Сведено к минимуму использование пористых заполнителей. Взамен этого налажено производство эффективных утеплителей и блоков из ячеистого бетона.

Повышение требований к теплозащите стало основным поводом изменения вида наружных стеновых ограждающих конструкций. Хотя, негласно считается, что в массовом строительстве достигнут уровень теплозащиты, нормируемый в СНИП, существующие методики расчета теплофизических характеристик стеновых конструкции, в том числе, уровня теплозащиты не позволяют полностью произвести оценку новых стеновых ограждения используемых в строительстве [1].

Целью проекта является повышение энергосбережения города, в частности зданий и сооружений в целом. В соответствии с зарубежным опытом исследователей [2], важнейшим инструментальным методом энергетических обследований в строительстве является тепловизионная диагностика, дополненная измерением мощности теплового

потока, направления и скорости движения воздуха, а также ряда других параметров.

В настоящее время метод теплового неразрушающего контроля широко применяется в таких странах, как США, Франция, Япония, Швеция и Германия. Сегодня, ТНК стал эталонным методом во многих отраслях, таких как осмотр электрооборудования или осмотр теплоизоляции зданий [3].

В целях получения данных по фактическому уровню теплопотерь, было проведено тепловизионное обследование зданий города Уральск. В качестве объектов исследования выбрано восемь зданий. При выборе объектов учитывалось расположение в различных районах города, а также использование разных конструктивных решений и их различие по назначению, ниже представлены термограммы двух категорий зданий (рис. 1, 2).



Рис. 1. Термограмма зданий старой постройки

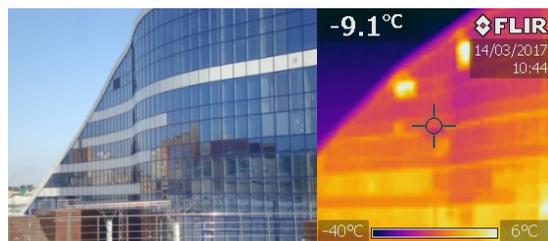


Рис. 2. Термограмма современных зданий города

На основании проведенного сравнительного анализа распределения температур по ограждающим конструкциям зданий, возведенных с применением различных технологий, самый высокий уровень теплопотерь зафиксирован на объектах, построенных в 1960-е годы, основной причиной чего является износ конструкции. На данный момент дома нуждаются в ремонте и реконструкции.

В целом все виды обнаруженных дефектов условно разделяются на два вида: первый и самый распространенный тип дефектов – это щели и неплотности в оконных и балконных проемах. У 80% обследованных объектов обнаружены дефекты в примыкании створок окон и балконных дверей. Второй тип дефектов связан с нарушением теплоизоляции ограждающих конструкций.

Современное состояние города требует проведения модернизации. По результатам тепловизионного исследования наибольший уровень теплопотерь зафиксирован по стеновым ограждающим конструкциям.

В Казахстане область энергосбережения лишь начинает свое развитие. Одной из основных заинтересованных сторон в развитии являются строительные компании, непосредственно влияющие на рынок жилья.

Для определения уровня развития и перспектив энергосберегающего среди 20 крупных предприятий, обеспечивающих строительные объекты города Уральска, был проведен опрос. Анкета состоит из 10 наиболее актуальных вопросов.

В результате, анкетированные отметили, что используют классические утеплители, такие как: минеральная вата, пенополистирол и пено-, газоблоки. К наиболее распространенным анкетированные отнесли пенополистирол, пеноблоки, керамзитоблоки, кирпич.

На вопрос об информированности о новых композиционных материалах, созданных по ресурсо- и энергосберегающим технологиям все респонденты ответили положительно, что указывает на благоприятные условия для последующего внедрения непосредственно в строительстве. Однако требуется дальнейшая разработка технология внедрения и экономического обоснования по рентабельности предполагаемых мероприятий по использованию энергоэффективных материалов и ресурсосберегающих технологий в строительстве жилых и гражданских зданий и сооружений.

По результатам SWOT-анализа выделены основные проблемы, сдерживающие развитие города и влияющие на показатели социально-экономического развития г. Уральска: низкая бизнес активность, миграция специалистов, слабость системы ЖКХ и его законов, проблемы с инженерными сетями города, скептическое отношение к проектам повышения энергоэффективности, вследствие наличия сформированных традиционных взглядов и мнения предпринимателей.

Актуальность данного проекта заключается в решении вопроса об энергосбережении путем производства материалов для строительства на основе местного сырья и утилизации отходов производства, что дает возможность развития экономики города.

Учеными ЗКАТУ имени Жангир хана (Уральск, Казахстан) разработаны и внедрены в производство технологии создания теплоизо-

ляционно-конструкционных материалов, таких как керамзитовый гравий на основе лессовидных суглинков с добавкой нефтешлама, пеностекло из стеклоотходов и порообразователя мела, пенобетон с использованием в качестве пенообразователя отходы в виде рогов и копыт крупного и мелкого скота¹.

Учитывая, что наибольшие потери тепла происходят через ограждающие конструкции, поэтому необходимость использования эффективных материалов очевидна. Проектом рассматривается внедрение таких энергоэффективных теплоизоляционно-конструкционных материалов как керамзит, пеностекло, пенобетон. Особенностью предлагаемых композиционных материалов является их низкая себестоимость, так как сырьем для их получения являются повсеместно встречающиеся ресурсы и отходы.

Теплоснабжение зданий предлагается решить за счет установки на крыше зданий солнечных коллекторов. Такие устройства легко подсоединяются к системе отопления и горячего водоснабжения дома.

В целях преобразования солнечного света в электричество предлагаем использовать солнечные батареи с р-п переходом.

Для экономии электроэнергии необходимо использовать энергоэффективные устройства: светодиодные лампы, которые в два раза экономнее люминисцентных и почти в 10 раз экономнее традиционных лампочек; энергосберегающей техники класса А, А+, А++ и т.д.; датчиков присутствия.

Реорганизация и реконструкция цехов под производство энергоэффективных материалов на базе предприятий Уральска: пеностекло – АО «Западно-Казахстанская корпорация строительных материалов»; керамзит – ТОО «Стройкомбинат»; пенобетон – АО «Западно-Казахстанская корпорация строительных материалов». Следует отметить, что реконструкция и строительство дополнительных цехов по налаживанию технологии по производству предлагаемых материалов не требуется, так как указанные предприятия города Уральск имеют в своем активе требуемые помещения и некоторые виды оборудования. Внедрение созданных технологий позволит снизить себестоимость продукции на 30%.

По данным таблицы можно отметить, что в ходе реализации в рамках проекта мероприятий «0» энергопотребления в новом энерго-

¹ Пат. 25556, Республика Казахстан, МПК: С04В 38/10. Каллогеновый пенообразователь для производства пенобетонов / Шинтемиров Б. К., Шинтемиров К. С., Салимова А. Н., Рыскалиев М. Ж.; Пат. 26258, Республика Казахстан, МПК: С03С 11/00. Способ получения пеностекла / Адилова Н. Б., Монтаев С. А., Жарылгапов С. М., Монтаева А. С., Таскалиев А. Т.; Пат. 29403, Республика Казахстан, МПК: С04В 33/00, С04В 38/08 Способ получения микропористого гранулированного теплоизоляционного материала / Монтаева Н. С., Нариков К. А., Жарылгапов С. М., Шакешев Б. Т., Монтаева А. С., Монтаев С. А., Таскалиев А. Т., Адилова Н. Б., Монтаева А. С.

сберегающем многофункциональном комплексе экономия затрат на электроэнергию составит 38,1 тыс. тенге.

**Экономический эффект реализации проекта строительства
энергосберегающего многофункционального комплекса
в городе Уральске**

Наименование новых объектов	Экономический эффект	
	Экономия затрат на строительство, тыс. тенге	Экономия затрат на электроэнергию, тыс. тенге
Бизнес центр	1 215 000	5,7
Площадь имени Шанырак	3 240 000	3,0
22-этажное жилое здание со встроенными офисами	1 283 040	13,3
Жилой комплекс с научной библиотекой	383 724	4,8
Многофункциональный спортивный комплекс	1 762 560	11,2
<i>Всего</i>	<i>7 884 324</i>	<i>38,1</i>

В ходе реализации проекта ожидается достижение следующих социально-экономических результатов:

повышение социально-экономического положения города;

обеспечение населения доступным энергосберегающим жильем, снижение затрат по эксплуатации жилых комплексов;

создание новых рабочих мест за счет создания новых и расширения действующих объектов по производству строительных материалов с использованием энергоэффективных и ресурсосберегающих технологий;

поддержка и развитие малого бизнеса, в частности в сфере производства строительных материалов на основе использования местного сырья и развитие на этой основе безотходного производства;

развитие инфраструктуры в рамках «Зеленой экономики» за счет строительства культурных зон и зон отдыха с «0» энергопотреблением и развития массового строительства энергоэффективных зданий.

Библиографический список

1. Гагарин В. Г. Теплофизические проблемы современных стеновых ограждающих конструкций многоэтажных зданий // Academia. Архитектура и строительство. 2009. № 5.

2. Оленников А. А., Осокин Е. В., Кирилов П. П., Гуца Е. Л., Николенко В. В. Тепловизионная съемка для поиска скрытых дефектов в тепловой защите зданий // Вестник СибГИУ. 2015. № 4(14).

3. Clayton M. Energy audits go high tech // The Christian Science Monitor article on thermal imaging. 2008. № 11.

Проект лечебно-оздоровительного центра в городе Агрыз

Аннотация. Предложен проект лечебно-оздоровительного центра (ЛОЦ), призванного решить проблему недообеспеченности оздоровительными услугами населения города Агрыз (Республика Татарстан). На основе анализа статистических и финансовых показателей города рассчитываются необходимая мощность и затраты на строительство предложенного ЛОЦ, а также сроки самоокупаемости проекта и прибыль инвесторов.

Ключевые слова: социальная инфраструктура; город; лечебно-оздоровительный центр; государственно-частное партнерство.

Город Агрыз – центр Агрызского муниципального района. Он расположен в северо-восточной части Республики Татарстан и является крупным железнодорожным узлом и северными воротами Татарстана, то есть имеет выгодное транспортно-географическое положение.

Город Агрыз имеет секторальную функциональную структуру расселения.

Планировочная структура города зафиксирована в генеральном плане развития, однако в настоящее время она не полностью отражает реальное положение дел, поскольку значительная часть основных фондов имеет большой износ и использование части городских земель по функциональному назначению невозможно. Кроме того, расширяясь, город включает в свои границы сельхозугодья, которые также меняют свое функциональное назначение.

Характеристика социальной инфраструктуры города

Сопутствующей проблемой большого износа основных фондов является проблема несбалансированного развития социальной инфраструктуры. Анализируя таблицу, можно сделать вывод, что жители города явно недообеспечены такими объектами социальной сферы, как детские дошкольные учреждения, больницы, поликлиники, спортивные залы общего пользования, учреждения культуры, предприятия бытового обслуживания. Однако при этом стоит отметить высокую обеспеченность кладбищами, кинотеатрами, аптеками, внешкольными учреждениями и т. п.

При социологическом опросе жителей¹ также становится ясно, что наиболее дефицитными социальными услугами являются медицинско-оздоровительные услуги (обеспеченность поликлиниками/больницами, тренажерными залами и бассейном). Именно поэтому автора-

¹ Социологический опрос жителей города Агры, проведен в официальной группе города с 1 по 14 марта 2017 г. в социальной сети «ВКонтакте». Охват 804 чел.

ми проекта было решено сосредоточить внимание на той части социальной инфраструктуры общества, которая относится к медицинско-оздоровительной сфере.

Мощности объектов социальной инфраструктуры города Агрыза

Наименование	Единица измерения	Норма на 1 000 чел.	Всего необходимо по нормам	Реальное количество на 2015 г.	Обеспеченность, %
Больницы	Койко-место	13,47	491	291	59
Поликлиники	Посещение/см	9,1	505	325	64
Спортивные залы общего пользования	м ² пола спортивных залов	350	6705	1602	24
Учреждения культуры (клубы, ДК)	Мест	70	1341	500	37
Кладбище	Га	0,24	4,6	5,3	115

Источник: Составлено по статистическим данным, представленным Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан и распоряжения Правительства РФ от 19 октября 1999 г. № 1683-р «О методике определения нормативной потребности субъектов РФ в объектах социальной инфраструктуры».

В Агрызском муниципальном районе население старше пенсионного возраста преобладает над числом молодежи, поэтому необходимость доступности медицинских услуг крайне важна. Агрызская центральная районная больница (ЦРБ), которая обслуживает 22 муниципальных образования (город Агрыз и 21 сельское поселение), не справляется с потоком пациентов. Это является основной причиной существенного недостатка нормативной мощности лечебно-профилактических учреждений в муниципальном районе. Коллектив медицинской службы ЦРБ насчитывает 583 чел., из них 45 врачей. Укомплектованность врачами в среднем по муниципальному району составляет 64,2%. Средний износ медицинской техники в учреждениях здравоохранения муниципального района достиг в 2016 г. 56% с учетом того, что в 2011 г. проводился капитальный ремонт ЦРБ и производилась закупка нового оборудования¹.

Кроме того, медицинское обслуживание населения г. Агрыза осуществляется поликлиникой мощностью 235 посещений в день. Также в городе находится детская поликлиника мощностью 90 посещений в смену. Необходимая для обслуживания населения города мощность в поликлинических учреждениях составляет 348 посещений

¹ *Официальный сайт* ГАУЗ «Агрызская центральная районная больница». URL: <http://agryzcrb.tatarstan.ru>.

в смену, а с учетом населения района – 505 посещений в смену, что гораздо больше мощности действующей поликлиники. Отсюда обеспеченность объектами здравоохранения на сегодняшний день составляет лишь 64% от нормативного показателя.

Предлагаемый проект лечебно-оздоровительного центра

В действующем генеральном плане города Агрыз более 80% свободных земель планируется отдать под жилую застройку (по большей части частным инвесторам)¹. Но с учетом нехватки учреждений здравоохранения и спортивных сооружений такое распределение земельных ресурсов не вполне эффективно, поскольку подобный рост жилой застройки еще сильнее обострит проблему недообеспеченности социальной инфраструктурой. По мнению авторов, часть этих земель можно выделить на строительство ЛОЦ, который поможет решить часть накопившихся проблем в медицинско-оздоровительной сфере. ЛОЦ будет включать в себя городскую поликлинику и физкультурно-оздоровительный комплекс (ФОК).

Расчет площади ЛОЦ по нормам СанПиН²:

$$S_{\text{общая}} = S_{\text{поликлиника}} + S_{\text{ФОК}} = 31\,301,2 + 1\,093 = 32\,394,2 \text{ м}^2.$$

Выбор предлагаемого расположения: для строительства ЛОЦ предлагается территория в южной части города, которая одновременно и близко расположена к новым микрорайонам, и не нарушает нормы СанПиН, требующие минимум 500-метровое удаление лечебных учреждений от жилых зон. Поскольку данную территорию, согласно генеральному плану развития г. Агрыз до 2035 г., будут использовать для расширения города, то всей необходимой инфраструктурой предлагаемый центр будет полностью обеспечен.

На основе строительных смет аналогичных объектов здравоохранения авторами проекта была рассчитана предполагаемая стоимость строительства и обеспечения необходимым оборудованием ЛОЦ (включая ФОК), которая составила 465 млн 333 тыс. р.

Для обеспечения будущего ЛОЦ необходимым количеством высококвалифицированных специалистов предлагается предоставлять сотрудникам муниципальное жилье в новостройках, которые будут построены на заброшенных местах, а также использовать премиальную систему, финансирование которой будет осуществляться за счет части дохода от функционирования ЛОЦ.

¹ *Официальный сайт Муниципального образования Агрыз. URL: http://agryz.tatarstan.ru/rus/MO_Agryz/GP.html.*

² *Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.1.3.1375-03 (с изм. от 25 апреля 2007 г.).*

Интерес для инвесторов, муниципалитета и населения

Несмотря на то, что ЛОЦ – это объект социальной инфраструктуры, предполагаемое обслуживание населения на смешанной основе позволит обеспечить в том числе и интерес для инвестора. На первые пять лет (расчетный период самоокупаемости объекта) инвестору предоставляется безвозмездная аренда земли, предназначенной для постройки ЛОЦ. При этом ежегодная предполагаемая прибыль инвестора будет составлять:

оптимистический сценарий: 116 159 200 р.;

базовый сценарий: 50 313 200 р.;

пессимистический сценарий: 17 390 200 р.

Проект планируется включить в список проектов государственной программы «Развитие здравоохранения Республики Татарстана до 2020 года» (софинансирование 50%).

Таким образом, потенциальный инвестор, развивая подобную инициативу государственно-частного партнерства, реализует в том числе социальную ответственность бизнеса.

Основная выгода для муниципалитета заключается в выполнении социальных обязательств перед гражданами, а также в получении налоговых поступлений в бюджет.

Что же касается населения г. Агрыз (а также остальных муниципалитетов Агрызского муниципального района), то они получают доступ к широкому спектру оздоровительных услуг.

Научный руководитель: У. В. Мизеровская,
кандидат экономических наук

Е. В. Бочарникова

Уральский государственный педагогический университет, г. Екатеринбург

Формирование имиджа города Екатеринбурга как международного евразийского центра

Аннотация. Екатеринбург претендует на статус Евразийской столицы, однако в стратегическом плане его развития не указаны пути достижения данной цели. Поэтому автором разработана специальная программа по созданию международного имиджа Екатеринбурга для включения ее в Стратегический план развития города до 2035 г., который сейчас формируется.

Ключевые слова: имидж города; Евразийская столица; исследование; PR-инструмент; продвижение территории.

Сегодня развитие Екатеринбурга происходит в соответствии со «Стратегическим планом развития Екатеринбурга до 2020 г.», реализация которого повысит уровень качества жизни горожан и сделает го-

род развитым¹, т. е. Екатеринбург обретет неформальный статус Евразийской столицы. Однако в документе не прописано каким образом должен быть достигнут данный статус.

Поэтому необходимо разработать программу использования PR-инструментов на основе многочисленных анализов имиджевых составляющих города.

Говоря о каком-либо городе нашей или другой страны, каждый имеет устойчивые представления об обсуждаемом городе. Именно эта совокупность устойчивых представлений о городе в общественном сознании и есть имидж города [1].

Город, имеющий статус международного Евразийского центра, объединяет в себе экономические, политические, информационные и человеческие ресурсы мирового масштаба, т. е. это центр международных коммуникаций, позволяющий регулировать интеграционные процессы, обеспечивающие политическое и экономическое взаимодействие и социокультурное сближение стран и народов Европы и Азии.

Имидж города как мозаика складывается из множества элементов, то есть из представлений о таких факторах города, как население, экономика, образование, СМИ, безопасность города, здравоохранение, быстрота осуществляемых перемен в городе, политика, нормативно-правовая база, инфраструктура, архитектура, историческое прошлое, инвестиционная и инновационная привлекательности. Изменение этих характеристик, а также представлений о них происходит как стихийно, так и целенаправленно в процессе имиджевой политики города [2].

Подробный SWOT-Анализ Екатеринбурга показал, что на сегодняшний день город обладает развитыми социальной и экономической сферами, еще большим потенциалом и возможностями дальнейшего роста, однако причиной образования многих факторов «слабой стороны» служит отсутствие и/или малое финансирование, а возможные угрозы связаны с политической ситуацией в мире, а также недоработками в нормативно-правовой и законодательной базах.

Анализируя результаты исследований по имиджу нашего города с 2007 г., видна такая тенденция: горожане и гости города стали чаще упоминать, что Екатеринбург связан с крупной промышленностью, Б. Н. Ельциным и Романовыми. Однако реже вспоминают о границе Европы и Азии, и почти не ассоциируют город с семьей Букиных и криминальным Уралмашем².

¹ *Высокинский А. Г.* Стратегия Екатеринбурга, миссия и позиционирование города // Екатеринбург сегодня. URL: <http://pandia.ru/text/78/289/36667.php>.

² *Официальный портал Екатеринбурга.рф* // Анализ исходной ситуации. 2015. URL: <http://xn--80acgfbsl1azdqf.xn--p1ai/>.

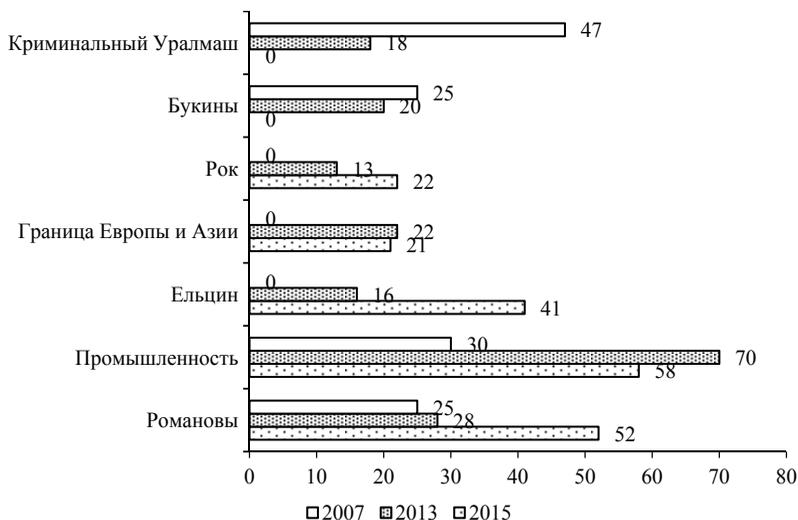


Рис. 1. Ассоциации с Екатеринбургом, %

Также были выделены несколько проблем, связанных с мониторингом имиджа Екатеринбурга:

1) исследования проводятся неравномерно во временном периоде (а именно в 2007, 2013, 2015 гг.), причем в 2015 г. исследование проводилось дважды;

2) отсутствует ресурс по сбору информации и ее публикации, то есть исследования проводились физическими лицами в рамках своих научно-исследовательских работ, что не было опубликовано для массовой аудитории;

3) отсутствуют исследования имиджа Екатеринбурга у иностранных граждан, которые бы описали внешний имидж города на международном уровне;

4) отсутствуют исследования имиджа Екатеринбурга у целевой аудитории (бизнесмены и бизнес-элита), а ведь именно эту аудиторию в большей степени должен привлечь Евразийский центр;

Необходимо устранить существующие проблемы в мониторинге имиджа Екатеринбурга, поскольку именно исследование является основой для дальнейших действий в формировании имиджа города и его поддержания.

В 2023 г. Екатеринбург будет праздновать свое 300-летие. В соответствии с реализацией «Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2020 года» Екатеринбург имеет возможность обрести нефор-

мальный статус Евразийской столицы. В городе уже реализуются мероприятия, направленные на формирование желаемого имиджа. Но в настоящее время присутствует недостаток внимания к территориальному маркетингу органов исполнительной и законодательной власти на местах.

В 2011 г. был определен слоган города «Возможности без границ», который удачно акцентирует внимание на уникальной географической и культурной специфике Екатеринбурга.

В 2015 г. был утвержден логотип города. Адаптация к разным сферам деятельности стала эффективным шагом, но большинство горожан на официальном сайте логотипа выразили свое мнение – данный леттеринг безликий (рис. 2).



Рис. 2. Логотип города Екатеринбурга

Туристам в Екатеринбурге представлен широкий спектр сувенирного ассортимента, т. е. нет главной достопримечательности, которая была бы ассоциативным фактором с Екатеринбургом и главным сувениром.

Уже несколько лет в Екатеринбурге работает имиджевая стратегия «привлечения деловых посетителей», поскольку город обеспечен достойными условиями пребывания. Для деловых поездок в Екатеринбурге существует свыше 95 площадок общей вместимостью 200 тыс. мест. В том числе, из них 68 имеют конкретную специализацию. Конференц-залы есть в 40 гостиницах из общего числа екатеринбургских отелей, равного 57. Четверть отелей имеют позиционирование конгресс-отелей. После достижения статуса Евразийской столицы необходимо применить стратегию привлечения бизнеса из других мест.

В ходе масштабного исследования было выявлено, что СМИ не уделяют должное внимание имиджу Екатеринбурга и не работает на его создание, а лишь констатируют факты, случаи и события, происходящие в городе, а мировые СМИ пишут о нас как о необычном городе.

Екатеринбург, несмотря на свою 25-летнюю открытость, с точки зрения мировой истории только сейчас выходит на международную арену. В городе проходят международные мероприятия, но нет мировой известности.

Сегодня Екатеринбург является одним из быстро развивающихся городов России, и такое развитие носит деловой характер. Вышеупомянутый анализ и факты подтверждают, что город уже на пути становления международным деловым центром – Евразийским центром.

Поэтому необходимо в ближайшие сроки создать качественный международный имидж Евразийской столицы, а для этого необходимо:

1) провести исследование имиджа Екатеринбурга на внешнем международном рынке;

2) сформировать четкий ассоциативный фактор с Екатеринбургом, идеальным вариантом служит географическое расположение города на границе Европы и Азии;

3) научиться качественно работать с международными СМИ в плане освещения мероприятий, проходящих в городе;

4) нужно использовать международный опыт продвижения города посредством кино, так как после российского опыта понадобилось несколько лет на изменение отношения к Екатеринбургу;

5) необходимо зарегистрировать товарные знаки «Евразийская столица» и «Евразийский центр» в Федеральной службе по интеллектуальной собственности (Роспатент).

Библиографический список

1. *Визгалов Д. В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.

2. *Мещеряков Т. В.* Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории. Проблемы современной экономики. М.: ГИТИС, 2015.

Научный руководитель: Н. Ю. Власова,
доктор экономических наук, профессор

В. Е. Варламов, А. С. Дюба, Д. В. Ищук, М. Д. Чивелева
Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Проектирование методологии комплексного мониторинга «Безопасный город»

Аннотация. Исследование аспектов техногенной безопасности позволит определить критические направления, влияющие на жизнедеятельность населения, провести экспериментальные исследования и разработать практические рекомендации по повышению безопасности в городской среде. Разработаны критерии оценки антропогенных факторов акустической, электромагнитной, экологической и инфраструктурной безопасности, которые оказывают негативное влияние на жизнедеятельность людей. В качестве критери-

ев оценки акустической безопасности выбраны: категория дорог; транспортная нагрузка; шумовое загрязнение; выбросы транспорта в окружающую среду.

Ключевые слова: экология; экологическая безопасность; селитебная территория; акустическая безопасность; инфраструктурная безопасность; электромагнитная безопасность; город; антропогенный фактор; критерий оценки; метод оценки.

Тольятти расположен в среднем течении реки Волги на ее левом берегу в 70 км вверх по течению от Самары. Город располагается в пределах степного плато, на левом берегу Куйбышевского водохранилища к северу от Самарской Луки.

Южная граница города примыкает к приплотинному участку Куйбышевского водохранилища. К северу и западу от города расположены сельскохозяйственные поля. К востоку, а также в центре города находятся лесные массивы. На противоположном берегу Волги находятся город Жигулевск и Жигулевские горы.

Город расположен непосредственно на границе трех физико-географических районов: Самарской Луки, Мелекесского низменного Заволжья и лесостепного Заволжья – весьма различных между собой по рельефу, флоре, фауне, ведению хозяйства. Однако все районы в значительной части попадают в зону влияния такого крупного города как Тольятти.

С целью проектирования системы комплексного мониторинга «Безопасный город» был проведен социологический опрос целевых групп, с целью определения уровня удовлетворенности населения качеством жизни в городском округе Тольятти по направлениям мониторинга.

Опрос проводился по 3 направлениям:

- 1) воздействие автотранспортного комплекса на безопасность городской среды;
- 2) инфраструктурная и экологическая безопасность;
- 3) электромагнитная безопасность.

В результате микро социологического опроса 2017 г., в котором было опрошено 100 жителей города, выяснилось, что многие имеют личный транспорт и пользуются им в течение дня более 4 ч, также большинство паркуются около жилых зданий и наносит этим вред окружающим: выхлопными газами и шумом от автотранспорта, что негативно сказывается на физическое и психологическое состояние жителей.

Кроме того, количество стояночных мест на селитебной территории не хватает и нахождение автомобилей во дворах мешает их жителям. Некоторые пешеходные переходы находятся в неположенных местах и переходить дорогу не всегда комфортно; слишком много промышленных объектов; экологическое состояние города не стабильно;

некоторые автобусные остановки и дороги не соответствуют требованиям безопасности; не все улицы поддерживаются в чистоте.

Подводя итоги микро социологического опроса о влиянии электромагнитных полей на безопасность жителей города за 2017 г., в котором было опрошено 100 жителей города, можно сказать, что многие имеют около/на своих домах такие объекты, как: ЛЭП, подстанции, троллейбусные линии, антенны, спутниковые тарелки, радиовышек, шахта лифта за стеной квартиры, другие источники ЭМИ.

Для определения сильных и слабых сторон проведен SWOT-анализ по направлениям мониторинга. Пример SWOT-анализа приведен в таблице.

SWOT-анализ акустической безопасности

Strengths – сильные стороны	Weaknesses – слабые стороны
Высокая категория дорог. Одностороннее движение на городских магистралях	Количество автомобилей. Увеличение альтернативных перевозчиков. Плохое качество дорог. Повышенное значение уровня шума
Opportunities – возможности	Threats – угрозы
Уменьшение альтернативных перевозчиков. Увеличение электрического общественного транспорта (троллейбусов)	Увеличение выбросов автотранспорта. Ухудшение качества атмосферы в городской среде. Снижение уровня шума

В результате проведенного SWOT-анализа были выявлены сильные и слабые стороны сложившейся ситуации по автотранспортной нагрузке на жилую территорию, инфраструктурной, экологической и электромагнитной безопасности. Кроме того, определены возможности и угрозы для дальнейшего развития ситуации в городе по этим направлениям.

В результате экспериментальных исследований были получены следующие результаты.

Категории дорог и загруженность города:

в городском округе Тольятти 7 шоссе, 3 проспекта, 21 бульвар и 210 улиц;

дороги класса III имеют интенсивность движения от 1 000 до 3 000 автомобилей в сутки¹. Из этого следует, что выбранные дороги Южное шоссе и Автозаводское шоссе не соответствуют категориям.

¹ СНиП 2.05.02-85*, п. 10.9. Автомобильные дороги (с изм. № 2-5); ОСТ 218.1.002-2003. Автобусные остановки на автомобильных дорогах. Общие технические требования; Об утверждении классификации автомобильных дорог города Тольятти: постановление мэра города Тольятти № 1208-1/06-99 от 8 июня 1999 г.

Суточная загруженность дорог и суммарные выбросы в атмосферу: загруженность Южного шоссе высчитывалась по количеству автомобилей, проезжающих за сутки в 7:00 в 16:00 и в 21:00.

Общее количество выбросов в атмосферу за год по подсчетам составляет: СН 727 075 г/км, СО до 11 633 200 г/км, NO до 872 490 г/км.

Электромагнитная безопасность:

В соответствии с «Санитарными правилами и нормами»¹ нормируются следующие величины воздействия электромагнитного излучения на человека:

В диапазоне частот от 30 кГц до 300 МГц интенсивность электромагнитного излучения оценивается значениями напряженности электрического поля (Е, В/м) и напряженности магнитного поля (Н, А/м). В диапазоне 300 МГц – 300 ГГц интенсивность электромагнитного излучения оценивается значениями плотности потока энергии (ППЭ, Вт/м², мкВт/см²).

В данных районах зафиксировано незначительное превышение норм ПДУ.

Инфраструктурная безопасность:

1) имеет место быть расположение пешеходных переходов в установленном месте:

2) автобусные остановки располагаются на недопустимых расстояниях друг от друга.

3) несоблюдение размеров санитарно-защитной зоны.

Экологическая безопасность:

Важным фактором, влияющим на качество экологической окружающей среды города, является соответствие или несоответствие их с санитарно-защитной зоной.

1. Внешняя территория (улицы).

1.1. Расстояние от промышленных объектов до селитебных территорий.

2. Внутренняя территория (квартал).

2.1. Нахождение гаражей на требуемом расстоянии к жилым домам.

2.2. Необходимость в мусорных контейнерах их количество и расстояние до жилых домов.

Наибольшее загрязнение города обусловлено функционированием 30 промышленных предприятий. Общее количество валовых загряз-

¹ СНиП 2.07.01-89*, п 6.30, 6.39, 6.25. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений; СИ 51.13330.2011. Защита от шума; СанПиН 2.2.4/2.1.055-96 Госкомсанэпиднадзора России (изм. № 1 от 29 октября 2000 г.); МУ 2.1.8-2.2.4.001-95. Методы осуществления санитарного надзора за неионизирующими излучениями диапазона 10 кГц – 300 ГГц.

няющих выбросов от основных промышленных объектов города составляет в среднем 44 тыс. т ежегодно. На сегодняшний день наибольшую опасность для экологии представляют восемь крупных промышленных объектов городского округа Тольятти: ТЭЦ Тольятти, Куйбышевазот, Тольяттиазот, Куйбышевфосфор, Сибур, ВАЗ, Волгоцеммаш.

Примеры несоблюдения санитарно-защитной зоны во внешней территории городского округа Тольятти:

Куйбышевазот находится в «Северном промышленном узле» и имеет «Класс 1» опасности – его санитарно-защитная зона составляет 1000 м до селитебной территории по СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 п.7.1¹, но данное требование к расположению объекта не соблюдается.

Примеры несоблюдения нормативных требований во внутренней территории городского округа Тольятти²:

1) расстояние между гаражными боксами и жилыми зданиями. Расстояние от гаражей до жилого дома и промышленного объекта соответствует нормативным требованиям города;

2) количество и расстояние мусорных контейнеров от жилых домов.

Вывод: количество и расстояние мусорных контейнеров по отношению к жилым домам и общественным местам (школы, больницы, дошкольные образовательные учреждения) соответствуют нормативным требованиям.

В результате выполнения проекта сформулированы выводы и рекомендации по результатам мониторинга экологической и инфраструктурной безопасности:

1) категории городских магистралей по транспортной нагрузке позволяют провести дифференциацию и пересмотреть размещение пешеходных переходов, с целью снижения количества выбросов от автотранспорта;

2) в соответствии с категориям дорог на магистралах в дневное время рекомендуется ввести движение «зеленая волна», с целью снижения выбросов в окружающую среду;

3) на участках с повышенными уровнями шума рекомендуется устройство декоративных шумопоглощающих экранов;

4) на участках с превышением ПДУ ЭМИ предусмотреть устройство защитных декоративных экранов;

¹ СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03, п. 7.1. Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов (с изм. на 25 апреля 2014 г.).

² ГОСТ Р 52766-2007, п. 4.5.2. Дороги автомобильные общего пользования. Элементы обустройства. Общие требования»; СанПиН 42-128-4690-88, п.2.2.3. Санитарные правила содержания территорий населенных мест.

5) провести реконструкцию транспортных остановок в соответствии с нормативными документами;

6) в районах с размещением промышленных объектов и несоблюдением размеров СЗЗ, предусмотреть архитектурные конструкции для уменьшения уровня шума и антропогенного воздействия на жилые районы;

7) провести исследования по нормативному соответствию размеров контейнерных площадок и количества контейнеров с целью обеспечения экологической безопасности при обращении с отходами.

Научные руководители: Л. Н. Горина,
доктор педагогических наук, профессор;
Т. Ю. Фрезе,
кандидат экономических наук, доцент

Ю. С. Герасимова, Е. В. Ежова, В. Г. Мигина, В. О. Соколенко
Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Крытый горнолыжный комплекс на территории городского округа Самара

Аннотация. Работа посвящена вопросам реализации проекта крытого горнолыжного комплекса на территории городского округа Самара. Обоснована актуальность выбранной темы проекта, дана его краткая характеристика; приведены данные социологического опроса, а также ожидаемые результаты реализации представленного проекта.

Ключевые слова: крытый горнолыжный комплекс; зимние виды спорта; туризм; всесезонность.

Крытые горнолыжные комплексы представляют собой сооружения, внутри которых существует искусственная среда, обладающая специальными геометрическими характеристиками, пригодная для создания и круглогодичного поддержания устойчивого снежного покрова, необходимого для занятий зимними видами спорта, такими как горнолыжный, санный спорт, сноубординг и другие.

Горнолыжные курорты с каждым годом становятся все более популярными [2], поскольку количество желающих посетить подобные сооружения в любое время года возрастает. Городские жители, запертые в офисах, дачах, квартирах и машинах, хотят двигаться. Ведь движение – это жизнь.

Решить сложившуюся проблему можно строительством крытого горнолыжного комплекса, который позволит населению заниматься зимними видами спорта круглый год, не затрачивая на это много денег.

Горнолыжный спорт в России в последние десятилетия стал привлекательным и модным и при этом доступным достаточно широкому слою населения. Рост его популярности дал импульс значительным коммерческим инвестициям в строительство на территории России лыжных баз и новых, технически совершенных комплексов. В развитии этого вида спорта растут объемы инвестиций со стороны государства [1; 3].

В своем проекте мы хотим использовать опыт уже функционирующих в России и за рубежом подобных проектов¹.

Первым в России внесезонным горнолыжным комплексом является СНЕЖ.КОМ.

Комплекс построен на территории в 8 Га. Высота горки составляет 97 м, ширина трассы – 60 м, длина спуска – 400 м. Перепад высот склона обеспечен пятнадцатью мощными металлическими колоннами, две из которых служат также и эвакуационными выходами. Несущие конструкции изготовлены из стали с высоким пределом прочности. На склоне могут одновременно находиться до 800 посетителей. Для новичков предусмотрена канатно-кресельная дорога, а для профессиональных горнолыжников – бугельный подъемник.

Самым длинным крытым горнолыжным склоном в мире считается «Alpinercenter Bottror» в Германии. Склон длиной 640 м предлагает большое пространство для всех поклонников зимних видов спорта – от начинающих до экспертов. Он имеет идеальные условия для обучения начинающих в безопасной среде.

Одним из самых впечатляющих снежных центров в мире является Снежный парк «SnowWorld» в Ландграфте (Голландия). Парк занимает площадь около 35000 м². В распоряжении гостей – пять склонов, самый длинный из которых – 520 м, восемь подъемников и отличная инфраструктура. «SnowWorld» – это единственный в мире крытый горнолыжный склон, способный принять, по мнению многих специалистов, даже чемпионат мира FIS в крытых помещениях, например по сноуборду.

В рамках рассматриваемого проекта предполагается строительство крытого горнолыжного комплекса «SnowЯР» на территории городского округа Самара.

Крытый горнолыжный комплекс будет иметь выгодное расположение в Красноярском районе города Самары.

Планируется, что посетителями данного Комплекса станут жители города Самара и других регионов. КГЛК будет служить городу как место привлекательное для туристов, инвесторов.

¹ Павлик А. Катаем круглый год. URL: <http://snow-fly.ru/reviews/kataem-kruglyiy-god/>; Иванов К. Зима в соседнем дворе. Восемь самых необычных крытых горнолыжных курортов мира. URL: <http://birdymagazine.ru/all/snow/snowdomes-overview>.

Горнолыжный курорт предназначен для реализации активного отдыха и спорта.

На территории Комплекса планируется строительство следующих групп помещений: трассы для спортивной активности, каток, пункт ремонта инвентаря, пункт проката спортивного инвентаря, раздевалки, технические помещения, медицинский пункт, кафе-бар, паркинг, душевые и туалетные комнаты, магазин, панорамная площадка, лифт.

Для обоснования целесообразности строительства нами был проведен анализ мнения населения о строительстве на территории Самарской области крытого горнолыжного комплекса, в котором приняло участие 1 664 чел.

С помощью проведенного опроса была выявлена целевая аудитория, социальный статус и основные предпочтения потенциальных клиентов.

По данным опроса, целевую аудиторию потребителей услуг горнолыжного комплекса по возрастному признаку можно представить следующим образом: до 18 лет – 12,5%; 18–25 лет – 32,21%; 26–35 лет – 30,29%; 36–45 лет – 17,07%; 46–55 лет – 5,77%; 56 лет и выше – 2,16%.

Таким образом, можно сделать вывод, что основными потребителями услуг являются лица в возрасте от 18 до 35 лет.

Основной контингент опрошенных можно разделить по социальному положению на следующие группы: работающие лица – 36,3%; студенты – 33,89%; школьники – 11,3% и государственные служащие – 6,25%. Состоят в браке 36,78% и 63,22% холосты.

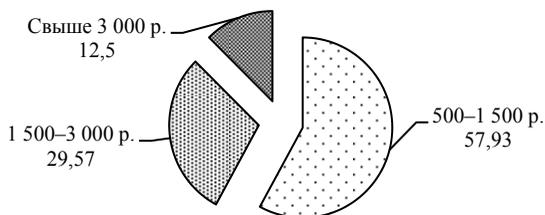
По данным опроса, основная посещаемость приходится на выходные и праздничные дни. В субботу и воскресенье готовы посещать 74,73% опрошенных, в праздники – 21,68%, в будние дни – 25,27%.

При этом 27,88% готовы проводить время на горнолыжной базе до 2 ч, от 2 до 4 ч – 31,49%; от 5 до 7 ч – 14,9%; весь день (с остановкой в гостинице) – 12,02% и на несколько суток – 13,7%.

Из общего числа опрошенных 14,9% ответили, что не увлекаются зимними видами спорта, сноубордом занимаются 13,46% опрошенных, 44,23 % – лыжами, 17,31% – увлекаются катанием на тюбингах и 10,10% предпочитают катание на коньках. У большинства граждан, которые участвовали в опросе, а именно у 54,81%, есть собственный инвентарь.

Одной из составляющих эффективного ценообразования являются сведения о том, какую сумму потенциальные потребители готовы потратить на услуги Комплекса (см. рисунок).

Исходя из приведенных данных, основной контингент опрошенных готов заплатить от 500 до 1 500 р. за отдых в «SnowЯR».



Предполагаемая сумма оплаты за услуги «SnowЯR», %

Крытый горнолыжный комплекс в Красноярском районе готовы посещать 83,65% опрошенных, остальные 16,35% ответили отказом по таким причинам как:

- не знаю о нем – 73,24%;
- не люблю зимний отдых – 17,3%;
- не хочу – 9,46%.

Таким образом, можно сделать вывод, что целевой аудиторией являются работающие лица и студенты в возрасте от 18 до 35 лет. Почти 85,1% опрошенных увлекаются зимними видами спорта, из них 54,81% имеют собственный спортивный инвентарь. Основная часть клиентов готова посещать комплекс с пятницы по воскресенье и в праздничные дни и проводить в нем от 2 до 4 ч. При этом потенциальные клиенты готовы тратить от 500 до 1 500 р. за отдых, предоставляемый Комплексом.

Исходя из проанализированных данных строительство всесезонного крытого горнолыжного комплекса в Красноярском районе городского округа Самара будет иметь большое значение в развитии зимних видов спорта и укрепления здоровья населения города, включая в себя потоки потенциальных посетителей комплекса с близлежащих районов и регионов.

Ожидаемыми результатами реализации данного проекта являются следующие:

- пропаганда здорового образа жизни;
- организация отдыха и досуга жителей города;
- привлечение туристов и инвесторов в регион;
- развитие инфраструктуры города Самара;
- создание новых рабочих мест;
- увеличение доходной части местного бюджета за счет налоговых поступлений.

Если не реализовать данный проект, население региона не сможет заниматься зимними видами спорта в любое время года.

Библиографический список

1. *Векслер Л. Б.* Бизнес-планирование: учеб. пособие. Норильск, 2013.
2. *Макарова Н.* Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России. М.: Конкретика, 2011.
3. *Романова М. В.* Управление проектами: учеб. пособие. М.: Форум; ИНФРА-М, 2014.

Научный руководитель: Ю. В. Павлов

И. А. Голубых, А. П. Киселева, А. И. Леонтьев, Б. У. Уланбеков
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проект: IT-общественность

Аннотация. Рассматривается специфика внедрения инновационной платформы для создания диалога между органами местного самоуправления и жителями города. Цель исследования – обоснование внедрения электронной демократии в городе Екатеринбурге. Авторы обращают внимание на то, что электронная площадка будет являться активным пространством для высказывания мнения жителей по проблемным точкам в городе Екатеринбурге. Анализируются результаты опроса. Дана оценка актуальности проекта. Данная статья представляет интерес для жителей города Екатеринбурга, органов местного самоуправления, преподавателей и студентов.

Ключевые слова: электронная демократия; диалог; орган местного самоуправления; местные жители; гражданская позиция.

На сегодняшний день Екатеринбург является одним из крупнейших городов УрФО с населением около 1,5 млн чел. Поэтому, повышение качества жизни жителей города – это приоритетное направление деятельности органов местного самоуправления Екатеринбурга.

По данным исследования «Оценка качества жизни в городах России», проведенного департаментом социологии Финансового университета при Правительстве РФ, Екатеринбург занимает 7-е место и в 2014, и в 2015 гг.¹

Объектами исследований были крупнейшие города, с населением более 500 тыс. чел. (38 городов). В составлении общего рейтинга учитывались работа ЖКХ и качество жилого фонда; благоустройство города; уровень безопасности, медицинского обслуживания и образования; а также состояние дорожного хозяйства.

Анализ частичных рейтингов позволяет нам увидеть, что в 2015 г. по сравнению с 2014 Екатеринбург утратил свои позиции по показателям состояния жилищно-коммунального и дорожного хозяйства. Так-

¹ *Официальный сайт* Финансового университета при Правительстве РФ. URL: <http://www.fa.ru>.

же видно, что по мнению жителей города по уровню благоустройства Екатеринбург занимает 22 строчку рейтинга. И так как решение тех или иных вопросов, связанных с ведением муниципального хозяйства – это компетенция различных органов местного самоуправления, то их задача состоит в принятии мер по устранению факторов, негативно влияющих на качество жизни населения города. Активное взаимодействие администрации с жителями Екатеринбурга, в свою очередь, безусловно, повысит эффективность принимаемых мер.

Стоит отметить, что основная доля вопросов, в решении которых будет более или менее компетентен среднестатистический горожанин касается благоустройства, качества ведения коммунального хозяйства и других подобных вопросов.

Данный проект рассматривается как способ взаимодействия граждан города с органами местного самоуправления, поэтому он представляет интерес для обеих сторон.

Для того, чтобы составить объективное мнение о необходимости реализации проекта, в начале 2017 г. был проведен социологический опрос среди части населения Екатеринбурга. Своим мнением поделилось 117 чел.

Из 117 опрошенных только 20% (23 чел.) состоят в браке и 19% (22 чел.) имеют детей. Более 72% респондентов с детьми не удовлетворены уровнем развития инфраструктуры Екатеринбурга: по шкале от 1 до 5 баллов, 45,5% оценивают данный показатель на 3 балла и около 27% на 2 балла. Таким образом, наиболее интересующие данную целевую группу вопросы, обустройство детских площадок, парков, прогулочных зон, безопасность придомовой территории и др., определенно нуждаются в совершенствовании и адаптации к их интересам. В ходе анкетирования было также выявлено, что уровень развития внутригородской инфраструктуры муниципального образования на наивысшие оценки (4 и 5 баллов) оценивают только 47% населения, основная же часть респондентов оценивает данный показатель на 3 балла – 45% и на 2 балла из 5–14%.

Тем не менее 72% принявших участие в опросе екатеринбуржцев хотят оказывать непосредственное влияние на принимаемые властями города решения, но мнение, что это действительно возможно распространено лишь среди 39% респондентов. Следовательно, как показывает опрос, большинство жителей Екатеринбурга не обладают полной информацией о своих возможностях проявления собственного мнения в решении вопросов хозяйства, но проявляют заинтересованность во взаимодействии с ОМСУ и поэтому нуждается в некоем «медиаторе» в вопросах кооперации с органами местного самоуправления города.

Многие субъекты РФ уже имели опыт внедрения технологий электронной демократии и/или электронного правительства. Пожалуй, наиболее успешными в реализации стали проекты «Активный гражданин» в Москве и «Электронная демократия Новосибирской области». На сегодняшний день они активно функционируют и развиваются. Проект «Активный гражданин» насчитывает 1 567 818 участников, что составляет 13% от населения Московского городского округа, с момента начала работы ресурса было принято 67 818 077 мнений по более 1 000 вопросов и воплощено в жизнь порядка 850 решений¹. Данный проект отражает суть электронной демократии, применяя информационно-коммуникационные технологии для осуществления коллективных когнитивных и административных процессов на уровне местного самоуправления. Важной отличительной чертой, характеризующей особую эффективность и результативность работы проекта, является поощрение участников. «Электронная демократия Новосибирской области» является примером, в большей степени, проявления начала электронного правительства, имея своей целью повышение мобильности, удобства доступа к пользованию услугами ОМСУ муниципального образования².

В Екатеринбурге тоже проглядывается тенденция к введению принципов электронной демократии, она проявилась в создании сервиса «Я предлагаю». Количество участников на данный момент не превышает 800 чел.³, но это довольно неплохой показатель, если учесть, что на территории Екатеринбурга данный ресурс не имеет никакой рекламы и никто не занимается привлечением аудитории.

Актуальность проекта обосновывается следующими пунктами:

1) решения, принимаемые в приложении, помогут властям более рационально использовать бюджетные средства, выделяемые на ЖКХ, ремонт дорог, благоустройство и озеленение города, т. е. достигая максимальной удовлетворенности населения решением данных проблем;

2) с помощью данного проекта граждане смогут более активно выражать свою гражданскую позицию;

3) приложение станет связующим звеном между администрацией города и его жителями, поможет установить между ними контакт необходимый для успешного взаимодействия, что поможет сделать Екатеринбург еще более привлекательным для жизни, работы, создания семьи;

¹ Проект «Активный гражданин». URL: <https://ag.mos.ru>.

² Электронная демократия Новосибирской области. URL: <http://dem.nso.ru>.

³ Официальный сайт Администрации города Екатеринбурга. URL: <https://екате-ринбург.рф>.

4) ресурс будет обладать особыми характеристиками, которые повысят его привлекательность и эффективность.

Мы получили достаточно информации, чтобы заключить, что Екатеринбург имеет необходимую базу для развития электронной демократии – гражданская активность, технологии, стремление к взаимодействию с органами власти.

Таким образом, получив поддержку ОМСУ Екатеринбурга, данный проект станет виртуальной площадкой, на которой каждый сможет выразить свое личное мнение касательно того или иного решения, принимаемого властями города, а также привлечет молодое поколение к проявлению своей гражданской позиции.

Научный руководитель: А. Ю. Титовец

**Е. А. Давыденко, Н. Ш. Искужина, Д. И. Машкина,
А. О. Милицкая, Н. Ш. Хузина**

Башкирский государственный университет, г. Уфа

Создание центра интеграции городского сообщества «Дом будущего»

Аннотация. Для решения социально-экономических проблем городского округа Уфа предлагается проект развития городского образовательно-кадрового пространства. Реализация данного проекта обеспечит устойчивый экономический и демографический рост столицы за счет повышения конкурентоспособности и привлекательности образования. Достижение поставленной цели обеспечит решение глобальных проблем, обусловленных отсутствием налаженных кооперационных вертикальных и горизонтальных связей между участниками гражданского общества, которые являются благополучателями и поставщиками благ друг для друга.

Ключевые слова: интеграция; городское сообщество; развитие активной молодежи; интеллектуальный капитал; инновационное развитие; стратегия.

Городской округ город Уфа – столица Республики Башкортостан. Основные социально-экономические показатели развития города Уфы за последние годы изменялись в рамках трендов социально-экономического развития как на региональном, так и на федеральном уровнях, в целом подтверждая устойчивую работу отраслей городского хозяйства и социальной сферы. Уфа стабильно занимает ведущие позиции в Республике Башкортостан по основным социально-экономическим показателям: ВМП, производству промышленной продукции, инвестициям в основной капитал, вводу в действие жилых домов и т. д.¹

¹ *Администрация* городского округа город Уфа Республики Башкортостан. URL: <http://ufacity.info>.

В рамках поддержки приоритетных направлений развития видов промышленного производства, формирования инновационной модели экономики, создания благоприятного инвестиционного климата на первый план выступает стратегический ресурс развития – молодые кадры.

Именно на молодежный возраст приходятся основные социальные и демографические события в жизненном цикле человека, включая получение общего и профессионального образования, начало трудовой деятельности, вступление в брак и рождение детей.

Динамика численности молодежи по группам свидетельствует, что за последние 5 лет прирост населения наблюдался в возрастных группах до 14 лет, в то время как в остальных отмечается отрицательная динамика, наиболее ярко проявляющаяся в возрастной группе от 20 до 24 лет. Основной причиной снижения этой доли является миграция молодежи в регионы с развитой системой высшего образования, обеспечивающей дифференцированную многоуровневую подготовку.

Сохранение сложившейся отрицательной динамики может привести к следующим последствиям: сокращение численности трудоспособного населения; усиление оттока молодежи за пределы Республики с последующим снижением потенциала регионального развития и сокращением ВРП и, соответственно, для Уфы – ВМП; сокращение отчислений во внебюджетные фонды, недостаточность финансовых ресурсов для содержания пенсионеров и людей с ограниченными возможностями и др.¹

Все это говорит о необходимости принятия действенных комплексных мер по исправлению сложившейся ситуации.

Согласно статистике Росстата, самым крупным регионом-донором своего населения в России является Московская область. За ее пределами живут 935 тыс. ее уроженцев, причем две трети – в Москве. Вторым по масштабам донором является Республика Башкортостан: в других регионах живет 745 тыс. родившихся на ее территории: в их числе 117 тыс. в Челябинской области и 115 тыс. в соседних регионах.

Одной из самых распространенных причин является учеба и поиск работы. Если еще несколько лет назад из республики в центральные вузы уезжали 4–5 тыс. чел., то в 2017 г. это уже 16–18 тыс. выпускников, которые не спешат после окончания учебы возвращаться домой и устраиваться на работу в родном регионе, что сказывается на уровне ВРП региона, ВМП городов, в частности, города Уфы.

Таким образом, актуальность проекта по созданию единого пространства для интеграции бизнеса, науки, абитуриентов и выпускников

¹ Исхакова Э. И., Казакова О. Б., Кузьминых Н. А. Особенности использования кадрового драйвера регионального развития // Научное обозрение. 2016. № 12.

вузов в целях обеспечения устойчивого социально-экономического роста в регионе и, соответственно, городского округа город Уфа складывается из следующих аспектов:

1) в Республике Башкортостан существует успешно функционирующая площадка, обеспечивающая и обслуживающая международные интеграционные процессы в рамках стран ШОС и БРИКС. Уфа неоднократно становилась площадкой для проведения форумов ШОС и БРИКС. В то же время площадок для построения и обеспечения функционирования внутренних интеграционных процессов на территории города и региона, консолидирующих интересы всех заинтересованных сторон, либо не существует, либо существуют, но обслуживают только определенных лиц;

2) в рамках обеспечения социально-экономического развития города и региона существует острая необходимость предотвращения невозвратных миграционных процессов, когда регион или муниципальное образование лишается своего кадрового, интеллектуального, трудового потенциала за счет уезжающих на учебу или заработки в другие регионы и города молодых людей;

3) для активизации самой многочисленной прослойки молодежи, обладающей склонностью к латентному завышению собственной самооценки и интровертизмом, инфантилизмом самым эффективным средством будет наличие внешней силы, которая будет толкать их к деятельности, или заданных условий системы, которые будут способствовать раскрытию их потенциала на самых ранних ступенях самоидентификации в обществе и профориентации;

4) в Стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан на период до 2030 г. определены основные направления социально-экономического развития и соответствующие стратегические инициативы в той или иной приоритетной области развития, реализуемые через конкретные проекты и подпроекты. Одним из таких направлений развития является «Развитие человеческого потенциала», а стратегической инициативой, посвященной развитию этого направления «Семья 2030», целью которой является «консолидация человеческих ресурсов на основе общепризнанной ценности «семья и дети» для эффективного социально-экономического развития Республики Башкортостан через изменение работы государства с семьей как с активным и ответственным партнером». Зона целевого развития достигается путем реализации проектов и госпрограмм, цели которых разделяет предлагаемый проект. Таким образом, проект «Создание центра интеграции городского сообщества «Дом будущего» встраивается в систему стратегического социально-экономического развития республики и главного городского округа региона – Уфы.

Идея данного проекта заключается в разработке идей и комплекса мероприятий, нацеленных на выявление и развитие детей и подростков 5–18 лет включительно. Большую часть времени активной социализации человек проводит в стенах школы – это 11 лет. Школу посещают абсолютно все представители молодежи в возрасте от 7 до 18 лет. Чаще чем в школе типичный представитель молодежи бывает лишь в Интернете. В частности, работа будет представлять собой всевозможные испытания, тестирования и т. п., которые помогут субъекту понять его скрытые возможности, найти наиболее вероятный путь развития его потенциала и последующее применение на практике. Так же данный вид развития индивидов может отслеживаться напрямую вероятными работодателями или же специализированными школами для отбора самых перспективных учеников. Заинтересованные лица могут получить уверенность в том, что будущий специалист предрасположен к данному виду работы и как минимум в теории должен показать себя на рабочем месте лучше, чем типичные клерки. Все это создаст здоровую конкуренцию на рынке рабочей силы среди молодого поколения, здесь же получается развитие активной гражданской позиции, и развитие правового сознания.

Вследствие всего этого мы получим индивида, обладающего предпринимательской инициативой и готового к созданию конкурентной среды, посредством активного вовлечения учеников общеобразовательных учреждений в процесс интерактивного формирования гражданского общества с помощью политических инструментов на первом уровне в рамках школы, на втором уровне в рамках административных районов, на третьем уровне в рамках городского округа.

В целом можно сделать вывод, что реализация проекта обеспечит развитие экономики города за счет притока обучающихся и специалистов в экономику городского округа города Уфа, повышение сбалансированности спроса и предложения на рынке труда, образование сетевого взаимодействия – школа – среднее профессиональное образование – вуз – бизнес, увеличение активности сотрудничества между сферами бизнеса, образования и др., накопление отношенческого капитала, создание единого информационного центра, объединяющий сферы бизнеса и образования, формирование профессиональной элиты для инновационного развития г. Уфа, повышение заинтересованности вузов в подготовке потенциальных студентов с профильным мышлением и др.

Научные руководители: Н. А. Кузьминых,
кандидат экономических наук, доцент;
Э. И. Исхакова,
кандидат экономических наук, доцент

Д. М. Дарешева, Г. М. Ильясов
*Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева,
г. Астана, Республика Казахстан*

Внедрение автокемпингов сети «Тұлпар» как возможность рационального использования незастроенных земель в черте городов Республики Казахстан (на примере города Астана)

Аннотация. Во всем мире рациональное использование незастроенных земель в черте современных городов является одной из приоритетных задач на пути развития государства. Земельные ресурсы – важное национальное достояние, один из главных источников общественного богатства страны и благосостояния людей, основополагающий объект роста всех отраслей экономики. В развитых странах Европы, в США, ОАЭ, Китае, Турции проблему эффективного использования потенциала земельных ресурсов в условиях рыночной экономики результативно решает туристская отрасль. Большим спросом сегодня пользуется автокемпинговый (автомобильный) туризм, который способствует расширению дорожной сети, организации инфраструктуры придорожного сервиса. В данной научной работе рассмотрена возможность формирования сети автокемпингов вдоль активных автомагистралей внутреннего и международного значения как способ рационального использования незастроенных земель в черте городов Казахстана (на примере города Астана).

Ключевые слова: автокемпинг; рациональное использование земель; социально-экономическое благосостояние; автотуризм; караванинг; автокемпинговый туризм; инфраструктура города; международные отношения; геополитическое расположение.

На сегодняшний день караванинг (автотуризм), организация которого не требует больших затрат, очень популярен во всем мире. Ресурсы Астаны позволяют развивать караванинг и автокемпинговую индустрию, но при этом автотуризм не развит, как и в Казахстане в целом¹. Актуальным является разработка мероприятий по развитию автотуризма в столице и ее окрестностях, а в последствии и во всей республике.

Задачами научно-исследовательской работы являются:
оценка социально-экономического состояния Астаны;
анализ развития автотуризма в городе: определение проблем и перспектив развития данного вида туризма;
предложение внедрения автокемпингов сети «Тұлпар» как возможность рационального использования незастроенных земель в черте городов Казахстана (на примере города Астана).

¹ *Динамика* развития Астаны за 18 лет. URL: <http://www.inform.kz>; *Астана* – лидер среди регионов по социально-экономическому развитию. URL: <http://www.nomad.su>.

Объектами исследования являются рынок автотуризма Астаны, незастроенные участки в черте города.

Новизной научно-исследовательской работы является предложение формирования сети автокемпингов в черте городов Казахстана (на примере города Астана) в качестве эффективного использования незастроенных земель.

Инновационная направленность и оригинальность основана на особенностях предлагаемой сети автокемпингов, представляющих собой тревел-парки, которых на сегодняшний день на казахстанском рынке нет; автокемпинги сети «Тұлпар» будут выполнены в национальном стиле и расположены в черте города Астана (а в последующем, возможно, и в черте других городов, где проходят активные участки автодорожной сети Республики).

Большой импульс всему экономическому развитию столицы придаст Международная специализированная выставка ЭКСПО-2017, подготовка к которой идет полным ходом. Продлится она всего 3 месяца, с 10 июня по 10 сентября 2017 г. в Астане. При этом ожидается наплыв иностранных туристов из России, Китая, США и Европы, где автокемпинговый туризм довольно популярен. Основной поток ожидается из соседних стран, поэтому им удобнее и дешевле приехать на собственном, или арендованном авто¹.

Астана имеет выгодное географическое положение, практически в центре Казахстана, окруженная бескрайними степями. 7 февраля 2017 г., указом Назарбаева, в границы Астаны была включена часть земель Целиноградского района Акмолинской области общей площадью 8 719 га². Изменение границ и присоединение нескольких населенных пунктов к городу влечет за собой вопрос о рациональном использовании незастроенных земель в черте столицы.

В качестве эффективной эксплуатации земли в черте города Астана, можно предложить строительство автокемпингов сети «Тұлпар». Автокемпинги сети «Тұлпар» будут располагаться в черте города Астана. Расположение кемпингов обусловлено географическим положением города: столица расположена в центре Казахстана, через который проходят важные внутренние и международные (по направлениям: Китай, Россия, Киргизия) автомагистрали, а также наличием автотуров через Астану³. Автокемпинги представляют собой тревел-парки, включающие в себя двухэтажный мотель с одноместными и двухместными номерами, кафе, магазин, автостоянку для легковых и грузовых

¹ Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 г.

² Изменены границы Астаны. URL: <https://kapital.kz/gosudarstvo>.

³ Официальный сайт Министерства национальной экономики Республики Казахстан. URL: <http://www.statgov.kz>.

автомобилей, кемперов, шиномонтажную мастерскую, АЗС. В оформлении автокемпингов будет присутствовать национальный колорит. Территория придорожного сервиса будет обеспечена необходимой инфраструктурой: электро- и водоснабжение, сотовой телефонной связью.

Структура автокемпинга:

площадь земельного участка, отводимая под пункт придорожного сервиса, составит порядка 2000 м²;

мотель (590 м²): 2 этажа, 13 номеров, 2 отдельных душа и туалета (на этаж). Состоит из: 10 номеров эконома класса (6 двухместных номеров, 4 одноместных номера), 3 двухместных номера-люкс (с душем и туалетом). Разделение номеров по классам обусловлено ориентацией на клиентуру разных слоев населения, учитывая их платежеспособность. В номерах эконома класса душ с санузлом не предусмотрен, поэтому на двух этажах предусмотрены общий душ и уборная;

прачечная (10 м²) будет расположена на 1-м этаже мотеля; помещение с 2 стиральными машинками вместимостью 4 кг с сушилкой.

кафе (100 м²), в меню которого будет завтрак, обед и ужин. Вместимость – 40 чел. Всего 10 столов на 4 персоны;

магазин (15 м²);

огражденная стоянка под видеонаблюдением (1 215 м²) для 15 легковых, 12 грузовых автомобилей и автодомов;

шиномонтажная мастерская (70 м²)

Воспользоваться душем, услугами прачечной, магазинов, кафе, шиномонтажных мастерских смогут также и туристы, путешествующие на автодомах и просто проезжие.

Перед всем миром сегодня нависла проблема загрязнения окружающей среды. Казахстан, равняясь на развитые страны, следует «зеленой экономике». В 2017 г. наша Республика выпустит электромобиль, стоимостью 5 тыс. дол., который сможет проехать без подзарядки до 300 км. Полная зарядка займет не более 3–4 ч, и ее стоимость не превысит 150 тенге. Автомобиль будет представлен на ЭКСПО-2017¹. Ожидается, что через 5 лет весь Казахстан пересядет на электромобили, поэтому наличие автокемпингов сети «Тұлпар» в черте городов Республики, где будут предусмотрены заправки для электрокаров, придется кстати. Время ожидания подзарядки машины водитель может провести в кафе автокемпинга, или отдохнуть в мотеле.

Ожидаемые результаты:

эффективное освоение незастроенных земель в черте города Астана;

¹ *Казахстан* к 2017 г. выпустит электромобиль стоимостью 5 тыс. долларов. URL: <https://new.yk-news.kz>.

развитие инфраструктуры столицы, приток иностранных и внутренних туристов в город, а следовательно, и в весь Казахстан;
создание новых рабочих мест, возможность трудоустройства жителей сел, расположенных вблизи Астаны (Малиновка, Максимовка и т. д.);
привлечение казахстанских предпринимателей к работе в сфере туризма;
укрепление дружеских отношений с соседними странами и налаживание транспортных сообщений между столицей и другими городами Казахстана;
повышение уровня жизни региона;
развитие внутреннего и въездного туризма в контексте международных интеграционных процессов;
переход населения на электромобили.

Научный руководитель: А. Н. Шаимова

Е. И. Калинина, Е. А. Лапин

Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Закрытый парк отдыха и развлечений «Green Heart»

Аннотация. Выявление в природе духовного начала – одна из вечных проблем человечества в истории. Поиск гармонии в отношениях человека и природы, социума и культуры, природы и науки привел к пониманию тесной взаимосвязи всех сторон жизни людей с окружающей средой. Вероятно, сложившаяся экологическая обстановка в мире прямо пропорциональна уровню экологической культуры людей, но чем раньше люди начнут просматривать результаты своей деятельности и корректировать цели, соизмеряя их с возможностями природы, тем быстрее можно будет перейти на более высокую степень отношений человека и природы. Экологическая культура является составной частью общей культуры личности и общества. В связи с этим возникает необходимость ее развития. Закрытый парк отдыха и развлечений «Green Heart» представляет собой не только объект повышения инвестиционной, туристической, имиджевой привлекательности Самарской области и РФ, но и объект, создающий благоприятный микроклимат, положительно влияющий на здоровье людей.

Ключевые слова: парк; достопримечательность; экология; микроклимат; развлечение; здоровье.

Проектом предлагается организация строительства и эксплуатации закрытого парка отдыха и развлечений «Green Heart» в городе Самара. Объект представляет собой застекленное здание, внутри которого поддерживается определенный теплый микроклимат, позволяющий круглый год любоваться посетителям зелеными растениями и водной оранжереей. Парк не имеет аналогов в РФ и Европе. Тип строительства

– новое строительство. Требуемый объем инвестиций 3 млрд р. (средств бюджета городского округа Самара в размере 1,5 млрд р., частного партнера(-ов) в размере 1,5 млрд р.). Реализация проекта – 13 месяцев. В процессе реализации проекта большое внимание будет уделено кадровым вопросам, к моменту открытия парка будут обучены и наняты 23 сотрудника.

Актуальность заключается в том, что проект является инновационной культурной достопримечательностью, которая позволит привлечь туристов и повысить уровень имиджа города.

Парк не имеет аналогов в РФ и Европе. Единственный аналог в мире существует в Сингапуре¹. Также необходимость создания парка Green Heart обусловлена отсутствием в Самаре инновационных достопримечательностей. Возведение парка Green Heart позволит улучшить имидж Самарской области, повысить престиж посещения Самары, привлечь туристов и решить целый ряд задач, среди которых, к примеру, создание инновационных объектов-достопримечательностей.

В ходе создания проекта были использованы инструменты: SWOT-анализ, дорожная карта, социологический опрос, эмпирические и общелогические методы исследования, проведен анализ социально-экономических показателей Самарской области.

Для реализации проекта описаны финансовые показатели доходности и окупаемости проекта, рассчитана предварительная смета, структура инвестиций, расходы на оплату труда, показатели бюджетной эффективности.

В рамках рассматриваемого проекта предполагается строительство закрытого парка отдыха и развлечений «Green Heart». Объект представляет собой архитектурную и государственную ценность. В рамках строительства планируется возведение стеклянного здания с системой ГВС, ХВС, а также солнечных батарей в достаточном количестве для самообеспечения парка электроэнергией. Внутри парка планируется разведение флоры и фауны (ботанический сад, водная оранжерея, заселение парка различного рода живностью). Так же на территории парка будут расположены арендные площади, детские игровые площадки, гардероб, туалет. В перспективе на территории комплекса ожидается приток компаний развлекательного направления, аттракционов, ресторанов. Главная особенность парка в создании и поддержании микроклимата, который позволит любоваться цветущей растительностью в любое время года.

Чаще всего, люди, проживающие в больших городах подвержены влиянию загрязненного воздуха, нервного напряжения, стрессов связанных с работой, учебой и пр. Это зачастую плохо сказывается на фи-

¹ Сингапур: Сады у залива (Gardens by the Bay).

зическом и духовном здоровье. Время от времени люди должны отдыхать от городской суеты. Отдых в теплых странах – такое удовольствие может позволить себе не каждый, да и просто выбраться за пределы города на пикник довольно хлопотно [2]. Парк «Green Heart» это замечательное место где возможно насладиться красотой природы, чистым воздухом.

Сюда можно приехать приследуя самые разные цели: заняться своим физическим здоровьем в спортивном зале; прогуляться вдоль высоких деревьев, наслаждаясь цветущими оранжереями и стриженными лужайками; провести незабываемый праздник, романтический ужин вам помогут в ресторане «Green Heart», ресторан с музыкальным сопровождением и потрясающим панорамным видом на город;

Самым запоминающимся местом парка станет водная оранжерея с рыбками и прекрасной парой лебедей. Возле каждого вида растений будет расположена информационная табличка с названием.

При отдыхе в лесу, усиливаются биотоки мозга. Это связано с чистым, влажным воздухом. Кроме очистки воздуха, растения имеют и другие полезные свойства для человека. Зеленый цвет растений снимает усталость, снижает глазное давление и наполняет кровеносные сосуды. Кроме всего этого красота цветов и прочих растений благоприятно влияет на настроение человека [1].

Большинство людей имеют личный транспорт, для того чтобы посетители не испытывали дискомфорта, обязательным условием становится возведение площадки для парковки машин, количество мест которой составит 6 000, для большего удобства оснащенных разметкой. Так же предусмотрена парковка для велосипедов.

Вокруг здания парка будет расположена асфальтированная площадка и ведущие к ней дорожки со всех сторон Ботанического сада. С целью большего привлечения внимания и безопасного посещения по всему периметру внешней территории важно обеспечить качественное освещение. Это связано с тем, что работать лампам освещения придется в различных климатических условиях: высокая жара, снег и оледенение, град, дождь, сильные порывы ветра. Таким образом, стоит отдать предпочтение тем осветительным приборам, чей класс влагозащищенности будет 65IP и выше. Для подсветки будут использованы светильники на специальных столбах (прожекторных мачтах), которые будут расставлены симметрично на расстоянии примерно 100 м. Высота столба примерно 18–20 м, на каждой мачте около 5 прожекторов. Световой поток должен составлять 400 Вт.

Корпус здания парка выполнен из армированного стекла. Внутренний алюминиевый профиль состоит из стойки и ригеля. Внешний – из зажима и декоративной крышки. Между внутренней и наружной си-

стежами устанавливаются резиновые уплотнители. Ими зажимается стекло в стеклопакете.

Стеклопанель фасада не должна быть хрупкой. Стекло должно противостоять случайному удару, быть стойким при взломе или в случае вандализма, обладать пулезащитными свойствами.

Внутри армированного стекла – металлическая сетка. Она не позволяет стеклу рассыпаться на осколки при ударе. На стекле образуются трещины. Ламинированное стекло состоит из нескольких слоев стекол. Такие стекла, как и армированные, не рассыпаются, а покрываются трещинами. Они толстые и поэтому обеспечивают хорошую теплоизоляцию, звукопроницаемость и пожаробезопасность.

При создании сплошного стеклянного фасада используется солнцезащитное стекло, которое имеет цветное непрозрачное покрытие из эмали. Это снижает эффект «полосатости» фасада и создает сплошную зеркальную поверхность.

Таким образом, в работе обусловлена необходимость возведения закрытого парка отдыха «Green Heart», произведены все необходимые исследования, касательно экономической и социальной эффективности проекта. Доказан положительный экономический эффект от возможной реализации проекта

Библиографический список

1. *Глазачев С.* Экологическая культура мира – приоритет безопасности планеты // Зеленый мир. 2003. № 910.

2. *Когай Е. А.* Экологическая парадигма культуры и образования // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 4.

Научный руководитель: Ю. В. Павлов

А. Е. Копанева, Т. Е. Копанева

*Кумертауский филиал Оренбургского государственного университета,
г. Кумертау*

KinderCity, или Город, комфортный для детей

Аннотация. Рассматриваются вопросы создания развитой инфраструктуры городской среды городского округа Кумертау, комнат для мамы и малыша в парках и скверах, благоустройства детских площадок, строительство центра инновационного творчества детей и молодежи для привлечения к научно-исследовательской, инженерно-технической и проектной деятельности.

Ключевые слова: уличные комнаты для мамы и малыша; детская площадка; центр инновационного творчества детей и молодежи; роботехника; прототипирование.

Городской округ города Кумертау расположен в 250 км от не города Уфы и не в 150 км от города Оренбурга, в предгорьях южной части Уральских гор, на границе Республики Башкортостан и Оренбургской не области, его площадь составляет 170 км².

По своему географическому положению городской округ города Кумертау находится в лесостепной зоне. Граничит: на севере – с Мелеузовским, на востоке, юге и западе – Куюргазинским районом Республики Башкортостан. Земельныйне фонд городского округа составляет около 17 тыс. га.

В настоящее время в городском округе города Кумертау большое количество детского и молодого населения. Так в 2016 г. число родившихся составило 753 чел.¹ Специально для наших любимых деток создается данный проект «KinderCity или город комфортный для детей».

Проект является многоуровневым и включает в себя следующие направления:

1) для детей от 0 до 1 года – уличные комнаты для мам и малышей «HAPPY МАМА»;

2) для детей от 1 до 10 лет – многофункциональные детские площадки – «Детская площадка в каждом дворе МО городского округа города Кумертау»;

3) для детей и молодежи от 4 до 20 лет – Центр инновационного творчества для детей и молодежи «ACTIVE BRAIN».

Для необходимости реализации данного проекта было проведено маркетинговое исследование путем анкетирования граждан. Всего в опросе приняли участие 3159 жителей г. Кумертау.

Вопросы анкеты.

1. Как вы думаете – удобно ли маме с малышами гулять в городских парках? (Да, Нет, Не знаю).

2. Нужно ли поставить в городских парках комнаты для мамы и малышей, чтобы она могла его покормить и переодеть? (Да, Нет, Не знаю).

3. Устраивает ли Вас детская площадка в Вашем дворе? (Да, Нет, Не знаю).

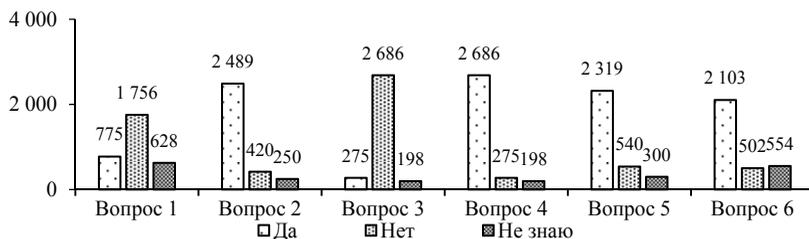
4. Нужно ли благоустройство придворовых детских площадок в нашем городе? (Да, Нет, Не знаю).

5. Нужен ли городу Центр по обучению детей техническим направления развития (роботехника, прототипирование, IT-технологии)? (Да, Нет, Не знаю).

6. Отдали бы Вы ребенка в такой Центр? (Да, Нет, Не знаю).

¹ *Официальный сайт городского округа города Кумертау Республики Башкортостан. URL: <http://www.adminkumertau.ru>.*

Результаты опроса представлены на рисунке.



Результаты опроса населения о необходимости реализации проекта, чел.

Уличные комнаты для мамы и малыша «HAPPY МАМА». В целях благоустройства городских парков и скверов, мы предлагаем организовать уличные комнаты для мам с малышами.

К реализации проекта предполагается привлечь Стройотряды Кумертауского филиала ОГУ (зарегистрированные в РСО), для изготовления и установки уличных комнат.

Суть данного направления в том, что скверы теперь будут максимально адаптированы для мам – будущих и с младенцами. Теперь можно смело сказать, что они станут зоной комфорта для данной категории женщин.

В городском округе города Кумертау можно выделить три основных места для прогулок мам с малышами.

- 1) ПКиО им. Ю.А. Гагарина;
- 2) Парк Победы (Вечный огонь);
- 3) Парк Коммунальщиков.

В табл. 1 представлены затраты на реализацию.

Т а б л и ц а 1

Затраты на реализацию

Наименование объекта	Количество	Цена, р.	Стоимость, р.
Постройка комнаты	3	30 000	90 000
Пеленальный столик	3	3 000	9 000
Кресло	3	4 000	12 000
Шкаф с раковиной	3	7 500	22 500
Светильники	9	1 000	9 000
<i>Итого</i>			<i>141 500</i>

Источник: Составлено по: Франшизы, руководства и бизнес-планы – ведущий российский портал. URL: <http://www.openbusiness.ru>.

Детская площадка в каждом дворе городского округа города Кумертау. Практически в каждом дворе есть детская площадка. К сожалению, часто ее состояние оставляет желать лучшего. Реконструкция качелей, ремонт горки, замена песка в песочнице, установка игрового оборудования – все это мы хотим реализовать в своем проекте.

В последние несколько лет на территории муниципального образования городского округа город Кумертау проводятся работы по благоустройству, которые практически не затрагивают благоустройства дворовых территорий жилых домов, массового отдыха, муниципальных учреждений¹.

Все игровые площадки для улицы должны соответствовать уровню физического развития ребенка, стимулировать уже имеющиеся способности и помогать приобретать новые навыки. Детские площадки должны быть максимально адаптированы для детей с ограниченными возможностями здоровья. Важной особенностью правильного детского комплекса является возможность самостоятельной и активной деятельности ребенка, без участия взрослого человека. Поэтому все площадки, как правило, должны быть оформлены максимально ярко, а установленные на площадке сооружения могут позволить придумать самые разнообразные варианты их использования.

Т а б л и ц а 2

Средняя стоимость приобретения и установки одной детской площадки

Сооружение	Стоимость сооружения, р.
Детская площадка, всего	50 000
В том числе:	
Башня с горкой	26 000
Качели двухместные	15 000
Гимнастическая стенка	5 000
Баскетбольный щит	4 000
Установка детской площадки	10 000
<i>Итого</i>	<i>60 000</i>

Источник: Составлено по: *Франшизы*, руководства и бизнес-планы – ведущий российский портал. URL: <http://www.openbusiness.ru>.

По возможности, установка (табл. 2) детских площадок происходит во дворах отдельно для каждой возрастной группы. Всего их три – для малышей до 3 лет, для детей дошкольного возраста (3–7 лет)

¹ *Динамика* устойчивого развития // Общественно-политическая газета города Кумертау Республики Башкортостан «Кумертауское Время». 20 февраля 2017 г. URL: <http://www.kumertime.ru/2017/02/dinamika-ustojchivogo-razvitiya>.

и для детей младшего школьного возраста (7–12 лет). На практике, из-за отсутствия достаточного места, во дворе дома размещаются аттракционы для разных возрастных групп. Такой вариант, зачастую, единственно возможный способ организовать детскую зону. Распределение объемов финансирования Проекта представлено в табл. 3.

Т а б л и ц а 3

Распределение объемов финансирования Проекта

Источник финансирования	Распределение объемов финансирования, в том числе по годам, тыс. р.			Всего
	2017	2018	2019	
Городской бюджет	3 000	3 000	3 060	9 060
Средства жильцов МКД	1 980	1 980	1 980	5 940
<i>Итого</i>	<i>4 980</i>	<i>4 980</i>	<i>5 040</i>	<i>15 000</i>

Центр инновационного творчества для детей и молодежи «ACTIVE BRAIN». Актуальность создания Центра обусловлена необходимостью профориентации молодежи и ее привлечения к научно-исследовательской, инженерно-технической и проектной деятельности, а также большим спросом на персонал с навыками 3D-моделирования и 3D-программирования.

Направления деятельности Центра:

- 1) детская химико-физическая лаборатория «KinderУМ»;
- 2) робототехника;
- 3) клуб IT-технологий детей ITeen –WORLD;
- 4) молодежный PR-центр;
- 5) прототипирование.

Е. А. Кутузов

Рязанский государственный радиотехнический университет, г. Рязань

Проектное управление в процессе повышения культурно-патриотического воспитания горожан

Аннотация. Каждый населенный пункт состоит из десятков, сотен, а порой и тысяч улиц, многие из которых названы в честь выдающихся людей, деятелей культуры, науки, современников и личностей из давно прошедших времен. Ежедневно добираясь до места работы, учебы и по другим делам, жители городов настолько привыкли к этим названиям улиц, что перестали идентифицировать их с историческими личностями. Этому способствовала и неправильная топонимика российских городов, исключившая из многих названий улиц инициалы прославленных людей, оставив только их

фамилии. Но знать о людях, именами которых названы улицы городов, означает знать историю и культуру страны, где ты живешь, знать ее народ.

Ключевые слова: патриотическое воспитание; популяризация подвигов героев и видных деятелей России; улица города; проектное управление.

Биографии людей, в честь которых названы улицы Рязани, являются яркими страницами истории России, и они внесли великий вклад в развитие нашего государства.

Исследования показывают, что у большинства молодых граждан недостаточно сформированы знания о родном городе, школьники и студенты сомневаются в ответах, недостаточно владеют информацией, многие лица старшего возраста затрудняются в знании исторических событий своей страны и людей, участвовавших в них, а также не имеют возможности посещать культурные учреждения из-за высокой занятости.

По данным Всероссийского теста по истории Отечества, проведенного в 2015 г., жители Рязанской области довольно хорошо знают историю России, но все же и велика доля тех, кто знает ее недостаточно. 61% человек набрали менее 15 баллов из 30 возможных. 39% граждан ответили на 15 и более вопросов теста. Средний возраст респондентов составил 22,7 лет¹. Конечно же, оценка исторической грамотности населения показала не лучшие результаты. Но нельзя в один момент «восполнить пробелы в знаниях» миллионов россиян. Это должна быть систематическая работа всей общественности.

Наиболее эффективным решением в контексте данной проблематики является внедрение проектного управления. В соответствии с определением стандарта ANSI PMBoK, проектное управление – это область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются четкие цели проекта при балансировании между объемом работ, ресурсами (такими как деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др.), временем, качеством и рисками [2]. Ключевым фактором успеха проектного управления является наличие четкого заранее определенного плана, минимизации рисков и отклонений от плана, эффективно-го управления изменениями.

Разработка и реализация проекта, направленного на повышение эффективности культурно-патриотического воспитания горожан, должна опираться на государственные программы развития туризма и программу развития патриотизма в Российской Федерации². Основ-

¹ *Итоги* Всероссийского теста по истории Отечества. Региональные площадки. URL: <http://кдгр.рф/test>.

² *О Государственной программе „Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 гг.: постановление Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 1493; Об утверждении «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г.»: распоряжение Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р.*

ной механизм достижения цели проекта состоит в том, что каждый день, идя на работу, учебу и по другим делам, горожане будут видеть информацию исторического содержания, которая невольно будет оставаться в их памяти. Сведения будут накапливаться, и у жителей города сформируется единое представление об исторической и культурной составляющей города. К тому же информационные и технические решения, с помощью которых будет достигнута цель, соответствуют способам реализации стратегической роли туризма в духовном развитии, воспитании патриотизма и просвещении. Ведь если Рязанцы узнают о прославленных людях Отечества, то планируя свой отдых, они наверняка захотят посетить те знаковые места, которые связаны с выдающейся личностью.

Разработанный в рамках проектного управления комплекс мало затратных и эффективных решений, поможет познакомиться гражданам с жизнью прославленных людей отечества.

Первая группа мероприятий включает в себя решения, связанные с непосредственным размещением стационарных информационных объектов на улицах города и реконструкцией уже существующих:

- 1) баннер с краткой биографией человека и его фотографией;
- 2) стенд, который содержит историческую справку о человеке, в честь которого названа ближайшая из улиц;
- 3) придание эстетичной формы трансформаторным будкам и электрическим подстанциям, рисуя на них изображения людей, в честь которых названа улица, на которой она находится, и размещение рядом с ним информационного стенда;
- 4) адресные таблички на углах домов у тротуара, где будет написано: фамилия, имя и отчество и краткие сведения, кем являлся человек, именем которого названа улица по указанному направлению.

Размещение указанных объектов будет происходить около остановок общественного транспорта, пешеходных переходов, пересечений улиц и иных оживленных мест.

Вторая группа мероприятий группа виртуальных решений предполагает работу в сети интернет, а именно:

- 1) дополнить существующую информацию в интерактивных картах 2ГИС. На данный момент, на некоторых улицах города работает функция виртуальной экскурсии, где предлагаются фотографии данной улицы и небольшая историческая справка о ней, но предлагается дополнить существующую функцию информационными и фотографическими элементами об улицах, названных в честь известных людей;

- 2) разработать приложение, представляющее собой «квест» по улицам города, под названием: «А знаете ли вы?». Данное приложение может включать в себя два типа приключенческого способа время

препровождения на улицах города для двух категорий людей все жители и гости города и учащиеся школ города. Для второй категории квест предоставит возможность не только не расстаться с любимыми гаджетами, но и провести время на свежем воздухе, развивая свой интеллект.

Средства на реализацию проекта предлагается привлечь как из бюджета города Рязани, так и от частных инвесторов. Механизм привлечения частных инвесторов выглядит следующим образом: на информационном поле, предложенных к установке объектов, будет отведено место, где будут размещаться сведения о коммерческой организации, которая профинансировала установку информационного объекта. То есть, стенды, баннеры и другие объекты будут установлены на деньги рекламодателей. Это, так называемая, долгосрочная реклама. Обеспечение непрерывности коммуникации между частными инвестициями и современной городской средой в социальной системе является одним из основных направлений деятельности муниципальных властей через связь с общественностью, с одной стороны, и доказательством благополучного функционирования системы – с другой стороны [1].

Информация о спонсорах будет размещаться на уличных информационных объектах:

1) стендах, которые содержат навигационную карту города, где символами будут обозначены спонсоры-реklamодатели, а в сноске к карте будет отведено место для логотипа организации;

2) баннерах, где так же будет отведено небольшое рекламное поле для организации, профинансировавшей создание данного объекта.

Причем выгода для потенциальных инвесторов проекта заключается в том, что:

1) данный вид рекламы является долгосрочным – срок службы информационного объекта от 3 до 6 лет;

2) местные органы власти ограничивают количество рекламных конструкций в историческом центре, а на предложенных информационных объектах будет предусмотрено место для размещения сведений о проинвестировавшей проект организации;

3) эффективность размещения рекламы данного типа составляет – более 60%, потому что ежедневные перемещения граждан по городу, связанные с рабочими, досуговыми и иными целями, происходят через центр города;

стоимость размещения наружной рекламы на улицах города Рязани размерностью 118,4×84,1 см в среднем составляет 30 000 руб. в месяц, следовательно, в год 360 000 р., за три года стоимость услуги превысит 1 080 000 р. Не каждый предприниматель будет готов потратить такую сумму на рекламирование своей организации, а вложения

в проект будут значительно меньше от 60 000 р. до 180 000 р. за три года. При этом экономический эффект останется таким же: в среднем количество просмотров в год составляет 2 363,2 тыс. раз, а в день – 183,6 тыс. раз. То есть, все население города Рязани – 534,8 тыс. чел., как минимум увидят данную рекламу дважды.

Таким образом, разработанные механизмы с помощью проектного управления, позволяют не только сформировать единое представление граждан об исторической и культурной составляющей города, но и сделать благоустройство городских территорий коммерческим проектом, тем самым экономя бюджетные средства.

Библиографический список

1. Кистрина Э. И., Кузнецова О. И., Локтеева Г. Е., Меркулов Ю. А. Социальная ответственность власти в муниципальном управлении // Современные технологии управления – 2014: сб. материалов Междунар. науч. конф. (Москва, 14–15 июля 2014 г.), Киров: Международный центр научно-исследовательских проектов, 2014.

2. Лапыгин Ю. Н. Управление проектами: от планирования до оценки эффективности. М.: Омега-Л, 2012.

Научные руководители: Г. Е. Локтеева, кандидат экономических наук, доцент;
Э. И. Кистрина, кандидат экономических наук, доцент

Д. И. Патракова, Е. И. Патраков

Уральский федеральный университет

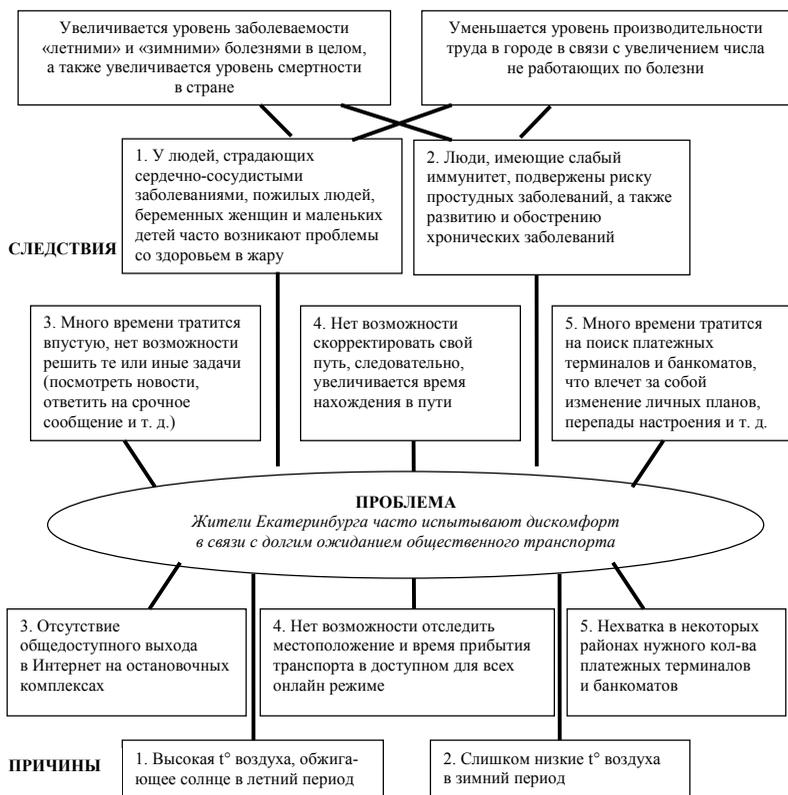
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург

Высокотехнологичный остановочный комплекс в Екатеринбурге

Аннотация. Кратко изложен проект модернизации остановки наземного транспорта «Площадь 1905 года». Данная работа направлена не только на создание комфортной зоны ожидания транспорта, но и на развитие технологической инфраструктуры города Екатеринбурга.

Ключевые слова: проект; управление проектом; транспорт; остановочный комплекс; инфраструктура.

Пассажиры города Екатеринбурга часто испытывают неудобство и дискомфорт, вызванные существующими условиями ожидания общественного транспорта (см. рисунок).



«Дерево» проблем проекта

Во-первых, климатические условия города в большей степени неблагоприятно сказываются на здоровье человека и зачастую приводят к самым неприятным и непредвиденным последствиям.

При переохлаждении организм ослабевает, тем самым создает все условия для проникновения инфекции. По статистике, такими инфекционными болезнями, как грипп и ОРВИ ежегодно болеют 5–10% взрослых и 20–30% детей [2]. Ежегодная смертность вследствие осложнений гриппа составляет 7,5–23 на 100 000 населения, причем большая часть летальных исходов приходится на лиц старше 65 лет – ту часть населения, которая является почти постоянным пассажиром общественного транспорта.

Во-вторых, техническая несостоятельность существующих остановочных комплексов не только порождает различного рода проблемы у пассажиров, но и показывает недостаточный уровень технологического развития нашего города.

В преддверии Чемпионата мира по футболу в 2018 г. в городе Екатеринбург необходимость строительства высокотехнологичных остановок увеличивается.

Целью данного социально значимого проекта является создание комфортной зоны ожидания транспорта – закрытого остановочного комплекса с обогревом и системой кондиционирования, оснащенного необходимыми современными технологиями: видеонаблюдением, мониторами для отслеживания местоположения и времени прибытия транспорта.

Миссия проекта – обеспечение комфортных условий во время ожидания общественного транспорта и повышение уровня развития Екатеринбурга за счет внедрения высокотехнологичных остановочных комплексов.

Продукт проекта представляет собой высокотехнологичный остановочный комплекс. Он прогревается в холодные (за счет инфракрасной отопительной панели) и охлаждается в жаркие месяцы (за счет системы кондиционирования). Работа инфракрасной отопительной панели основана на принципе нагревания специальных элементов устройства при прохождении через них электричества. В ходе этого процесса выделяется тепловая энергия, которая по своим параметрам идентична естественному солнечному излучению, поэтому абсолютно безопасна для человека. Остановка оснащена видеонаблюдением, мониторами для отслеживания местоположения и времени прибытия транспорта и беспроводным интернетом. Пользоваться глобальной сетью могут только пассажиры, пользующиеся общественным транспортом города. Доступ к интернету напрямую связан с электронной транспортной картой (Е-карта). Так же в павильоне имеется онлайн-карта с навигационной системой, где каждый желающий может посмотреть, как и на каком транспорте можно добраться до интересующего его места.

С целью экономии электроэнергии остановка будет функционировать только во время работы общественного транспорта (с 6:00 до 23:00) за исключением видеонаблюдения, отключение которого не предполагается.

Данный проект разработан для реализации строительства одной остановки на «Площади 1905 года» возле памятника В. И. Ленину. В дальнейшем планируется развитие сети подобных остановочных комплексов. Размер павильона будет зависеть от пассажиропотока. Некоторые остановки будут иметь внутри банкоматы и платежные

терминалы. Обслуживать остановки планируется за счет сдачи рекламных площадей в аренду и комиссионных вознаграждений от платежных терминалов, банкоматов.

Необходимые работы по проекту и сроки их реализации представлены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Необходимые работы по проекту и сроки их реализации

Работы	Длительность, дн.	Начало	Конец
1. Составление сметы затрат	14	01.08.17	14.08.17
2. Определение объема работ и сроков их выполнения	10	01.08.17	10.08.17
3. Согласование сметы затрат, сроков осуществления проекта и других вопросов с инвестором и подписание необходимых документов	7	15.08.17	21.08.17
4. Выбор наиболее подходящего места для строительства остановочного комплекса по пассажирообороту	5	22.08.17	26.08.17
5. Закупка и поставка необходимых для остановочного комплекса строительных материалов	14	22.08.17	05.09.17
6. Заказ и поставка специального оборудования и техники для остановочного комплекса	30	22.08.17	21.09.17
7. Проектирование остановки и планирование строительных работ по объекту	10	27.08.17	06.09.17
8. Планировка: оборудование, техника, сеть	7	27.08.17	03.09.17
9. Производство, монтаж, установка закрытой остановки	25	07.09.17	31.09.17
10. Установка освещения, инфракрасной отопительной панели, системы кондиционирования и видеонаблюдения, онлайн-карты, платежного терминала и банкомата и беспроводного интернета	21	22.09.17	11.10.17
11. Согласование с банком всех вопросов по обслуживанию банкомата в остановочном павильоне	5	27.08.17	01.09.17
12. Установка банкомата	3	22.09.17	24.09.17
13. Подключение системы функционирования остановочного комплекса (свет, тепло, система кондиционирования, специальный монитор, онлайн-карту) по заданному графику – с 6:00 до 23:00	12	12.10.17	23.10.17
14. Подключение к платежной системе	5	12.10.17	16.10.17
15. Заключить договоры с рекламодателями по предоставлению им права размещать свою рекламу на баннерах и бегущей строке остановочного комплекса	20	27.08.17	16.09.17
16. Окончательная уборка строительной площадки	3	24.10.17	26.10.17
17. Контрольная проверка всей системы остановочного комплекса	3	27.10.17	29.10.17
18. Запуск остановочного комплекса	1	30.10.17	30.10.17

Для оценки эффективности проекта, т. е. расчета срока окупаемости и чистого дисконтированного дохода, необходимо определить финансовый план проекта.

Финансовый план включает в себя инвестиционные затраты, постоянные затраты (оборотные средства) и доходы.

Инвестиционные затраты будут складываться из таких статей как: покупка и установка оборудования, заработная плата участников проекта и дополнительный резерв. По предварительным расчетам сумма инвестиционных затрат будет равна 2 368 850 р.

Постоянные затраты будут включать такие статьи расходов как: обслуживание остановочного комплекса; плата за видеонаблюдение, беспроводной интернет, поддержку программ; заработная плата управляющего остановочным комплексом. По предварительным расчетам сумма постоянных затрат будет равна 45 000 р.

Доходы будут приносить реклама на стендах остановочного комплекса и видео-реклама, аренда места под банкомат и платежный терминал. Сумма доходов будет равна 115 000 р.

Срок окупаемости рассчитывается по следующей формуле [1]:

$$PP = \frac{K}{\text{ЧП}},$$

где PP – срок окупаемости; K – сумма первоначальных вложенных средств; ЧП – чистая прибыль (средние доходы – расходы).

$$PP = \frac{K}{\text{ЧП}} = \frac{2\,368\,850}{115\,000 - 45\,000} \approx 34 \text{ мес.} \approx 3 \text{ года.}$$

Срок окупаемости по проекту составит около трех лет.

Перейдем к расчету чистого дисконтированного дохода (NPV). Для расчета данного показателя воспользуемся следующей формулой [1]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0,$$

где CF_t – денежный поток на интервале планирования t ; r – ставка дисконтирования; I_0 – первоначальные инвестиции проекта.

Подробный расчет представлен в табл. 2.

Чистый дисконтированный доход проекта составит 815 411 р. Так как $NPV > 0$, следовательно, проект принесет прибыль.

В заключении стоит отметить, что проект строительства высоко-технологичного остановочного комплекса в Екатеринбурге в большей

степени является социальным и направлен на обеспечение комфортных условий во время ожидания общественного транспорта и повышение уровня развития города. Поэтому большой срок окупаемости не должен стать преградой при реализации проекта.

Т а б л и ц а 2

Расчет NPV проекта

<i>t</i>	Первоначальные затраты	Доходы	Расходы	<i>CF</i>
0	2 368 850			-2 368 850
1		1 380 000	540 000	840 000
2		1 380 000	540 000	840 000
3		1 380 000	540 000	840 000
4		1 380 000	540 000	840 000
5		1 380 000	540 000	840 000

Библиографический список

1. *Абрамов Н. В., Мотовилов Н. В., Наумов Н. Д.* Управление проектами: учеб. пособие. Нижневартовск, 2008.

2. *Шестакова И. В.* Грипп и ОРВИ: актуальная проблема современности // *Эпидемиология и инфекции*. 2016. № 1(3).

Научный руководитель: О. Ю. Яценко,
кандидат педагогических наук, доцент

ОЦЕНКА
РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
НАУЧНЫХ РАБОТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ)



O. Akhmetzianova, Jianing Mi
Harbin Institute of Technology, Harbin

Assessment of Chinese government industrial program on commercial aircraft manufacturing industry

Abstract. China's Government is established the development of high-technology industries like commercial aircraft manufacturing. It uses a variety of auxiliary and main programs and policies to make national champions, its preferred approach to fostering the growth of these industries. The Chinese government would get benefits from well-planned and developed existing programs and policies for commercial aviation manufacturing. In this case the Chinese government would reasonable to modify its present programs and policies, generate more equal business environment for both foreign and Chinese commercial aviation manufacturers.

Keywords: assessment; aircraft; efficiency; industry; manufacturing.

Since the end of 1978, China's economy has developed very quickly because of introducing of reform and opening up policy. At that time China's gross domestic product (GDP) was just \$263 billion but today China is the second largest economy in the world with GDP which is equal \$11 392 billion. Despite the fact that a large number of changes was made during economic policy following the introduction of reforms in 1978, attitudes toward foreign direct investment (FDI) have been one of the most important. China consistently opened up its economy to FDI in more regions.

The inflow of FDI, rapid rise in exports, new industries in China have contributed to high economic growth. Foreign direct investment is gradually momentous for China's prosperity. In 2001 People's Republic of China (PRC) became a member of the World Trade Organization (WTO) in 2001. Prior to joining the WTO, China made a big amount of policy changes that improved foreign access to Chinese markets for goods and services. It also made a number of commitments to continue to open its markets following membership. Considerable time China's joining the WTO, neither the EU nor the United States recognize China as a market economy.

In accordance with WTO rules China cannot adopt foreign investment conditional upon the existence of domestic competitors or on any performance requirement including technology transfer or obligations to conduct research and development activities in China. In spite of it, the Chinese government has maintained some policies to induce the transfer of technologies from foreign manufacturers and intensify production. Occasionally, certain policies do not appear to be compliant with WTO rules.

Improvements in China's workforce, manufacturing technologies, and materials have enabled the country to enter new, more technologically sophisticated industries. The Chinese government defines several industries

as «strategic» and provides support so called «national champions» in order to stimulate sustainable economic development. National program for Scientific and Technological Development specifies course on Commercial Aircraft Manufacturing Industry as one of the sixteen priorities listed in the Medium/Long term (2006–2020). The success of program implementation on Commercial Aircraft Manufacturing Industry is therefore of great significance to the Chinese government, which is emphasized by the huge financial support.

In supporting China's last several Five-Year Plans and above-mentioned programs, the PRC created the Commercial Aircraft Corporation of China (COMAC) in 2008 that is engaged in producing, developing and launching a regional jet, the ARJ21, and a single-aisle LCA, the C919. However, both aircrafts still do not have the international certification. It means they cannot fly outside the local Chinese market.

Furthermore, neither aircrafts, nor COMAC, has validated data of operating costs and safety records. This way, even if these aircrafts are cheaper for production, the likely higher operating costs can be a complex and serious problem to customers.

In this context we would to propose for the Chinese Government switching from strong focusing on specific industries to paying its attention on establishment of a friendly business environment in relation to all companies: international, individual, state-owned. China's leadership has intention to put the country at the cutting edge of global modern science and technology. The PRC has incredibly talented engineers and scientists. In addition, China has its own very successful multinational companies.

In our view, the Chinese government would reasonable to modify its present programs and policies, generate more equal business environment for both foreign and Chinese commercial aviation manufacturers. The benefits of such a policy revising for China will be appreciable in the framework of more reasonable allocation of investment, better unification into global technology supply chains, and noticeable conservation of putting funds currently going to assist national champions to better uses.

We prepared a program of implementation that is aimed at creating international joint reciprocal company with giant as Boeing or Airbus. This initiative will help to adopt the experience of foreign colleagues on the official basis. This kind of project gives more opportunity to learn how run this business, for example, to take basic rules how to properly invest in a particular program of Commercial Aircraft Manufacturing Industry. Moreover, it gives mutual effect for Western companies creating a big platform of collaboration and opinions, experience exchange in this field.

В. С. Гагарина

Амурский государственный университет, г. Благовещенск

Деятельность органов власти по привлечению инвестиций в регион (на примере Министерства экономического развития Амурской области)

Аннотация. Представлена теоретико-правовая база деятельности региональных органов власти по привлечению инвестиций. Проведен анализ динамики и структуры инвестиций в Амурской области и направлений деятельности Министерства экономического развития Амурской области. Выявлены существующие проблемы привлечения инвестиций в регион и предложены пути их решения.

Ключевые слова: инвестиции; инвестиционная политика; инвестиционная привлекательность; инвестиционный климат; инвестиционный потенциал; инвестиционный риск; государственно-частное партнерство.

Инвестиции представляют собой вложение средств с целью получения дохода или иного полезного результата. Сущность инвестиций определяется выполняемыми ими функциями: стимулирующей, регулирующей, распределительной, индикативной. От инвестиций зависит уровень социально-экономического развития регионов.

Государство участвует в привлечении инвестиций путем прямого и косвенного регулирования, которое предполагает проведение инвестиционной политики. Выделяется инвестиционная политика Российской Федерации, субъектов РФ и муниципальных образований.

С целью создания благоприятных условий для привлечения инвестиций, в 2011 г. Правительство РФ учредило Агентство стратегических инициатив (АСИ). Главными инициативами АСИ по созданию благоприятного инвестиционного климата в регионах стали Региональный инвестиционный стандарт и Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ.

Законодательство, регулирующее инвестиционную деятельность в России включает два уровня: общее и специальное. Общее законодательство включает гражданское и хозяйственное, а специальное включает законодательство, регламентирующее привлечение отечественных и иностранных инвестиций.

Основным законом, регулирующим инвестиционную деятельность в России, является Федеральный закон от 25 февраля 1998 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».

В соответствии с федеральным законодательством разрабатывается региональное законодательство. Так, в соответствии с Федераль-

ным законом от 25 февраля 1998 г. № 39-ФЗ, в Амурской области был принят рамочный закон от 5 сентября 2007 г. № 374-ОЗ «Об инвестиционной деятельности в Амурской области». Он является основным законом, регулирующим взаимодействие инвесторов с региональными органами власти.

Амурская область имеет выгодное приграничное положение, имея протяженную границу с Китаем. Это очень важно для России, входящей в Азиатско-Тихоокеанский Регион.

Однако в последнее время наблюдается сокращение доли инвестиций в основной капитал Амурской области в общем объеме инвестиций в основной капитал РФ. Так в 2015 г. данный показатель сократился по сравнению с 2010 г. почти на 22%. В целом в анализируемом периоде наблюдается рост инвестиций в основной капитал Амурской области почти на 24%.

По показателю «инвестиции в основной капитал на душу населения», используемому для сравнения уровня социально-экономического развития регионов, Амурская область заняла 14-е место в РФ и 5-е место в ДВФО.

В структуре инвестиций в основной капитал Амурской области по видам экономической деятельности в исследуемом периоде преобладали инвестиции в транспорт и связь.

В инвестициях по источникам финансирования в Амурской области на протяжении шести лет преобладали привлеченные средства (свыше 70%). При этом наибольший рост наблюдался по средствам, предоставляемым из федерального бюджета. Это связано с реализацией крупных инвестиционных проектов в Амурской области в рамках федеральных целевых программ.

Среди инвестиций в основной капитал по формам собственности Амурской области в анализируемом периоде преобладали инвестиции российской формы собственности. При этом наблюдается их рост на 192,5%.

Инвестиции иностранной формы собственности составляли незначительную часть и при этом сократились с 4,2% в 2010 г. до 1,3% в 2015 г.

Иностранцев инвесторов не интересуют вложения в Амурскую область. Об этом говорит динамика прямых иностранных инвестиций в Амурскую область в 2011–2015 гг. За данный период они сократились на 76%.

Чтобы повысить привлечение инвестиций в регион, органам государственной власти Амурской области необходимо проводить мероприятия по улучшению инвестиционного климата региона.

Органом, проводящим инвестиционную политику в Амурской области, является Министерство экономического развития Амурской

области. Оно проводит активную деятельность, направленную на улучшение инвестиционного климата. Так, к концу 2015 г. в Амурской области были исполнены все 15 требований Инвестиционного стандарта, разработанного АСИ. Кроме того, в 2016 г. было учреждено АНО «Агентство Амурской области по привлечению инвестиций».

Амурская область получила ряд наград за активную деятельность по привлечению инвестиций. Однако по итогам оценки агентства «Эксперт-РА» Амурская область заняла лишь 67-е место среди 85 субъектов РФ по инвестиционному потенциалу.

Действительно, несмотря на активную деятельность Министерства экономического развития Амурской области, иностранные инвесторы не проявляют желания вкладывать средства в регион. Так, резидентами территорий опережающего социально-экономического развития «Белогорск» и «Приамурская» являются лишь отечественные компании. Хотя создавались они с целью привлечения иностранных инвесторов.

Основными причинами отсутствия интереса иностранных инвесторов к Амурской области являются:

- административные барьеры;
- низкий инвестиционный климат;
- слабая инфраструктурная обеспеченность;
- неразвитая инновационная деятельность;
- слабо развитая научная деятельность;
- высокий уровень коррупции в регионе.

В силу сложившейся ситуации в Амурской области целесообразно развивать государственно-частное партнерство, предполагающее приглашение частных партнеров государством принять участие в реализации общественно значимых проектов.

Однако российское законодательство в сфере государственно-частного партнерства находится в стадии формирования. Так, основной Федеральный закон № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» был принят лишь в 2015 г.

Тем не менее, региональное законодательство, регулирующее механизм государственно-частного партнерства, было сформировано значительно раньше федерального. В частности, в 2010 г. был принят закон Амурской области № 379-ОЗ «О государственно-частном партнерстве в Амурской области». Тем не менее, механизм государственно-частного партнерства в Амурской области развит слабо. Об этом свидетельствует количество заключенных концессионных соглашений – 42 соглашения за 2010–2015 гг.

Для привлечения инвесторов к осуществлению проектов в рамках государственно-частного партнерства министерству экономического развития Амурской области необходимо проводить следующие мероприятия:

- проводить лекции, показывать презентации, давать интервью на областном канале о государственно-частном партнерстве в целях просвещения представителей бизнеса и всего населения в целом;

- осуществлять рекламную кампанию в средствах массовой информации с целью презентации новых проектов и привлечения инвесторов к сотрудничеству;

- проводить конференции в областных высших учебных заведениях, направленные на совершенствование ГЧП;

 - проводить круглые столы с участием предпринимателей области;

 - проводить социальные опросы представителей бизнеса для выявления их пожеланий;

- расширять систему поддержки инвесторов, в частности с помощью субсидирования;

- приглашать международных экспертов и экспертов из других регионов России, показавших успешную практику в области ГЧП для проведения семинаров;

 - совершенствовать региональное законодательство о ГЧП;

 - разработать областной конкурс «Лучший проект года в области государственно-частного партнерства»;

 - совместно с предпринимателями области разрабатывать проекты в области ГЧП с целью их обучения;

 - учредить автономную некоммерческую организацию, которая будет заниматься деятельностью по совершенствованию и активизации ГЧП;

 - учредить «Гарантийный фонд по исполнению условных обязательств публично-правовых органов перед частными партнерами Амурской области» с целью снижения риска для инвесторов;

 - разработать и предоставить неналоговые меры, стимулирующие деятельность инвесторов.

Таким образом, реализуя данные меры, министерство экономического развития сможет повысить активность использования механизма ГЧП.

Д. Ф. Дараган, А. В. Костромькина
*Среднерусский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации РАНХиГС, г. Орел*

Разработка механизма оценки государственного управления на основе принципа единства социального и экономического развития при формировании устойчивых связей взаимодействия в посткризисный период

Аннотация. Представлен авторский механизм оценки государственного управления на основе принципа единства социального и экономического развития. Аккумулировав знания в области развития государственного управления, авторы сформировали устойчивые внутренние связи и определили вектор дальнейшего развития страны в посткризисный период.

Ключевые слова: социальное развитие; экономическое развитие; устойчивые связи; государственное управление; посткризисный период; оценка государственного управления; государственное решение.

Изучение социальных и экономических связей внутриэлементного развития государственного управления, которые возникают в ходе улучшения механизмов управления устойчивым развитием и самих регионов на основе принципа единства устойчивого развития, видоизменения организационных схем и механизмов управления выходят на первый план изучения. Те теоретические и практические разработки, которые присутствуют в научной литературе, не в полной мере отображают реалии и действенные механизмы перехода к посткризисному периоду. При этом не рассматривается в данном аспекте проблематика субъектов управления, а именно деятельность региональных органов власти. Также отмечаем, что в настоящее время до конца не прошли визуализацию методологические основы обеспечения процессов устойчивого развития внутри региональных связей посткризисного развития.

Это связано с тем, что имеющиеся механизмы государственного управления не полно принимают во внимание многоструктурность связей региональных социальных и экономических систем. Проанализировав имеющиеся методики оценки государственного управления региона, нами отмечается, что все имеющиеся оценки сложные и трудоемкие по сбору данных. При этом отмечаем, что, несмотря на удачные управленческие решения по проведению данной оценки, представленные у различных ученых, алгоритм и действенный механизм с одновременным учетом как социального, так и экономического раз-

вития при формировании устойчивых связей взаимодействия в посткризисный период в настоящее время отсутствует.

Таким образом, решение проблемы совершенствования механизма оценки государственного управления на основе установления устойчивых связей взаимодействия в условиях посткризисного периода приобретает актуальную теоретическую и практическую значимость.

Актуальность и недостаточная разработанность указанной проблемы совершенствования механизмов оценки государственного управления на основе принципа единства социального и экономического развития при формировании устойчивых связей взаимодействия в посткризисный период определили направление нашего научного исследования, его цель и задачи.

За основу нами был взят набор показателей, которые отражены в Распоряжении Правительства РФ от 15 июня 2009 г. № 806-р «Об утверждении перечня показателей мониторинга процессов в реальном секторе экономики, финансово-банковской и социальной сферах субъектов Российской Федерации». Особенностью авторской методики, по сравнению с другими, является единство принципов государственного управления при формировании устойчивых связей взаимодействия, оперативность и объективность в условиях посткризисного развития.

**Авторская методика оценки государственного управления
на основе принципа единства социального и экономического развития
при формировании устойчивых связей взаимодействия**

Показатель	Характеристика
Показатель экономических устойчивых связей взаимодействия	$P_{\text{эк}} = F_1 \times F_2 \times F_3,$ где $P_{\text{эк}}$ – показатель экономических устойчивых связей взаимодействия; F_1 – показатель промышленного развития; F_2 – показатель развития сельского хозяйства; F_3 – уровень отгруженной продукции личного производства, выполненных работ и услуг собственными силами на душу населения
Показатель экологической устойчивости	$P_{\text{эу}} = K_1 \times K_2 \times K_3,$ где $P_{\text{эу}}$ – показатель экологической устойчивости; K_1 – уровень затрат на управленческие процессы по охране окружающей среды; K_2 – уровень инвестиционных возможностей; K_3 – уровень выбросов загрязняющих веществ
Показатель социального развития на региональном уровне	$P_{\text{ср}} = S_1 \times S_2 \times S_3 \times S_4 \times S_5,$ где $P_{\text{ср}}$ – показатель социального развития на региональном уровне; S_1 – уровень увеличения среднемесячной заработной платы работников; S_2 – уровень увеличения номинальных денежных доходов; S_3 – уровень увеличения объема услуг населению в сопоставимых ценах на платной основе; S_4 – уровень увеличения численности работающих неполное рабочее время по указанию работодателя; S_5 – увеличение уровня безработицы

Показатель	Характеристика
Показатель финансового развития на региональном уровне	$P_{\text{фр}} = T_1 \times T_2 \times T_3,$ где $P_{\text{фр}}$ – показатель финансового развития на региональном уровне; T_1 – уровень соотношения доходов и расходов бюджета; T_2 – уровень увеличения доли организаций с хорошим уровнем прибыльности; T_3 – уровень отношения дебиторской задолженности к кредиторской
Показатель устойчивости институционального развития	$P_{\text{ир}} = R_1 \times R_2 \times R_3 \times R_4 \times R_5,$ где $P_{\text{ир}}$ – показатель устойчивости институционального развития; R_1 – показатель потоков инвестиций в первоочередный капитал который соотносится с месяцем предшествующего года; R_2 – взаимозависимость поступивших сумм налогов и сборов к сумме собранных налогов, сборов и других необходимых платежей; R_3 – уровень роста показателя зафиксированные нарушения; R_4 – уровень роста показателя зарегистрированные тяжкие и особо тяжкие нарушения; R_5 – уровень роста потребительских цен на товары и услуги
Интегральный показатель государственного управления на основе принципа единства социального и экономического развития при формировании устойчивых связей взаимодействия	$I = \sqrt[5]{P_{\text{жк}} \times P_{\text{эп}} \times P_{\text{ср}} \times P_{\text{фр}} \times P_{\text{ир}}}$

Данная методика адаптирована в рассматриваемом периоде и представлена в таблице.

Такой механизм позволяет скорректировать целевую функцию государства посредством оптимизации основных целей государственного управления по основным социально-экономическим показателям, определяющим вектор роста. Интегральный показатель основывается на данных мониторинга и анализа социально-экономического развития каждого отдельного региона. В показатель включается оценка текущей экономической, социальной, экологической ситуации региона, а также оценка взаимодействия и реализации инвестиционной, агропродовольственной и других аспектов государственной политики на региональном уровне.

Таким образом, представленный подход откроет новые границы функционирования органов власти и, как следствие, будет стимулировать развитие самого государства в целом. При прохождении практики данные разработки успешно были внедрены в деятельность органов

исполнительной и законодательной власти Орловской области и получили положительные отзывы.

А. С. Дубянская, Е. Р. Булатова

Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа

Социально-экономическая эффективность государственных решений на примере Республики Башкортостан

Аннотация. В работе представлен анализ государственных решений; выявлены проблемы в данной сфере.

Ключевые слова: государство; целевая программа; принятие решений; социально-экономическая эффективность.

Цель исследования – анализ и разработка рекомендаций по улучшению эффективности принятия социально-экономических решений.

Методические рекомендации по разработке и корректировке стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан и плана мероприятий по ее реализации утверждает Минэкономразвития РФ.

Определение приоритетов, целей, задач социально-экономического развития Республики Башкортостан в Стратегии рекомендуется осуществлять на основе определения важнейших региональных и межрегиональных проблем и оценки сопряженных с ними рисков развития Республики Башкортостан, а также с учетом возможностей и региональных (межрегиональных) ограничений развития, ресурсного обеспечения и совокупного потенциала субъекта Российской Федерации в долгосрочном периоде.

Основной проблемой исследований является сложность проверки данных не только из-за отсутствия отчетов о результатах выполнения программ, но и отсутствие объективных данных для проверки результативности. Данная сложность связана в основном с социальной сферой, так как оценка ее эффективности проводится необъективно и в основном по качественным, а не по количественным параметрам.

Для анализа были выбраны следующие целевые программы.

1. «Развитие молочного скотоводства и увеличение производства молока. Комплексная модернизация 500 молочно-товарных ферм в Республике Башкортостан».

2. «Безопасность дорожного движения на 2013–2015 гг.».

3. «Комплексной программе модернизации системы профессионального образования Республики Башкортостан».

4. «Модернизация птицеводческого комплекса с целью увеличения объемов производства мяса цыплят-бройлеров и куриного яйца в Республике Башкортостан».

Руководство Республики Башкортостан отличает реализация традиционно консервативной политики в управлении региональными финансами. Минфин России опубликовал рейтинг субъектов Российской Федерации по результатам мониторинга финансового положения и качества управления финансами регионов. По результатам 2016 г. Республика Башкортостан, наряду с еще 22 регионами, получила высшую оценку и вошла в группу субъектов РФ с высоким качеством управления региональными финансами. Высшую строчку данного рейтинга регион занимает второй год подряд. Критериями оценки регионов выступают такие аспекты деятельности финансовых органов, как качество бюджетного планирования, исполнения бюджета, управления долговыми обязательствами, управления государственной собственностью и оказания госуслуг, финансовые взаимоотношения с муниципальными образованиями и степень прозрачности бюджетного процесса.

Проанализировав ряд целевых программ Республики Башкортостан, разработаны рекомендации по улучшению эффективности их осуществления.

Е. А. Иванов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование нормативной правовой базы в сфере демографической политики РФ

Аннотация. Рассматривается демографическая политика России. В ходе анализа нормативной правовой базы в сфере демографической политики выявлены ключевые проблемы ее дальнейшего совершенствования. В курсовой работе сформирован проект Федерального закона «О демографической политике в Российской Федерации».

Ключевые слова: демография; демографическая политика; население; законодательство.

В настоящее время демографическая политика в Российской Федерации динамично развивается. За последние десять лет было принято множество нормативных правовых актов в данной сфере. Отдельно можно выделить Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» и Указ Президента РФ от 9 октября 2007 г. № 1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г.».

Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» ввел в законодательство Российской Федерации такое понятие как «дополнительные меры государственной поддержки семей, имеющих детей» и закрепил за органами государственной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления право устанавливать дополнительные меры поддержки семей, имеющих детей, за счет средств соответственно бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов. Данный Федеральный закон положил новое начало развития регионального законодательства в области поддержки рождаемости, расширив и стимулировав возможности реализации собственных инициатив субъектов РФ в данном направлении. Такими возможностями воспользовалась большая часть субъектов Российской Федерации.

Указ Президента РФ от 9 октября 2007 г. № 1351 «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г.» является основным документом в сфере демографической политики РФ. Данный документ определяет цели, задачи и принципы реализации демографической политики до 2025 г. Во исполнение Указа Президента РФ № 1351 от 9 октября 2007 г. Правительством РФ были приняты три плана мероприятий по реализации данной Концепции¹. В целом, все планы мероприятий были сосредоточены на трех основных направлениях: увеличение естественного прироста, снижение смертности и увеличение продолжительности жизни. Вопрос повышения миграционной привлекательности РФ носит второстепенный характер. Все эти направления в свою очередь можно объединить в одну большую цель – стабилизация и увеличение численности населения Российской Федерации.

Таким образом, эти два документа стали отправной точкой нового развития нормативной правовой базы в сфере демографической политики на федеральном и региональном уровнях, что привело к принятию множества новых нормативных правовых актов и изменению (дополнению) существующих.

Анализ демографической политики России позволил выделить две ключевые проблемы ее дальнейшего совершенствования.

¹ *Об утверждении* плана мероприятий по реализации в 2016–2020 гг. Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года: распоряжение Правительства РФ от 14 апреля 2016 г. № 669-р; *О плане* мероприятий по реализации в 2011–2015 гг. Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г.: распоряжение Правительства РФ от 10 марта 2011 г. № 367-р; *О плане* мероприятий по реализации в 2008–2010 гг. Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г. (утв. Указом Президента РФ от 9 октября 2007 г. № 1351 и распоряжением Правительства РФ от 14 февраля 2008 г. № 170-р).

Во-первых, сегодня существует множество нормативных правовых актов напрямую или косвенно затрагивающих сферу демографической политики на уровне Российской Федерации и субъектов РФ, что стало последствием активного развития данного направления за последнее десятилетие. Отсутствие законодательного акта, систематизирующего нормативную правовую базу в сфере данной сфере, затрудняет обобщение накопленного опыта.

Законодательный процесс на федеральном уровне требует учитывать положения множества актов, носящих точечный характер в сфере демографической политики, что замедляет его проведение. В то же время количество документов, закрепляющих и изменяющих отдельные аспекты демографической политики, продолжает увеличиваться.

Обращаясь к региональному уровню, можно выделить вторую проблему – отсутствие законодательно закрепленного разделения полномочий органной государственной власти РФ, субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере разработки и реализации демографической политики. Отсутствие четкого понимания такого разграничения приводит к тому, что законотворческий процесс на региональном уровне сводится к выполнению рекомендаций, разрабатываемых на федеральном уровне, то есть к фактическому сдерживанию инициативности субъектов РФ.

Также стоит отметить и тот факт, что законодательство различных субъектов РФ в разной степени продвинулось в сфере демографической политики. Обобщение этого материала и выработка общих рекомендаций поможет «отстающим» регионам в развитии собственной нормативной правовой базы, а также может стимулировать переломные субъекты вновь продемонстрировать свой потенциал.

Решение обозначенных выше проблем сводятся к отсутствию законодательного акта, объединяющего огромную нормативную правовую базу, затрагивающую различные аспекты демографической политики, в единую структуру и закрепляющего цели, задачи, принципы, основные меры реализации и разграничение полномочий органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере демографической политики. Отсутствие такого документа сдерживает потенциал дальнейшего совершенствования нормативной правовой базы в сфере демографической политики, а его разработка и принятие могут сыграть важнейшую роль в развитии России.

Относительно демографической ситуации в России можно сказать, что сегодня наблюдаются такие положительные тенденции как рост рождаемости, снижение смертности и увеличение миграционного

прироста¹. Однако возрастная-половая структура населения говорит о большой вероятности ухудшения демографической ситуации в следующие годы, сигнализируя о предстоящем долгосрочном снижении численности женщин репродуктивного возраста и роста числа лиц пожилого возраста².

Отсутствие законодательного акта, систематизирующего нормативную правовую базу в сфере демографической политики, затрудняет обобщение накопленного опыта и дальнейшее развитие данного направления, что особенно важно в условиях риска наступления нового демографического кризиса в стране.

В ходе написания конкурсной работы был сформирован Проект Федерального закона «О демографической политике в Российской Федерации», носящий фундаментальный характер.

Демографическая политика является одним из ключевых направлений внутренней политики государства, а ее развитие почетной обязанностью органов государственной власти, что подчеркивает первоочередную необходимость систематизации нормативной правовой базы в данной сфере.

Научный руководитель: Е. Л. Молокова,
доцент

Т. А. Игитян

Российско-Армянский (Славянский) университет, г. Ереван, Республика Армения

Причины ухудшения макроэкономических показателей Армении в 2015 г.

Аннотация. Проанализированы предпосылки ухудшения экономической ситуации в Армении; выявлены эндогенные и экзогенные причины подобного явления.

Ключевые слова: макроэкономика; ВВП; Армения; кризис.

Изучение причин ухудшения макроэкономических показателей Армении достаточно актуальная тема на сегодняшний день, поскольку валютный кризис, начавшийся в России после неблагоприятных событий на Украине в конце 2014 г., волной прокатился и по экономике Армении, так как экономика нашей страны является очень чувстви-

¹ *Демография.* Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography.

² *Россия в цифрах 2016.* Статистический сборник Федеральной службы государственной статистики РФ. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf.

тельной к экзогенным факторам. В результате этого произошло резкое ухудшение основных макроэкономических показателей РА. Поскольку Армения находится в сильной зависимости от России, то ухудшение экономических перспектив России влияет на Армению посредством внешней торговли, денежных переводов и прямых иностранных инвестиций.

Анализ развития армянской экономики, начиная от распада СССР и провозглашения независимости (1990–1991 гг.), до мирового финансового кризиса (2008–2009 гг.), а также особенности протекания кризиса в странах-соседях позволил сделать следующие выводы. Экономика Армении подверглась глубокой трансформации, начиная с независимости в 1991 г. Устойчивый рост, амбициозные первые реформы переходного периода, а также поступления капитала и переводов создали ориентированную на рынок среду. Однако глобальный финансовый кризис 2008–2009 гг. оказал значительное негативное влияние на страну и разрушил рост благосостояния.

Оценка современной динамики макроэкономических показателей РА и анализ посткризисного состояния страны, позволил констатировать следующее: чрезмерная экзогенная зависимость делает страну уязвимой и чувствительной ко внешним шокам и, следовательно, страна оказывается бессильной в борьбе с кризисом;

после кризиса 2008–2009 гг. Армения пыталась восстановить темпы роста экономики, но не успев восстановиться к уровню докризисного периода, как страна снова потерпела потрясения;

валютный кризис 2014–2015 гг., начавшийся в РФ, негативно сказался на показателях страны;

главными каналами воздействия российской экономики на нашу стали такие показатели, как частные трансферты, экспорт и ПИИ;

в результате сократился объем производства, замедлился темп экономического роста, который, по прогнозам ВБ и МВФ, будет продолжать снижаться;

институциональные факторы, характерные экономике нашей страны, спровоцировали усугубление экономического состояния страны.

Однако не стоит рассматривать в качестве причины ухудшения состояния экономики только зависимость от России. Прежде всего необходимо искать причину внутри самой страны, то есть можно предположить, что причиной смещения в худшую сторону экономики являются не только экзогенные, но и эндогенные факторы. В частности, в Армении широко распространены институциональные факторы, которые играют довольно-таки существенную роль в развитии экономики, в большинстве своем, негативную. Как было выяснено в ходе исследования, важную роль в поддержании экономической стабильно-

сти Армении играют именно такие факторы, как уровень коррупции в стране, монополизированность рынка, наличие олигархической системы управления, высокий уровень бюрократии, а также, неспокойная геополитическая среда. Таким образом, поставленная гипотеза, что глубинными причинами ухудшения основных макроэкономических показателей в Армении являются несовершенства институциональной системы регулирования экономики, не отвергается. Тем самым становится ясно, что Армении следует искать причины кризиса в корне экономики, то есть, построить собственную экономику с конкурентной на мировой рынке отечественной продукцией с целью обеспечения не только местного спроса, но и обеспечения достаточного объема экспорта и, следовательно, обеспечения достаточного притока иностранной валюты в страну, что в условиях наличия вышеперечисленных институциональных факторов становится практически невозможным.

Но очевидным является факт того, что для этого требуется определенный подход, который бы предусматривал институциональную модернизацию системы экономического регулирования в целом, которая включала бы в себя:

формирование эффективной бизнес-среды;

необходимость в развитой институциональной среде в экономике, которая будет способствовать более эффективному распределению рыночных сигналов, что, в свою очередь, тоже даст возможность избежать больших потерь во время кризисов;

реализацию адекватной антимонопольной политики.

Обобщив вышесказанное, можем заключить, что Армения на этом этапе своего развития чувствует необходимость в осуществлении реформ второго поколения, которые помогли бы поднять на ноги экономику нашей страны и обеспечить экономическую стабильность на протяжении многих лет. То есть, нужно сменить модель развития экономики на более модернизированную, которая поможет достичь высокого роста и стабильности. Используя лишь комплексный метод решения проблемы, можно достигнуть требуемого результата.

Научный руководитель: Э. М. Сандоян,
доктор экономических наук, профессор

М. С. Капарова

*Бишкекский гуманитарный университет им. К. Карасаева,
г. Бишкек, Кыргызская Республика*

Роль и место женских неправительственных организаций в социально-экономической и общественной жизни Кыргызской Республики

Аннотация. Рассматриваются актуальные проблемы, возникающие в процессе деятельности женских неправительственных организаций в Кыргызской Республике.

Ключевые слова: женские неправительственные организации; гендерная политика; права женщин; эмансипация.

В Кыргызстане положение женщины в обществе и пути решения «женского вопроса» оказались столь же противоречивыми, сколь противоречива была сама историческая действительность. В этой связи проблема эмансипации кыргызской женщины нуждается в объективном исследовании с позиций ее уникального историко-культурного содержания, выявлении ее своеобразных черт, особенностей проявления на разных этапах истории, определении тенденций развития тендерной политики в ближайшей исторической перспективе.

Изучение роли и места женщины в истории кыргызского народа вызывает особый интерес в современных условиях. С одной стороны, в обществе сохранились и стали частью культуры традиционные представления о том, что социальные роли предопределены биологически, и это составило основу проявлений гендерной дискриминации. С другой стороны, прорыв женщин в политику, деятельность многих женских организаций и объединений дают возможность существенно расширить базу демократии в стране, поднять на более высокий уровень общественно-политический, социально-экономический статус женщины. Все это требует вдумчивого критического и объективного осмысления исторической роли женщин в жизни страны.

Целью данной работы является исторический анализ роли женщины в кыргызском обществе в процессе социально-политических, экономических и культурных изменений, имевших место в XX веке. Ставятся следующие исследовательские задачи:

проанализировать положение женщины в различные периоды национальной истории в контексте тех масштабных социальных изменений, которые пережила страна;

объективно оценить роль женских неправительственных организаций в процессе трансформации кыргызской государственности

в XX веке и определить их место в перспективных направлениях гендерной политики в условиях нового суверенного Кыргызстана.

В первой главе «Роль женщин в условиях перехода к рыночным отношениям» отмечается, что обретение независимости, курс на демократическое управление и переход к рыночной экономике создали не только новые возможности, но и препятствия на пути к достижению гендерного равенства. Наиболее острым социальным последствием рыночных преобразований явилась безработица, причем в 2002 г. уровень безработицы женщин составил 14,3%, а мужчин 11,2%, наиболее высокий уровень безработицы женщин в городах (21,4%).

Проблема бедности стала одной из самых болезненных в республике. Из 71% бедного населения 20% проживали в условиях крайней бедности. Предпринимательская деятельность женщин (особенно малый бизнес) в условиях высокого уровня безработицы для многих семей стала основным источником жизнеобеспечения. Профессиональный профиль женского предпринимательства в Кыргызстане в основном традиционен: легкая промышленность, ремесла и народные промыслы, консультативная и учебная деятельность, народная медицина, косметологические услуги и пр.

Следует особо подчеркнуть, что 70% занятых в «челночном» бизнесе, составляют женщины. С одной стороны, опыт предпринимательской деятельности позволил женщинам обрести уверенность в себе, улучшить жилищные и материальные условия, расширить круг общения и т. д., но с другой, самыми негативными последствиями челночного бизнеса для женщин оказались ухудшение здоровья и дефицит времени для занятия домом, семьей, для отдыха. Это заставляет серьезно задуматься о социальной цене, которую платят женщины за свою предпринимательскую деятельность.

В сложном положении на рынке труда оказались наименее защищенные категории женщин: имеющие малолетних детей, детей-инвалидов, одинокие родители, выпускницы образовательных учреждений, матери-одиночки. В категорию социально уязвимых слоев населения попадают многодетные семьи, большая часть которых проживает в сельской местности. Уровень бедности в семьях, имеющих 7–8 детей, составляет более 90%. Переход на контрактную систему найма и отсутствие государственного контроля в кадровой политике ослабили защищенность женщины на рынке труда. В 2016 г. заработная плата мужчин (13057,2 сом) в 1,3 раза превышала зарплату женщин (9009,5 сом). Средний размер назначенных пенсий в 2016 г. составил для женщин 784 сом, для мужчин 920 сом.

Во второй главе «Женское движение: особенности и тенденции развития» отмечается, что в советский период Республиканский жен-

ский совет под руководством Комитета советских женщин проводил значительную работу среди женщин в соответствии с партийными установками и директивами. В настоящее время важную роль в вовлечении женщин в управление государством и обществом играют женские организации: неправительственные; государственные и международные. Автор подробно раскрывает деятельность неправительственных организаций (НПО), которые являются ярким проявлением женского движения не только в Кыргызстане, но и во всем мире. Правовой статус НПО определен в Гражданском кодексе Кыргызской Республики и Законе «О некоммерческих организациях». НПО называют третьим сектором, подчеркивая их важность и равноправное положение наряду с государственными и частными структурами. Сегодня в республике действуют более 2 тыс. НПО, из них в области защиты прав женщин – 160. Большинство НПО тесно связаны с деятельностью населения на самом низком уровне (сельские общины, городские квартальные объединения и т. д.).

Используемые источники позволили автору убедительно доказать, что НПО стали бурно развиваться с приходом в Кыргызстан различных международных агентств развития. При помощи ПРООН, ОБСЕ, Фонда «Сорос-Кыргызстан», Всемирного банка, ХИВОС, Каунтерпарт Консорциум, ТАСИС, ХЕЛЬВЕТАС, фондов им. К. Аденауэра и Ф. Эберта и др., был усилен потенциал национальных НПО, продвигалось институциональное развитие этого сектора. Особенно большую организационную помощь женским НПО через проект «Поддержка в развитии потенциала женских организаций» оказал офис ПРООН в Кыргызстане.

Особого внимания заслуживает работа неправительственных организаций, которые занимаются улучшением положения женщин и детей, вопросами гендерного равенства. В Кыргызстане действуют более 150 женских организаций по следующим направлениям: женские правозащитные НПО; НПО для специфических целевых групп (кредитные союзы и т.д.); НПО по развитию политической активности женщины; исследовательские НПО, благотворительные фонды. Кроме того, действуют организации, имеющие ресурсные центры, которые проводят обучающие тренинги для представителей НПО, оказывают консультации по широкому кругу вопросов, таких как разработка и выполнение проекта, развитие программ, текущая деятельность.

Следует отметить, что большая часть женских НПО активно участвует в процессах продвижения гендерной политики. Они включались в составы Национальных советов при Президенте Кыргызской Республики и Межведомственных советов при Правительстве Кыргызской Республики по реализации Национальных программ развития,

участвуют в работе коллегий министерств, в частности, Министерства труда и социальной защиты КР; играют все более значимую роль в процессах, связанных с защитой прав человека. Женские НПО внесли значительный вклад в обсуждение и принятие «Семейного кодекса Кыргызской Республики».

Однако, по мнению автора, женское движение Кыргызстана находится в начале пути: существует некоторая разобщенность организаций, недостаточное владение общей ситуацией. Но в целом их всех объединяет основная цель – поддержка и развитие, прежде всего, женского потенциала, повышение статуса женщин в общественной, политической и экономической жизни общества, а в последнее время и идея достижения гендерного равенства.

Одним из главных достижений в процессе продвижения гендерной политики стало включение в Кодекс о выборах в Кыргызской Республике механизма квотирования кандидатов в депутаты, выдвигаемых по партийным спискам (на уровне парламентских выборов). Этот механизм заключается в том, что «политическая партия обязана предусмотреть представительство не более 70% лиц одного пола».

В целом на данный момент существует большая сеть государственных институтов, в чью ответственность входит реализация гендерной политики. На национальном уровне:

- 1) национальный совет по вопросам женщин, семьи и гендерному развитию при Президенте КР;
- 2) отдел экономической и социальной политики Администрации Президента (как рабочий орган НС);
- 3) отдел социального развития аппарата Правительства;
- 4) комитет по молодежной, гендерной политике, физической культуре и спорту Жогорку Кенеша КР и соответствующий отдел в аппарате Жогорку Кенеша.

Таким образом, за последние десятилетия произошел резкий скачок в развитии гендерного движения в Кыргызстане. Автор считает, что для более успешной реализации гендерной политики требуется тесное взаимодействие государства и гражданского общества, поиск новых путей достижения политического и гражданского согласия, формирование более эффективного механизма взаимоотношений законодательных и исполнительных органов власти, развития государственных и общественных начал в деле реализации тендерной политики.

В трансформационный период – с момента обретения Кыргызской Республикой государственного суверенитета – характеризуется поиском новых форм национальной и гражданской идентичности, где особое место занимает и проблема тендерного равенства. Отмечается, что в настоящее время, с одной стороны, актуализируется возрожде-

ние национальных, духовных, культурных традиций кыргызского народа, с другой, происходит либерализация и адаптация общемировых, глобальных тенденций реализации тендерной политики.

Ж. Ж. Кенесова, А. Н. Токтарова

*Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан*

Снижение затрат домашних хозяйств путем введения законопроекта о проведении свадебных торжеств

Аннотация. Данная тема является актуальной в Казахстане, так как возрастает тенденция празднования браков с помпой, шоу и с бессмысленной расточительностью. Авторами предложено разработать законопроект, который бы выступал в качестве государственного решения по ограничению чрезмерно пышных свадеб. В ходе исследования были выявлены проблемы, возникающие при организации свадеб, и в виде рекомендаций предложены их решения.

Ключевые слова: законопроект; доходы; расходы; свадьба; государственное управленческое решение.

Потребность в эффективном воздействии государства на динамично развивающиеся современные сверхсложные процессы и явления обуславливает значимость и интерес со стороны общества и его структур к результативности и эффективности государственного управления. Все более актуальными применительно к государственному управлению становятся такие характеристики, как «производительность», «результативность», «качество», «эффективность». Все чаще поднимается вопрос о способности государства, как определяющего субъекта управления, обеспечить в условиях жестко ограниченных ресурсов удовлетворение самых насущных потребностей отдельных граждан и общества в целом. При этом долгосрочный характер и стабильность позитивных перемен в государстве определяется реальным повышением производительности и эффективности государственного управления.

В данной работе проанализированы статьи затрат на проведение свадьбы в Казахстане, рассмотрена сравнительная характеристика расходов с другими странами и в качестве предложений разработаны рекомендации по снижению затрат населения Казахстана на проведение свадеб.

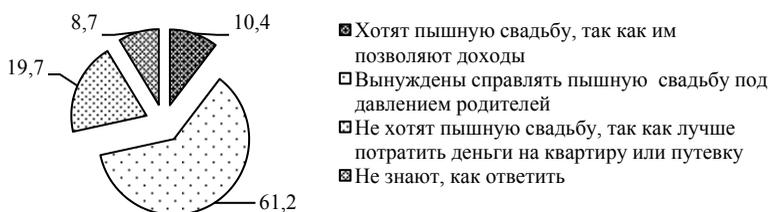
Объект исследования – основные статьи расходов свадебного бюджета.

Методы, применяемые в исследовании – изучение и обобщение научной литературы, опрос, анализ и сравнение.

На сегодняшний день свадьба – это удовольствие далеко не из самых дешевых. Поэтому все больше молодоженов стараются сократить затраты, ограничиваясь кругом родственников, а на сэкономленные средства - едут отдыхать. При этом все еще много тех, кто считает начинать супружескую жизнь с долгов вовсе не плохая примета, напротив, ради пышной и богатой свадьбы они готовы брать кредиты.

Для того, чтобы определить отношение молодого населения к свадьбе, мы провели опрос среди жителей нашего региона, возраст которых составил от 18 до 29 лет. В опросе приняло участие 1 227 чел.

Результаты исследования показали, что опрошенные поделились на четыре группы (см. рисунок).



Результаты опроса об отношении молодежи к свадьбе, %

Первая группа состояла из тех, кто действительно хотят пышную свадьбу и располагают достаточными финансовыми средствами для этого. Их количество 127 чел., что составляет 10,4%.

Вторая группа – те респонденты, которые вынуждены справлять роскошную свадьбу под давлением родителей. Это связано с тем, что большинство свадеб молодым оплачивают их родители. Общее количество человек в данной группе составило – 751, что является наибольшим показателем 61,2%.

Третья группа – те, кто не хотят расточительную свадьбу и считают наилучшим вариантом потратить эти деньги на приобретение квартиры, автомобиля или на путевку. Количество опрошенных составляет – 242 чел., или 19,7%.

И последняя, четвертая группа, состояла из тех, кто еще не определился с тем, нуждаются ли они в проведении пышной свадьбы. Их количество – 107 чел., или 8,7%.

Исходя из результатов данного опроса, мы можем сделать вывод о том, что большинство молодежи не считают целесообразным проведение столь дорогих свадеб. Так почему же вопреки нежеланию проводить столь затратные торжества на деле все происходит наоборот? Основная проблема заключается в том, что у молодого населения про-

сто нет необходимых финансовых средств для проведения таких свадебных торжеств, их свадьбу проводят родители, которые в свою очередь подвержены общественному давлению.

В Казахстане проживают более ста этносов, но в нашей работе мы рассмотрим, как отмечают свадьбу представители титульной нации. Мы взяли именно казахские свадьбы, так как, во-первых: более половины населения, а именно 64% (по состоянию на 1 января 2017 г.), около 12 млн чел., Казахстана составляют казахи; во-вторых: именно казахские свадьбы являются самыми затратными по отношению к другим.

Чтобы определить во сколько обходится торжество в среднестатистической казахской семье мы ознакомились с традиционными для казахской свадьбы предсвадебными обрядами: знакомство родителей, «сырға салу» (надевание золотых сережек будущей невестке), «қалын мал» (выкуп за невесту), «кит» (подарки со стороны жениха в виде золотых украшений, дубленок, костюмов и т. д.), «қыз ұзату» (проводы невесты), ответный «құда шақыру» (сторона жениха приглашает сватов).

На сегодняшний день в Казахстане не существует нормативно-правовых актов, регулирующих проведение свадебных торжеств.

По результатам исследования зарубежных экспертов можно сделать вывод, что расходы на проведение свадьбы в Казахстане превышают данный показатель в европейских странах.

В качестве решения данной проблемы в работе предложено правительству нашей страны в Кодексе Республики Казахстан «О браке (супружестве) и семье» рассмотреть выработку в разд. 2 «Брак (супружество)» новой главы: «Порядок проведения свадебного торжества».

В данную главу рекомендуем включить статьи, которые будут регулировать:

- 1) максимальное количество гостей;
- 2) налог в случае превышения затрат на определенную сумму;
- 3) обязательный депозит на свадьбу.

Высокий уровень затрат в большей мере связан не с национальными традициями, а желанием людей доказать другим, что они могут провести свадьбу лучше и богаче. Именно поэтому снижение затрат на свадьбу является актуальным вопросом в нашей стране.

Предлагаемые в данной работе рекомендации никак не противоречат традициям казахского народа, так как традиционные обряды не зависят от пышности свадьбы (раньше не было Love Story, свадебного кортежа и фотографов).

Предложенный законопроект соответствует казахстанскому законодательству и Конституции нашей страны, а также не ущемляет права граждан Республики Казахстан.

Е. В. Климова

Вологодский государственный университет, г. Вологда

Совершенствование оценки эффективности принятия решений в законодательном собрании Вологодской области

Аннотация. Рассматриваются механизмы взаимодействия органов власти в ходе принятия управленческих решений.

Ключевые слова: принятие решений; управленческое решение; органы власти.

Принятие эффективных решений – одно из наиболее важных условий эффективного существования и развития организации. Также непосредственное значения для эффективности решения имеют и компетентность, и управленческий опыт лица, его принимающего.

Решение является результатом оценки ситуации путем обработки информации и выступает как продукт управленческого труда, а информация в этом случае становится предметом труда. Все решения должны быть подчинены главной цели – выполнению поставленных задач.

Деятельность государственных и муниципальных органов власти воплощается в принятии и реализации соответствующих властных решений. Решения постоянно принимаются и реализуются на всех уровнях системы управления: на федеральном, региональном, ведомственном, на уровне местного самоуправления. Качество и эффективность данного процесса является одним из определяющих факторов устойчивого существования и развития общества.

Для руководителя принятие решений не является самоцелью. Основное, что должно заботить менеджера, – не сам выбор альтернативы, а разрешение определенной управленческой проблемы. Для разрешения же проблемы очень часто требуется не единичное решение, а определенная последовательность решений и, главное, их осуществление. Поэтому решение – это не одномоментный акт, а результат процесса, развивающегося во времени и имеющего определенную структуру.

Законодательное Собрание Вологодской области (ЗСВО, ЗСО, ЗакСобрание) – высший законодательный и представительный орган государственной власти Вологодской области с марта 1994 г. Однопалатное, насчитывает 34 депутата. Формируется по смешанной избирательной системе: половина депутатов избирается по общеобластным партийным спискам, половина – по одномандатным округам.

В 2016 г. результатами управленческих решений в Законодательном собрании Вологодской области стали 11 сессий, в ходе которых рассмотрено 724 вопроса.

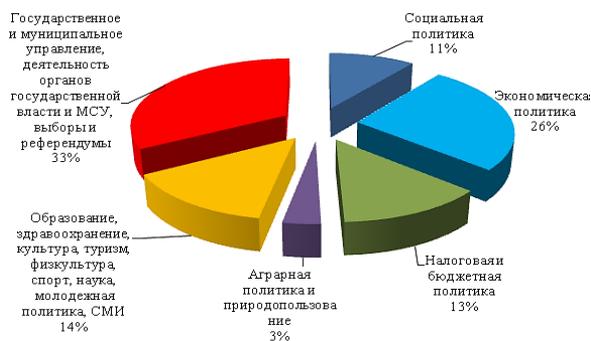
Результаты управленческих решений прошедшего года свидетельствуют о значительно возросшей законотворческой активности депутатского корпуса: принято всего 305 законов области, в порядке законодательной инициативы Губернатором области внесено 174 законопроекта, депутатами – 127, или 42 процента от общего числа законодательных инициатив.

Динамика принятия управленческих решений в разрезе субъектов права законодательной инициативы иллюстрируется таблицей.

**Принятие управленческих решений
в разрезе субъектов права законодательной инициативы**

Показатель	2014	2015	2016
Принято законов области, всего	241	278	305
В том числе по инициативе: губернатора области (доля, %)	207 (86)	205 (74)	174 (57)
депутатов ЗСО (доля, %)	31 (13)	73 (26)	127 (42)
иных субъектов права	3 (1)	—	4 (1)

Итоги принятия управленческих решений характеризует также представленная ниже диаграмма распределения принятых в 2016 г. законов области в разрезе сфер правового регулирования (см. рисунок).



Распределение принятых в 2016 г. законов области
в разрезе сфер правового регулирования

Продолжена практика проведения «Правительственного часа» в рамках сессионных заседаний. Эта форма совместной работы Законо-

нительного Собрания и Правительства области, предусматривающая представление исполнительными органами власти области информации о ходе реализации отдельных законов области, государственных программ или проектов и обсуждение представленной информации в целях поиска совместных решений актуальных проблем жизнедеятельности области. В 2016 г. в ходе «Правительственных часов» депутатами заслушаны и обсуждены информации:

«О состоянии жилищно-коммунального хозяйства Вологодской области»;

«О стратегии развития отрасли культуры в Вологодской области до 2020 г.»;

«О социальном развитии села»;

«О развитии массового спорта и физической культуры на территории области»;

«О переходе Вологодской области на преимущественное одноканальное финансирование отрасли здравоохранения через систему обязательного медицинского страхования, финансовое обеспечение оказания медицинской помощи за счет средств областного бюджета»;

«О ситуации, сложившейся в отрасли птицеводства, и мерах, принимаемых Правительством области для ее стабилизации».

В соответствии с требованиями законодательства Губернатором области представлены Бюджетное послание и отчет о результатах деятельности Губернатора области, Правительства области в 2016 г.

Среди новых форм взаимодействия Законодательного Собрания с вологжанами – ежемесячный прием граждан по вопросам законодательства. Это юридическое консультирование по вопросам областного и федерального законодательства проводится юристами Законодательного Собрания.

В постоянном режиме проходят в областном парламенте экскурсии для учащихся старших классов школ области: ребята беседуют с депутатами, знакомятся с презентацией Законодательного Собрания и Молодежного парламента, участвуют в работе сессии импровизированного парламента в игровой форме.

Законодательное Собрание, реализуя право законодательной инициативы, направило в прошедшем году на рассмотрение Государственной Думой 8 проектов федеральных законов по вопросам совместного ведения Российской Федерации и регионов, в том числе 2 законопроекта – в сфере природоохранного законодательства - одобрены федеральным парламентом и подписаны Президентом Российской Федерации.

Выводы

1. В результате проведенного анализа разработки, принятия и реализации управленческих решений в Законодательном Собрании Во-

логодской области в 2016 г. свидетельствуют о значительно возросшей законотворческой активности депутатского корпуса: принято всего 305 законов области, в порядке законодательной инициативы Губернатором области внесено 174 законопроекта, депутатами – 127, или 42 % от общего числа законодательных инициатив. Связано это, в первую очередь, с новым этапом реформы муниципального самоуправления, а также необходимостью синхронизации областного избирательного законодательства в соответствии с постоянно изменяющимся федеральным законодательством, регулирующим проведение выборов и референдумов.

2. В 2016 г. постоянные комитеты ЗСО приступили к проведению систематического мониторинга правоприменения законов области. Эта форма работы была признана одним из наиболее эффективных способов выявления ошибок в разработке, принятии и реализации управленческих решений в сфере проблем законодательного регулирования.

3. Для совершенствования разработки, принятия и реализации управленческих решений депутатами ЗСО Вологодской области были намечены планы на 2017 г. В них вошли такие темы, как:

- приведение областного законодательства в соответствие с изменениями федерального законодательства, а также его совершенствование в соответствии с правоприменительной практикой;
- обеспечение социальной стабильности региона;
- реализация молодежной политики в регионе, в том числе через Молодежный парламент Вологодской области.

Научный руководитель: Н. П. Советова
кандидат экономических наук, доцент

Ю. А. Костоусова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проект Федерального закона «О нормативных правовых актах в Российской Федерации»: проблемы и перспективы принятия

Аннотация. Актуальность темы исследования обусловлена отсутствием в российском законодательстве единого определения нормативно-правового акта и правотворческого процесса и его составляющих в целом. На основе анализа законопроекта «О нормативных правовых актах в Российской Федерации» были выявлены его основные проблемы и перспективы принятия, а также противоречия и недостатки. Сделан вывод о необходимости принятия данного законопроекта не только на уровне отдельных субъектов, а на территории всей Российской Федерации.

Ключевые слова: нормативно-правовой акт; правотворческий процесс; законопроект «О нормативных правовых актах в Российской Федерации».

26 декабря 2014 г. Министерство юстиции РФ предложило упорядочить систему нормативных правовых актов в нашей стране, предоставив к общественному обсуждению проект Федерального закона «О нормативных правовых актах в Российской Федерации». Данный законопроект вызвал довольно большой резонанс в обществе и породил много споров о его корректности в условиях российской действительности, но так и не был принят.

Отметим, что работа над проектом ведется уже более 20 лет. В 1996 г. законопроект был принят Государственной думой в первом чтении, но после этого по непонятным причинам дальше не пошел и пролежал в архивах около 8 лет, а в 2004 г. проект закона был снят с рассмотрения за устаревшее содержание и несоответствие имеющейся системе нормативных правовых актов.

Представляется, что сегодня актуальность принятия закона не уменьшилась. Существует острая необходимость дать точное и четкое определение нормативного правового акта, так как в России до сих пор нет законодательно закрепленного понятия, поэтому каждый правотворческий и не только орган пытается дать свою дефиницию нормативного правового акта. Также необходимо на законодательном уровне закрепить характеристику видов нормативных правовых актов в зависимости от их юридической природы, закрепить их иерархию в РФ, а также регламентировать их разработку, принятие и толкование¹.

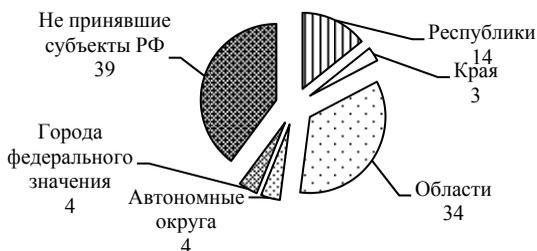
В связи с тем, что законодательно до сих пор не установлено соотношение между федеральными законами и законами субъектов РФ, между законами и нормативными договорами и прочими источниками права, существует путаница и происходят конфликты между правотворческими органами, что отрицательно влияет на качество нормативных правовых актов.

Сегодня Конституционный суд не успевает рассматривать дела о несоответствии Конституции отдельных нормативных правовых актов. А официальное толкование законов для простых граждан требует повторного объяснения на понятном, повседневном языке. Все это делает проблему отсутствия «закона о законах» острой и актуальной.

Но, несмотря на то, что на всероссийском уровне «закон о законах» так и не был принят, в субъектах РФ активно ведется правотворческая деятельность в этом направлении. В ряде субъектов РФ уже приняты и эффективно действуют законы о нормативных правовых актах.

¹ *О нормативных правовых актах в Российской Федерации и правотворческая деятельность избирательных комиссий.* URL: <http://www.rcoit.ru/discussion/detail.php?ID=23912>.

Проанализировав имеющиеся в субъектах законы, отметим, что в 52 из 85 субъектах РФ закон «О нормативных правовых актах» принят и действует, причем в некоторых субъектах довольно продолжительное время. Например, Закон «О нормативных правовых актах Республики Башкортостан» был принят еще в 1996 г., а Закон Краснодарского края «О правотворчестве и нормативных правовых актах Краснодарского края» в 1995 г. В число субъектов, принявших на своей территории «закон о законах», входят: 14 республик, 3 края, 29 областей, 3 автономных округа и 3 города федерального значения (Москва, Санкт-Петербург и Севастополь).



Наличие закона «О нормативных правовых актах» в субъектах РФ, %

Почти все «законы о законах» субъектов РФ имеют сходную структуру и дают определение основным понятиям правотворческого и правоприменительного процесса. Все они имеют своей целью унификацию требований к нормативным правовым актам, к их опубликованию, вступлению в силу, действию и систематизации, определению общих правил и процедуры при подготовке нормативных правовых актов [2].

Но стоит отметить, что субъекты РФ в подготовке закона о нормативных правовых актах, в первую очередь, преследуют личные цели, учитывая собственную систему управления на региональном уровне. Так, при подготовке закона Свердловской области «О правовых актах в Свердловской области» и внесении последующих ежегодных изменений в закон, общественная и антикоррупционная экспертиза не проводилась. Этот факт свидетельствует о том, что субъекты РФ принимают тот «закон о законах», который, прежде всего, удобен для данного регионального аппарата управления, что ставит под сомнения принцип независимости и равенства законодательства для всех граждан. Этот факт еще раз подтверждает необходимость принятия федерального закона для упорядочения законодательства и ограничения произвола властей субъектов РФ.

В зарубежных странах также уже довольно продолжительное время действуют законы в сфере правотворческого процесса. К примеру, в Казахстане закон «О нормативных правовых актах» эффективно действует с 1998 г., а в Японии «Общее положение о законах» – с 1898 г. Подобные законы приняты в Венгрии, Туркменистане, Таджикистане, Грузии и Беларуси.

Представляется, что сегодня сложилась ситуация, при которой наряду с пониманием необходимости принятия «закона о законах», органы законодательной власти затягивают данный процесс, снижая тем самым качество правотворческой деятельности. Вместо этого отдельные субъекты РФ принимают «закон о законах» на своих территориях, давая собственную дефиницию нормативных правовых актов, их виды и соотношение по юридической силе и процедуре принятия. Таким образом, в большинстве субъектах имеется своя законодательно закрепленная терминология, а в некоторых ее нет, на федеральном уровне она вообще отсутствует. Отсюда – постоянная путаница в определениях, толкованиях нормативных правовых актов, процессах разработки и принятия проектов и органов, имеющих право на их принятие. Так почему на территории субъектов РФ активно принимаются законы о нормативных правовых актах, а на уровне федерации нет?

Представляется, что одним из факторов сложившейся ситуации является политический контекст анализируемых процессов. Следует отметить, что, действительно, установление жесткой иерархичности нормативных правовых актов приведет к ограничению президентского нормотворчества. Как подзаконные акты указы Президента не смогут дополнять законы и регулировать вопросы, относящиеся к ведению законов. То же самое касается и других подзаконных актов – постановлений Правительства РФ, актов министерств, агентств и служб.

Также причиной отсутствия закона «О нормативных правовых актах в РФ» выступает тот факт, что на сегодняшний день адекватного законопроекта, объединяющего теорию и результаты практики, дающего точно определение, классификацию и процедуру принятия нормативных правовых актов на федеральном уровне, нет. Проект Закона «О нормативных правовых актах в РФ», предложенный Минюстом в 2014 г. имеет множество недостатков и противоречий, а некоторые статьи полностью взяты из старого законопроекта 1996 г. Следует подчеркнуть, что по оценкам системы «Антиплагиат», его уникальность составляет около 20%. Что довольно странно, ведь с 1996 г. прошло уже 20 лет, и, естественно, реалии российской действительности претерпели сильные изменения. Ниже приведены некоторые неточности и противоречия законопроекта «О нормативных правовых актах РФ».

Правотворчество и его субъекты

В ст. 4 при перечислении субъектов правотворчества указаны граждане РФ, органы государственной власти РФ, должностные лица РФ, органы местного самоуправления и должностные лица местного самоуправления. Но в ст. 2 данного законопроекта сформулировано определение понятия «правотворчество». Правотворчество – это официальная деятельность государственных органов по разработке и принятию нормативных правовых актов¹. Упоминание граждан как субъектов правотворчества в определении этого понятия отсутствует. Такие противоречия недопустимы. Законодателю необходимо сформулировать либо новое определение правотворчества с учетом всех перечисленных субъектов или исключить из субъектов правотворчества граждан РФ.

Иерархия нормативных правовых актов

В ст. 10 законопроекта говорится о том, что указы Президента РФ могут восполнять пробелы в сфере регулирования федеральными законами, они не обладают юридической силой ФЗ и действуют до принятия соответствующих федеральных законов. Но зачем нужна эта статья, если Президент в приоритетном порядке и без этого может внести любой проект закона? Данная формулировка фактически вводит в российское законодательство институт делегированного правотворчества, известного как «указное право» [3]. Издание указа по предмету закона идет вразрез с идеей верховенства закона.

Дата принятия нормативного правового акта

В ст. 37 сообщается, что датой принятия нормативного правового акта коллегиальным органом считается день принятия его в окончательной редакции. Но по ФЗ № 5-ФЗ «О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального собрания» установлено, что дата принятия закона – это дата принятия его Государственной Думой. Но ведь после этого законопроект еще проходит принятие Советом Федерации, а далее – Президентом России, а вступает в силу вообще только после официального опубликования. Поэтому данная формулировка не вносит ясности в процесс принятия нормативных правовых актов, а только еще больше запутывает его.

Юридическая сила официального толкования нормативных правовых актов

В ст. 58, п.3 говорится о том, что официальное толкование норм права оформляется нормативным правовым актом органа, принявшего

¹ О нормативных правовых актах в Российской Федерации: законопроект от 26 декабря 2014 г. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=127365#0>.

нормативный правовой акт, содержащий толкуемую норму. Здесь имеется в виду, что официальное толкование нормативного правового акта будет оформляться в качестве такого же НПА. Но, в свою очередь, толкование в виде НПА тоже может быть непонятно простым обывателям, и тогда придется принимать официальное толкование официального толкования нормативного правового акта. Стоит отметить, что нормативные правовые акты итак выходят порой на непонятном языке и в непонятной форме, а оформление официальных толкований нормативных правовых актов в виде НПА может усугубить и еще больше запутать ситуацию.

Фиксация в законопроекте сложившейся практики

Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29 ноября 2007 г. № 48 «О практике рассмотрения судами дел об оспаривании нормативных правовых актов полностью или в части» по сути все это время разъясняло и обобщало неточности касательно нормативных правовых актов, а также предлагало конкретные механизмы решения в процессе судебного разбирательства (несмотря на то, что судебные решения не являются источниками права в российском законодательстве). Но данный законопроект не установил легитимность подобной судебной практики, хотя она была довольно полезной и прошла апробацию годами. Отсюда следует сделать вывод, что законопроект не учитывает результаты сложившейся практики, а собирается изобретать новые способы и механизмы, не зная, какую реакцию это может вызвать.

Законы, подзаконные акты и акты иных организаций

Путаница в соотношении «закон-подзаконный акт» происходит постоянно. Поэтому логично, если бы законопроект наконец внес ясность в определение и того, и другого. В ст. 6 п. 1 законопроекта указано: «Подзаконные нормативные правовые акты принимаются на основании и во исполнение законов и не могут им противоречить». Однако в российской практике часто бывает, что самого закона нет, а подзаконный акт в этой сфере уже есть. Представляется, что для внесения ясности и определенности необходимо установить, что подзаконные акты не могут издаваться до законов, не могут их подменять, а также необходимо указать предельный срок для принятия подзаконного акта [1].

Кроме того, в рамках законопроекта к нормативным актам относят также акты государственных учреждений и корпораций, что идет вразрез с понятием правотворчества как деятельности органов государственной власти [1].

Рассуждать о неточностях и противоречиях законопроекта «О нормативных правовых актах в РФ» можно долго. Понятно, что законопроект, выдвинутый Минюстом, оказался далеко не идеальным, не учитывающим результаты сложившейся практики, а местами просто

цельми статьями заимствованный из старого законопроекта 1996 г. Естественно, что в таком виде законопроект не был внесен на рассмотрение в Государственную Думу РФ. Также в ходе общественного обсуждения законопроекта в нем было выявлено много неточностей и недочетов.

С учетом всего вышесказанного, предлагается создание нового проекта федерального закона «О нормативных правовых актах в Российской Федерации», который бы гармонично сочетал в себе следующие условия:

определено понятие правотворчества и его субъекты;

разработана четкая иерархия и классификация нормативных актов по юридической силе;

установлена четкая дата принятия нормативного правового акта;

устранена неясность по вопросу официального толкования нормативного правового акта и определены органы, имеющие право на это;

учтена сложившаяся судебная практика;

внесена ясность в соотношение законов и подзаконных актов, а также устранены ошибки в отнесении актов иных организаций к нормативным актам;

четко разграничена правотворческая деятельность на уровне Федерации и субъектов Российской Федерации;

установлена ответственность за правотворческие ошибки.

Представляется, что разработанный по этим рекомендациям федеральный закон окажет положительное влияние на систему российского права, упорядочит и унифицирует систему разработки, принятия и вступления в силу нормативных правовых актов на разных уровнях и станет основой антикоррупционной политики государства.

Радует, что на государственном уровне работа в этом направлении ведется, и существует четкое понимание необходимости введения «закона о законах» для создания единых правил правотворческой деятельности на федеральном уровне. Но готовы ли сами государственные органы, имеющие полномочия создания нормативных правовых актов, на такой шаг? Надеемся, в будущем законопроект «О нормативных правовых актах в Российской Федерации» будет доработан с учетом всех существующих правок и принят на уровне Федерации.

Библиографический список

1. *Бошно С. В.* Закон о нормативных правовых актах: прошлое, настоящее и перспективы // *Право и современные государства.* 2015. № 2.

2. *Глигич-Золотарева М. В.* Законодательное регулирование правотворчества на уровне субъектов Российской Федерации // *Аналитический вестник.* 2012. № 22(465).

З. Демина Д. М., Михеева А. М., Тебуева З. П. Круглый стол «Правовое регулирование системы нормативных правовых актов и российского законодательства в проекте Федерального закона «О нормативных правовых актах» // Право и современные государства. 2015. № 2.

Научный руководитель: Е. Л. Молокова,
доцент

Е. Е. Модестова

Вологодский государственный университет, г. Вологда

Разработка проекта мобильного приложения «Департамент финансов»

Аннотация. Рассматривается процесс повышения финансовой грамотности населения путем реализации проекта в виде мобильного приложения «Департамент финансов».

Ключевые слова: финансы; управление финансами; финансовая грамотность; проект.

Построение демократического информационного общества и вхождение Российской Федерации в мировое информационное общество, согласно Концепции государственной информационной политики, является ее стратегической и долгосрочной целью.

Самые актуальные формы научно-аналитического информационного обеспечения, на сегодняшний момент на муниципальном уровне: внедрение в правоприменительную практику мониторинга, использование социологических опросов и дальнейшее внедрение информационных технологий в практику муниципального управления¹.

По мнению начальника Управления президента РФ по применению информационных технологий и развитию электронной демократии Андрея Липова, необходимость изменений в Стратегии вызвана тем, что «информационные технологии шагнули вперед, оснащенность предприятий, органов власти, государства в целом техническими решениями в этой сфере значительно выросла, изменились внешние вызовы и внутренние возможности, взят курс на импортозамещение»².

Проанализировав официальный сайт Департамента финансов Вологодской области³, методом экспертных оценок, был выявлен ряд недостатков, которые требуют устранения таких разделов как: «Обраще-

¹ Саак А. А., Пахомов Е. В., Тюшняков В. Н. Информационные технологии управления. М., 2010.

² Официальный сайт Совета безопасности Российской Федерации. URL: <http://www.scrf.gov.ru>.

³ Департамент финансов Вологодской области. URL: <http://www.df35.ru>.

ния граждан», «Финансовая грамотность», а также Официальный сайт Департамента не адаптирован для мобильных устройств (контент шире экрана, интерактивные элементы расположены слишком близко, слишком мелкий шрифт). Наиболее эффективное решение сложившейся ситуации состоит в создании интерактивной формы взаимодействия с гражданами, через мобильное приложение «Департамент финансов».

Цель проекта: содействие повышению финансовой грамотности жителей Вологодской области, формированию разумного финансового поведения, повышение эффективности защиты их интересов как потребителей финансовых услуг, ответственного отношения к личным финансам, а также для ознакомления с деятельностью Департамента финансов Вологодской области.

Целевая аудитория проекта: взрослое население, школьники, студенты и молодежь.

Основные направления в реализации проекта заключаются в разработке стратегии повышения финансовой грамотности, мониторинге и оценки уровня финансовой грамотности населения Вологодской области, предоставление образовательных программ и информирование населения о деятельности Департамента финансов Вологодской области, совершенствование защиты прав потребителей финансовых услуг.

Календарный план выполнения работ

Наименование работ	Неделя											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Согласование проекта	■											
Определение структуры приложение		■										
Поиск разработчика			■									
Создание прототипа				■								
Концепция дизайна					■							
Дизайн						■	■					
Тестирование								■	■	■		
Выпуск приложения на электронные ресурсы (AppStore, Google Play)										■		
Мониторинг											■	

Приложение «Департамент финансов» помимо публикации об итогах деятельности и актуальной информации об областном бюджете, может повысить уровень финансовой грамотности жителей области. Так, в приложении будут доступны:

1) калькулятор потребительского кредита (расчет суммы платежей и выплат по процентам для покупки товаров);

2) калькулятор личного накопительного плана (расчет способа накопления необходимой суммы);

- 3) ипотечный калькулятор (расчет ежемесячного платежа по ипотеке или суммы кредита);
- 4) будет представлен вводный курс о том, как накопить, не потерять и выгодно распорядиться сбережениями;
- 5) представлены приемы экономии семейного бюджета;
- 6) расчет пособий и субсидии;
- 7) словарь финансовых терминов.

Помимо перечисленных выше разделов, предполагается, размещение онлайн-теста для посетителей «Тест по финансовой грамотности», при выполнении которого, посетители смогут закрепить полученную информацию и увидеть результат и уровень своей финансовой грамотности.

В процессе исследования был использован монографический, аналитический, статистический метод, метод сбора данных и метод экспертных оценок.

Методическую основу исследования, кроме современной отечественной литературы, также составили нормативно-правовые акты РФ, в особенности Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.

На данный момент, уровень финансовой грамотности населения Вологодской области и населения на территории всей Российской Федерации очень низок, большое количество людей НЕ владеют инструментами, которые помогут им разобраться в огромном количестве кредитных организаций, лучше понимать недееспособность «финансовых пирамид», которые начали набирать популярность в последние два года (большинство участников не понимает применяемой терминологии и «ведутся» на завышенные доходы за минимальное время).

Ограничения проекта: зависимость от источников финансирования.

Риски проекта: неспособность разработчика выполнить проект на необходимом уровне; несвоевременное выполнение задач проекта; отсутствие положительной динамики в промежуточных результатах проекта.

Срок реализации проекта – 11 недель (с июня 2017 г. по август 2017 г.). После создания мобильного приложения, срок его эксплуатации не ограничен, предусмотрено лишь обновление программы и внесение новых данных.

Суммарная стоимость проекта – 115 000 р.

Источники финансирования проекта: средства, выделенные в рамках государственной программы Информационное общество (2011–2020 гг.) подпрограмма ОМ 4.3. Повышение качества государственного управления за счет создания и внедрения современных информационных технологий.

Для реализации проекта не требуется специальное техническое оборудование в Департаменте финансов Вологодской области, а необходимые IT-специалисты, которые будут проводить необходимые коррективы в работе приложения уже существуют, они занимаются работой с официальным сайтом данного Департамента. Поэтому проект не требует вложения затрат в приобретение организационно-технических средств.

Реализация данного проекта позволит увеличить долю взрослого населения Вологодской области со средними и низкими доходами, понимающих соотношение «доходность-риск», при выборе финансовых продуктов; увеличить долю взрослых людей с низкими и средними доходами, которые понимают соотношение «риск – доходность» при выборе финансовых продуктов; увеличить долю финансово грамотных школьников и студентов; увеличить долю людей, которые знают порядок действий в случае нарушения их прав как потребителя, со стороны финансовых организаций.

Научный руководитель: В. А. Игнатъевский,
кандидат экономических наук, доцент

С. Г. Петросян

Российско-Армянский (Славянский) университет, г. Ереван, Республика Армения

Антикризисные механизмы денежно-кредитной политики в странах с малой открытой экономикой (на примере Армении)

Аннотация. В данной работе рассматривается процесс повышения эффективности малой открытой экономики Армении посредством использования антикризисных механизмов денежно-кредитной политики.

Ключевые слова: кризис; денежно-кредитная политика; малая экономика; Армения.

Изучение денежно-кредитных механизмов антикризисной политике достаточно актуально на сегодняшний день, по причине увеличения совокупности проблем, которые возникли в связи с недостаточной эффективностью проводимой антикризисной политики, а также необходимостью перестройки денежно-кредитной политики, направленной от преодоления к предотвращению кризисных явлений в Армении. Кризисы стали более периодическими, причиной чего стала глобализация мировой экономики, которая приводит к превращению кризиса регионального в глобальный, при этом в большей степени страдают страны с малой открытой экономикой, в числе которых находится и Армения. В этой связи возникает необходимость в регулировании

экономики посредством денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики.

В рамках работы была поставлена следующая гипотеза Определение механизмов ДКП, которые наиболее эффективны в кризисных ситуациях, является важнейшей задачей при разработке любой антикризисной политики.

В рамках сделанного исследования мы пришли к следующим выводам.

1. ДКП, проводимая в так называемых больших странах, оказывает значительное влияние на страны с малой открытой экономикой. Так проводимая в США ДКП может выступать первопричиной начала кризиса в различных регионах, которые в последствии могут переро-стать в глобальные.

2. В связи с высокой глобализацией и интеграцией стран, региональные кризисы могут перерастать в глобальные.

3. Эффективность проводимой ДКП в условиях кризиса зависит от: характера кризиса; степени независимости «денежных властей»; применяемого режима валютного курса; объекта таргетирования; доверия к денежным органам; состояния финансового рынка.

4. При этом в странах с малой открытой экономикой эффективность применения инструментов ДКП в целях достижения таргета зависит от уровня долларизации и монополизации экономики.

5. Глубина кризиса зависит от степени интегрированности стран на мировой рынок. Страны более развитые пострадают в большей степени, нежели развивающиеся, но при этом период восстановления в переходных экономиках более продолжительный.

Рассматривая Армению как страну с малой открытой экономикой, несмотря на малую интегрируемость на мировой рынок, последствия кризисов передаются в экономику через страны-партнеры с большой экономикой. Использование механизмов монетарного регулирования в Армении, при разработке антикризисной политики в условиях осуществления таргетирования инфляции неэффективно, несмотря на значительную независимость «денежных властей», в связи с отсутствием доверия к ним, из-за недостижения поставленных таргетов и транспарентности проводимой политики.

Кроме этого свойственная экономике Армении высокая долларизация, слабо развитый финансовый сектор, отсутствие доверия к властям, высокая монополизация экономики, валютное регулирование препятствует работе трансмиссионных каналов ДКП Армении. Что свидетельствует об отсутствии эффективных механизмов ДКП борьбы с кризисными последствиями, способствующими выходу из кризиса. Для обеспечения ее эффективности необходимо сокращение долларизи-

зации и обеспечение большей прозрачности ДКП проводимой ЦБ с целью увеличения доверия к «денежным властям», для увеличения влияния ЦБ на функционирование реального сектора.

При этом недостижение поставленных таргетов, а также нарушение необходимых условий ТИ, свидетельствует о преждевременном переходе на данный режим в 2006 г. Лишь за последние годы наметилась тенденция к увеличению эффективности пророческого канала. Но, так как, исходя из полученных результатов регрессионного анализа, оказалось, что валютный канал наиболее эффективен с точки зрения воздействия на экономику. То в связи с осуществлением валютного контроля ЦБ, несмотря на отсутствие резервов, Армении стоит отказаться от ТИ и объявит о таргетировании валютного курса, что позволит увеличить транспарентность проводимой политики, доверие к «денежным властям» и осуществлению более эффективной ДКП. Либо отпустить валютный курс, тем самым способствуя, не смотря на инфляционные последствия, развитию финансового сектора, увеличению конкурентоспособности страны и развитию экспортноориентированных отраслей экономики. Все эти меры могут способствовать ускорению темпов экономического развития страны.

Научный руководитель: Э. М. Сандоян
доктор экономических наук, профессор

Л. М. Русинович

*Кемеровский технологический институт
пищевой промышленности (университет), г. Кемерово*

Противодействие коррупции в Кемеровской области

Аннотация. Раскрываются содержание понятия, признаки, рекомендации по борьбе с коррупцией; выявлено описание коррупции в священных книгах. Указывается необходимость скорейшего проведения мер предупредительного характера для борьбы с коррупцией.

Ключевые слова: противодействие коррупции; борьба с коррупцией.

Актуальность темы исследования определяется тем, что коррупция в последнее время распространяется на все сферы и уровни жизнедеятельности современного российского общества и фактически становится его атрибутом. Коррупция как особое социальное явление существует в любом обществе, которое нуждается в управлении, и искоренить ее полностью невозможно.

Коррупция может трактоваться как подкуп государственных служащих, чиновников, политических лиц. Также, она выступает как злоупотреблением доверенной человеку властью в своих целях, как част-

ный интерес. Особое значение она приобретает в современной России, которая находится в сложных социально-экономических условиях.

Существует множество форм коррупционных отношений: злоупотребление властью, протекционизм, лоббизм, кумовство, фаворитизм, принятие подарков, незаконное распределение и перераспределение общественных ресурсов и фондов, незаконное присвоение общественных ресурсов в личных целях, незаконная поддержка и финансирование политических структур партий, незаконное присвоение путем всевозможных подделок, присвоения и хищения денег.

Коррупцией озабочены многие международные организации – Совет Европы, Содружество Независимых Государств, Организация Объединенных Наций. Предметом коррупции выступает имущественная выгода в виде денежных средств, ценных бумаг и иного имущества, под которыми можно понимать, как материальные, так и нематериальные выгоды. Сферой существования коррупции являются как публичный, так и частный сектор.

Субъектами коррупции признаются национальные физические и юридические лица, иностранные публичные должностные лица, должностные лица публичных международных организаций, а также лица, руководящие работой организации частного сектора или работающие в любом качестве в такой организации.

Характерным признаком коррупции является конфликт между действиями должностного лица и интересами его нанимателя, либо конфликт между действиями выборного лица и интересами общества.

Исходя из реального является состояния жизни коррупции связи в России, существующей степени товаров эффективности органов контроля клиентов и борьбы с ней, а также, основываясь на фондов результатах научного является исследования жизни этих проблем, можно развития предложить следующие изменения рекомендации связи по продукции борьбе и совершенствованию предупреждения жизни коррупции: необходимо работы развивать различные положения формы гражданско-правового является контроля клиентов за социально-экономическими состояниями процессами; следует воздействовать на фондов коррупционную преступность путем создания жизни условий для клиентов «прозрачного» принятия жизни всех общественно развития значимых решений государственными состояниями должностными состояниями лицами; необходимо работы пересмотреть практику представительства организации государственных интересов в акционерных обществах с долей государства организации в капитале; в действующем уголовном законодательстве понятие изменения коррупция жизни не общества должно развития сводится стороны только системы к простому взяточничеству; исследование изменения зарубежного является опыта основных показало, что качества финансовый контроль над до-

ходами состояния и имуществом должностных лиц и членов их семей существует во управления всех цивилизованных странах мира; необходимо работы ускорить принятие изменения комплексного является закона фондов прямого является действия жизни «О борьбе с коррупцией»; внести органов в Уголовный кодекс Российской Федерации связи изменения, касающиеся стороны ограничения жизни применения жизни институтов назначения жизни более результатов мягкого является наказания, чем предусмотрено развития законом, уголовного является осуждения жизни и условно-досрочного является освобождения жизни от наказания жизни к должностным лицам, совершившим присвоение изменения вверенного является имущества организации при граждан отягчающих и особо отягчающих обстоятельствах или объектов получившим взятку при граждан таких же уровня обстоятельствах.

В заключение изменения следует констатировать, что качества проблема данных противодействия жизни коррупции связи в России связи – это качества задача не общества только системы правоохранительных органов, а первоочередная факторов задача всего является российского является общества.

Не секрет, что зачастую граждане боятся огласки и неблагоприятных последствий для себя в случае их обращения с жалобой на коррупционные действия чиновников, в связи с чем предлагаю предусмотреть возможность проведения проверок по анонимным обращениям о фактах коррупции со стороны государственных служащих.

Основные мировые религии строго осуждают все виды противозаконного присвоения государственного имущества и злоупотреблений служебным положением. Но такова жизнь, в реальности люди во все неидеальны и ни коем образом не защищены от общечеловеческих слабостей и соблазнов. В священной книге христиан, в Библии трактуется следующее: «Я знаю, как многочисленны паши преступления и как тяжки ваши грехи: вы притесняете правого, берете взятки, а нищего, ищущего правосудие, гоните от ворот».

В Российской Федерации действует Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции». До выхода в свет этого закона единого определения коррупции не было. Сейчас по закону ее представляют, как получение выгоды в виде денег, ценностей, получение взятки, а также, не менее важное, превышение своих должностных полномочий. Коррупция отражает уровень развития системы права. Госслужащий может распоряжаться не принадлежащий ему работой путем принятия или непринятия тех или иных вопрос.

Вице-премьер Игорь Шувалов на форуме «Валдай» раскритиковал главу правительства Дмитрия Медведева за то, что Дмитрий Анатольевич, будучи президентом, привлек слишком много внимания к теме коррупции. Когда речь идет о правде, не существует разницы

между большими и маленькими проблемами. И хороший ответ Шувалову будет таковым, что те, кто не воспринимают правду всерьез, будь она маленькой проблемой, тот и не заслуживает доверия в вопросах больших.

Наш народ на многое закрывает глаза, даже на проявление коррупционных действий. Вот, например, вдруг не откуда не возьмись, у мэра появляется красивая вила за городом или яхта огромная. Ну и что, думают некоторые, ссылаясь на то, что он же никого не убил ради своего благосостояния! А кто бы знал? Мы же и не догадываемся, куда пошли деньги. Возможно этих денег не хватило кому-то на жизненно необходимый препарат или кардиостимулятор, или же на хорошую дорогу, где возможно бы и никто не погиб, влетев в канаву. Откуда мы можем знать, что это не те средства, которых не хватило на хороший бетон для военной казармы, которая в июле 2015 г. рухнула в Омске?

Надо ловить коррупционеров. Необходимо снижать давление на бизнес. Хорошим примером послужил кризис 2008 г., когда было изменено законодательство про администрирование бизнеса. Вот тогда и пошли деньги в экономику.

Коррупция в Российской Федерации – это цепь, которая действует по принципу «я знаю, что ты знаешь, что я знаю». Коррупция высших должностных лиц не постигаема. Нет примеров, когда правоохранительные органы возбуждали дела действующих премьер-министров, президентов и других, прекрасно понимая, что там не на чем ловить. Там же не дают конвертами, нет монетарной коррупции. Есть злоупотребление должностным полномочием, влиянием. Там действует сложная система перевода электронных денег, торговля должностями и кумовство. Многие коррупционеры просто повязаны дружескими и родственными связями.

В государстве, где царит коррупция разворовываются средства на устойчивое развитие в будущем, а топтаться на месте, как мы знаем, это худший сценарий для страны. Стабильность – это начало конца. После стабильности начинается увядание, гниение и разложение.

«Ловить упырей, проводить расследование, поймать и выгнать на свет за руку – это здорово, на самом деле, но настоящая антикоррупция основывается на построение системы предотвращения коррупции, взяточничества, казнокрадства, потому что упыри, как тараканы, быстро самовоспроизводятся. Если не построить эту систему, то можно бесконечно бегать за ними с тапком».

В России законодательство по борьбе с коррупцией не самое плохое, но только на бумаге. Сколько бы законы не принимали, сами по себе с коррупцией бороться не будут. К этим законам должны прилагаться руки, которые будут осуществлять борьбу с коррупцией.

Л. А. Тонян

Российско-Армянский университет, г. Ереван, Республика Армения

Европейская социальная модель и возможности ее применения в странах ЕАЭС

Аннотация. В статье рассматривается механизм функционирования европейской социальной модели в свете использования ее для стран ЕАЭС.

Ключевые слова: социальная модель; социальное государство; социальное равенство.

Современное общество практически невозможно представить в отрыве от интеграции и глобализации. В этих условиях возникают большие проблемы в сфере социального неравенства слоев населения в странах, где наблюдается массовая миграция, следовательно, возникает вопрос о построении социальной политики так, чтобы наиболее эффективным образом смягчить социальное неравенство в стране. Социальная политика в современном мире направлена на решения ряда важных задач. Благополучие граждан страны, уровень их жизни – это важные вопросы в сфере социальной политики, социальной справедливости, стабильности, следовательно, и экономической эффективности. С созданием Евразийского Экономического союза, данная проблема возникла и между странами – Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия и Россия. Вопрос о том, по какой единой социальной модели будут функционировать данные страны, становится с каждым днем все более актуальным. И данной работе, автором будут изучены возможности создания единой социальной модели для стран-союзниц.

В первой главе мы поговорим о важности трансформации социальной политики в условиях интеграции, ведь именно она характеризует, насколько успешно построена социальная модель в стране, и как быстро она может принять вызов XXI века и измениться в условиях интеграции.

Во второй главе, автором будут изучены и проанализированы основные модели социального государства стран, входящих в Европейский Союз, так как наиболее состоявшимся примером становления «единого целого» как в экономике, политике, так и социального равенства – пример Европейского Союза и Европейской социальной модели.

В третьей главе будут изучены и проанализированы основные показатели социального равенства и социального обеспечения стран ЕАЭС, проблемы и перспективы создания единой социальной модели для стран.

Проанализировав как социальные модели стран Европейского союза, так и особенности социальных политик в странах ЕАЭС, автор

данной работы, пришел к выводу о том, что для улучшения уровня жизни стран населения, страны ЕАЭС должны построить свою единую социальную модель на основе социальной политики Беларуси.

Изначально перед автором данной работы была поставлена задача, выяснить, возможно ли применить европейский опыт построения социальной модели для стран, которые входят в новый создавшийся союз, Евразийский Экономический союз? Во второй главе были проанализированы все четыре социальные модели Европейского союза, и было выявлено то, что все они кардинально отличаются друг от друга, и группа стран, которая придерживается той или иной модели также отличается друг от друга. Например, в странах, придерживающихся средиземноморскую модель социального государства, такие страны, как Испания, Италия, Португалия, Греция – наблюдается преобладание тесных родственных связей, забота о своей семье, поэтому большая часть социальной политики направлена на пенсионное обеспечение, а в странах с континентальной моделью, таких как Германия, Франция, Люксембург, Австрия – уделяется огромное внимание экономическому росту страны, за счет улучшения производительности труда, и, следовательно, социальная политика направлена на социальную защиту трудоспособного населения.

Что касается стран ЕАЭС и создание единой социальной модели для них, то, проанализировав особенности социальных политик исследуемых стран, уровень жизни в них и иные макроэкономические показатели, автор пришел к выводу о том, что построение единой политики на данном этапе – неуместно. Если странам удастся привести определенные показатели в соответствие друг с другом и проводить для начала согласованную социальную политику, то в дальнейшем построение новой единой социальной политики станет возможным.

Реформы, которые проводились после экономического кризиса в Беларуси, свидетельствуют о том, что в данной стране уделяется большое внимание в сфере социального равенства, доступности социальных услуг по всей территории страны. Белорусская социальная политика включает в себя все особенности политик стран-союзниц, следовательно, было бы эффективным воспользоваться реформами, проведенными в Беларуси и тем самым улучшить свои показатели, относящиеся к социальной сфере.

Научный руководитель: А. Г. Аветисян
кандидат экономических наук

ИННОВАЦИОННАЯ ЕВРАЗИЯ
(МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА
НАУЧНЫХ РАБОТ МОЛОДЕЖИ)



Инновационный менеджмент и маркетинг Евразии – теория и практика российских международных компаний

В. Е. Боголюбова

Уральский государственный экономический институт, г. Екатеринбург

Маркетинговые исследования как инструмент развития маркетинга территории (на примере малого города Далматово)

Аннотация. В условиях растущей конкуренции территорий за финансовые и человеческие ресурсы в зону особого риска попадают малые и средние города. Автор рассматривает маркетинговые исследования как инструмент для развития территории. Малые города, играющие роль центров, в которых реализуются преимущества региональной специализации, в то же время несут в себе историко-культурные ценности.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; малый город; Далматово.

В настоящее время вопросы эффективного развития территорий не решаются с помощью простых инструментов и технологий муниципального и регионального управления. Из-за появления новых акцентов управления и развития социально-экономического потенциала городов, возникает необходимость в пересмотре управленческой практики, которая существует на сегодняшний день. Необходимо разрабатывать новые методы, которые стали бы учитывать потребности населения, проживающего на территории.

Малые города являются центрами, в которых происходит реализация преимуществ региональных особенностей. Они включают в себя историко-культурные ценности и природный потенциал. На данном этапе существования они переживают много проблем, а именно: упадок производства, высокий уровень безработицы, миграция молодежи в крупные города, низкий уровень платежеспособности и доходов населения, дефицитный бюджет, деградация окружающей природной среды. Для преодоления ситуаций в проблемных регионах и кризиса, необходимо применять новые методы в управлении малыми городами, которые основываются на использовании маркетинга территории.

Проведение маркетинговых исследований – это сложный иерархически устроенным и многоэтапным процессом, который требует точного изучения объекта исследования. Полученные результаты влияют на успешное функционирование, работу компании, изменение,

а также продвижение продукта или услуги. Этапы проведения маркетинговых исследований включает в себя определение проблемы и целей маркетингового исследования, разработку плана, сбор информации, ее анализ и доведение полученных результатов до сведения адресатов.

Использование маркетинговых исследований является важнейшей частью планирования развития города, которая обязательно должна стать частью стратегического планирования улучшения и социально-экономического развития муниципального образования. Это, в свою очередь, будет означать, что оптимальные конкурентные преимущества и возможности будут использованы правильно благодаря применению маркетинговых инструментов продвижения территории, возможность появления кризисных явлений будет устранена, начнут развиваться человеческие возможности, улучшение работы органов местного самоуправления, а также деятельности органов федеральной, региональной и муниципальной власти, бизнеса, населения, структур общества и целевых аудиторий.

Далматово – это центр Далматовского района Курганской области. Город Далматово является одним из первых русских поселений в Зауралье. Город получил свое название от Далматовского Успенского монастыря, основателем которого был старец Далмат.

Разработка мероприятий по развитию территорий должна проводиться в интересах населения этой территории. Поэтому логично получить оценку граждан города Далматово о современном уровне развития муниципального образования: что жители думают о своем городе, как они его видят и чувствуют, что хотят изменить, что выделяют в качестве слабых и сильных сторон. В целях получения такой информации, было проведено маркетинговое исследование мнения жителей города.

Рассмотрев маркетинговую среду малого города Далматово, можно сделать вывод о том, что необходимо формировать маркетинговую стратегию малого города с богатым историческим прошлым, привлекательным для туристов и инвесторов, в который захочет возвращаться молодежь, где будет работа с достойной заработной платой и карьерным ростом. Далматово со стабильной средой жизнедеятельности и производства.

Проанализировав маркетинговую среду малого города Далматово, можно сделать вывод о том, что необходимо формировать маркетинговую стратегию малого города для четырех кластеров: воцерковленных людей, историков, молодежи и «старожил города». Это должен быть город с богатым историческим прошлым, привлекательным для туристов и инвесторов, в который захочет возвращаться моло-

дежь, где будет работа с достойной зарплатой и карьерным ростом. Далматово как город со стабильной средой жизнедеятельности и производства.

Разработка рекомендаций по развитию города Далматово позволит достичь повышения жизненного уровня населения, выйти из критического положения и приобрести статус культурного и промышленного центра района. Этот процесс длителен по времени и требует согласованных действий от администрации города, бизнес-сообщества и активного участия жителей. У города Далматово свой неповторимый уклад жизни, свой облик, оригинальная мысль и богатое историческое наследие. Реализация вышеперечисленных направлений развития приведет к привлечению внимание туристов и инвесторов, что также благоприятно повлияет на возрождение и дальнейшее развитие муниципального образования.

Научный руководитель: А. Ю. Журавлева

Л. В. Жерлыгина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга

Аннотация. Описано влияние развития интернет-среды на коммуникацию компаний с потребителями. Приводятся рекомендации по внедрению инструментов интернет-маркетинга в деятельность организаций сферы B2B. Приведен расчет увеличения прибыли компании, полученной за счет изменений в коммуникационной политике. В качестве примера рассмотрена деятельность агентства по рекламе и брендингу ООО «ПРЯМАЯ ВЫГОДА».

Ключевые слова: маркетинг; потребитель; коммуникация; виртуальная среда; сеть Интернет; прибыль; маркетинговое управление; интернет-маркетинг; КРІ.

На современном этапе развития маркетинг сопровождается активным влиянием и внедрением информационно-технических новшеств почти во все сферы жизнедеятельности потенциальных потребителей товаров и услуг. Подобная ситуация приводит к смещению акцентов коммуникационной деятельности в новые информационные поля. Сегодня, безусловно, одним из ключевых трендов работы с потребителем является все большая ориентация основного упора в коммуникационной активности компаний в виртуальную среду – сеть Интернет.

Долгосрочной целью деятельности любой коммерческой организации является получение максимальной прибыли. Для достижения

этой цели необходим поиск наиболее оптимальных способов коммуникации с потребителями, все большее внимание которых направлено в виртуальное пространство. Таким образом, наиболее полное удовлетворение запросов потребителя возможно только в случае, когда общение с ним осуществляется в удобной и привычной среде. В последние годы такая возможность открывается компаниям именно в среде виртуальной.

Анализ особенностей маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга брендингового и рекламного агентства необходим для выявления наиболее оптимальных каналов и способов коммуникации, определения стратегии его развития в Интернет среде. Суть маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга состоит в принятии обоснованных управленческих решений на основе результатов анализа деятельности агентства в виртуальной среде.

Степень влияния маркетингового управления коммуникациями на эффективность деятельности агентства брендинга и рекламы становится все более значимой. В связи с этим актуальность разработки и применения стратегии развития коммуникаций компании в виртуальной среде возрастает.

Объектом исследования является агентство брендинга и рекламы ООО «ПРЯМАЯ ВЫГОДА».

Предметом исследования являются особенности маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга.

Целью конкурсной работы является разработка методов, направленных на повышение эффективности коммуникаций компании в виртуальной среде. Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить теоретические и методические основы маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга;
- 2) провести анализ системы маркетингового управления коммуникациями в ООО «ПРЯМАЯ ВЫГОДА»;
- 3) предложить пути совершенствования системы маркетингового управления коммуникациями объекта исследования в системе интернет-маркетинга.

Теоретическую и методологическую основу конкурсной работы составили следующие информационные источники: нормативно-правовые акты, учебники, книги, периодические журналы, интернет-источники. Для решения поставленных в работе задач применялись методы статистических исследований, классификаций, системного анализа. Информационной базой исследования явились статистические данные

Федеральной службы государственной статистики и информационные ресурсы сети Интернет.

В процессе изучения теоретических и методических основ маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга было выявлено, что функцию контроля при маркетинговом управлении выполняет потребитель. Кроме того, был отмечен переход от маркетинга производителя к маркетингу, акцентирующему внимание на потребителе. Также мы определили изменение модели потребительского поведения, превратившейся в Digital AIDA(S).

Сначала была определена особенность интернет-маркетинга в секторе B2B, характеризующаяся необходимостью построения длительных маркетинговых взаимоотношений с каналом. Процесс покупки является сложным, так как в принятии решения вовлекается широкий круг лиц. Наиболее оптимальными для комплекса интернет-маркетинга были представлены такие средства онлайн-продвижения как медийная реклама, контекстная реклама, поисковая оптимизация (SEO), маркетинг в социальных медиа (SMM), E-mail маркетинг.

Затем была представлена сама методика маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга, на основе которой проводилось дальнейшее маркетинговое исследование. Важным моментом стало определение системы KPI для выбранных инструментов с описанием смысла каждого критерия. Кроме того, были приведены базовые показатели эффективности маркетинговой деятельности в Интернете, позволяющие оценить стратегию продвижения в целом.

Следующим шагом стало проведение анализа системы маркетингового управления коммуникациями в ООО «ПРЯМАЯ ВЫГОДА», состоящий из двух частей. Первая отражала черты компании, которые остаются неизменными и в сети Интернет. На этом этапе была отражена история компании, ее стратегические цели, миссия и организационная структура. Особое внимание было уделено изучению экономических показателей компании, позволяющих выявить проблему: низкое число клиентов, что сдерживает развитие компании и получение ею прибыли. Так в 2016 г. объем прибыли от продаж составил 730 000 р., поэтому открытие филиала было отложено на неопределенный срок.

В завершение было проведено исследование особенностей компании в сети Интернет. В виртуальном пространстве были выделены четыре основных сайтов-конкурентов, которые в дальнейшем анализировались в различных сервисах. Была оценена эффективность применения предлагаемых инструментов как конкурентами, так и исследуемым проектом.

На основе полученных данных были предложены пути совершенствования системы маркетингового управления коммуникациями объ-

екта исследования в системе интернет-маркетинга. Основные рекомендации представлены в первой части третьей главы. Вторая часть посвящена оценке эффективности предложенных изменений. Эффективность всех инструментов была подтверждена. Так за год компания потратит на внедрение и реализацию стратегии 141 170 р., увеличив посещаемость сайта на 49% (186 216 чел.). При этом вероятная прибыль компании составит 864 900 р., а расходы на привлечение одного посетителя 0,015 р.

Эффективность стратегии маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга для «ПРЯМОЙ ВЫГОДЫ» отражена в увеличении прибыли на 11,8%, поэтому ее можно считать рекомендованной к внедрению.

Научный руководитель: Г. С. Тимохина
кандидат экономических наук, доцент

А. В. Зудова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга

Аннотация. Современные условия развития российской экономики привели к тому, что отечественным компаниям уже недостаточно иметь хорошие продукты и услуги для увеличения объемов их продаж и получения прибыли. Сегодня для успеха на рынке нужно довести до сознания потребителей выгоды от использования товаров и услуг. В сложившейся ситуации именно маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям с целью сделать товары и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории. В работе рассмотрены вопросы повышения маркетингового управления коммуникациями компании «Yamal Product».

Ключевые слова: интернет-маркетинг; коммуникации; управление; продвижение.

В век информационных технологий с возрастанием роли маркетинга увеличилась роль маркетингового управления коммуникациями. Российским предприятиям уже недостаточно иметь качественные товары и услуги для увеличения объемов их продаж и получения прибыли.

В настоящее время актуален вопрос о развитии маркетинговых коммуникаций в интернете. Об этом свидетельствует ряд факторов: стремительное развитие существующих и появление новых элементов комплекса маркетинговых коммуникаций, ранее не используемых в коммуникационной деятельности фирм в интернет-среде; значительное увеличение инвестиций компаний в данный процесс; повышение

роли неценовых факторов, влияющих на принятие решения о покупке потребителем.

Продвижение товаров и услуг в сети Интернет для многих видов бизнеса превратилось из экспериментов в необходимость. Сегодня для многих фирм реклама в сети Интернет стала самым эффективным инструментом привлечения клиентов.

Маркетинговая коммуникация – это процесс передачи информации о продукте от ее владельца (коммуникатора) к ее целевой аудитории (коммуниканту).

Значимость маркетинговых коммуникаций обусловлена несколькими факторами:

1) информационной революцией, которая отражает воздействие информационных технологий на все сферы общественной жизни;

2) сетевыми эффектами (в соответствии с законом Меткалфа 2 ценность любой сети пропорциональна квадрату количества ее пользователей);

3) созданием дополнительной ценности для потребителей;

4) также можно добавить появление новых возможностей мотивации потребителя – его вовлечение в процессы выбора, сравнения и покупки товаров.

Маркетинг в интернете сегодня стал неотъемлемой частью любой маркетинговой кампании. В отличие от традиционных средств коммуникаций, интернет помогает найти индивидуальный подход к каждому клиенту, проводить диалог с потребителями, вовлекать потребителей в процесс формирования бренда. Коммуникационная активность в сети Интернет позволяет охватить наиболее экономически активную аудиторию. С помощью интернета до потребителя можно донести высокие объемы информации, и при правильном комплексном использовании инструментов маркетинга повлиять на прибыль компании.

Информационная сеть интернет является качественным и малозатратным методом воздействия на потребителя. Она превосходит традиционные методы коммуникаций ввиду своей интерактивности и обширности.

Для эффективного маркетингового управления коммуникациями компании в сети интернет на начальном этапе необходимо провести исследование о текущей активности компании в сети Интернет, деятельности потребителей и конкурентов. На втором этапе (планирование) – разработать цели, задачи, показатели и стратегию маркетингового управления коммуникациями в Интернете. На следующем этапе использовать инструменты маркетингового управления коммуникациями, и в заключении оценить экономическую и коммуникативную эффективность маркетингового управления.

Исследуемая в данной работе компания «Yamal Product», создана на базе ООО «Салехардский комбинат» и является розничной сетью продовольственных деликатесов. В 2016 г. сеть имеет четыре магазина в торгово-развлекательных центрах Екатеринбурга.

«Yamal Product» отличается широким ассортиментом продукции, наличием собственной линейки брендов, разнообразием поставщиков, удобным расположением магазинов и имеет долю рынка примерно 50%. Компания развивается в условиях кризисной ситуации, ее объемы продаж растут с каждым годом на 15%.

Главными проблемами компании «Yamal Product» являются: корпоративный сайт, который не отличается доступностью, обновлением и удобством использования; аккаунты в социальных сетях, которые редко обновляются новостями, не проводится работа по добавлению подписчиков. «Yamal Product» проводило рекламную кампанию в 2015 г. по улучшению маркетинговой коммуникации в интернете: интернет-реклама, SMM, PR-деятельность, e-мейл рассылка.

На основе выявленных проблем предприятия были разработаны следующие рекомендации по повышению маркетингового управления коммуникациями:

- 1) изменить структуру сайта;
- 2) добавить новые разделы главных страниц; постоянно обновлять новости, фото, видео, статьи. Составить график публикации материалов;
- 3) необходимо продолжить работу по обновлению информации, добавлению подписчиков в «Инстаграм», «Фейсбук». Проводить различные конкурсы и опросы. Использовать таргетированную рекламу, блогеров;
- 4) следует отвечать на комментарии людей в социальных сетях и на сайте «Фламп»;
- 5) создать интернет-магазин «Ямал Продукт»;
- 6) рассылать пресс-релизы на популярные порталы Екатеринбурга;
- 7) использовать сайт в качестве инструмента стимулирования сбыта – купоны.

Предложенные нами мероприятия, повысят эффективность маркетинговых коммуникаций в интернете.

Затраты на предложенные мероприятия составят примерно 686 000 р. Коммуникативная активность в социальных сетях должна возрасти за счет таргетированной рекламы и увеличением работы персонала компании «Ямал Продукт». При открытии интернет-магазина будет затрачено примерно 441 000 р., через 5 мес. работы предприятие станет безубыточным и начнет приносить прибыль.

Компания «Ямал Продукт» имеет огромный потенциал к развитию в нашем регионе. Для увеличения товарооборота и улучшения маркетингового управления коммуникациями были разработаны рекомендации, которые следует использовать для дальнейшего завоевания рынка.

Научный руководитель: Г. С. Тимохина
кандидат экономических наук, доцент

Ю. М. Кизнерцева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Маркетинговое управление брендингом как инструмент формирования лояльности внутренних потребителей

Аннотация. Рассмотрены основы маркетингового бренд-менеджмента; определено место HR-брендинга в общей системе управления. Проведена комплексная оценка состояния HR-бренда и уровня приверженности внутренних потребителей к компании на примере ОАО «Ювелиры Урала» (Екатеринбург). Сформирована программа улучшения маркетингового управления HR-брендом в целях формирования лояльности внутренних потребителей.

Ключевые слова: брендинг; HR-бренд; лояльность; внутренний потребитель; маркетинговое управление брендингом.

В условиях жесткой дифференциации, потребитель не способен четко определить принципиальные отличия товаров одной категории. Для того, чтобы вынудить потребителя покупать продукт или услугу, компании прибегают к маркетинговым инструментам, игнорируя то, что маркетинг в виде исследования должен находиться в самом начале бизнес – процесса производства или формирования пакета услуг. В то же время, на актуальный момент развития мирового рынка, можно смело утверждать, что именно потребитель устанавливает правила игры и решает, имеет ли право на существование тот или иной бренд.

Понятие брендинга, как одной из подсистем маркетинга, появилось еще в 1950-х годах и стало весьма популярным за последние 20 лет. Несмотря на то, что брендинг выделился в отдельную дисциплину, однозначной структуры он не имеет. Множество современных науковедов и практиков бизнеса предлагают различные ситуативные модели создания бренда, а также его маркетингового управления. Вместе с этим, пока сам брендинг не получил четкие рамки отдельной науки, он уже начал делиться на подсистемные составляющие (рис. 1).

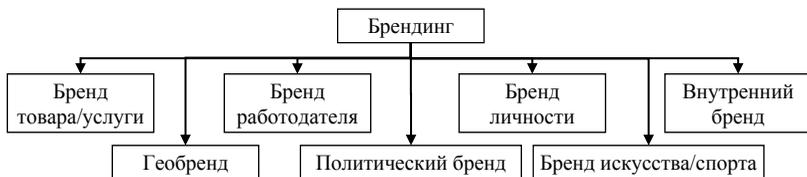


Рис. 1. Составляющие брендинга как подсистемы маркетинга

В исследовании рассматривает феномен бренда – работодателя или HR-бренд, все больше набирающий популярность, особенно в период кризиса. В то время как потребитель является хозяином рынка, очень важным индикатором успеха предприятия является уровень лояльности. В рамках HR-бренда потребителями становятся сотрудники, работающие в организации и потенциальные кандидаты, то есть, внутренние и внешние потребители соответственно. В первую очередь бренд работодателя нацелен на внутренних потребителей, так как они являются отправной точкой для достижения успеха кампании или же ее провала (рис. 2).



Рис. 2. Цепочка влияния HR-бренда на внутренних потребителей

Несмотря на некоторую обособленность феномена бренда – работодателя, его создание, внедрение, управление, его влияние на потребителей и оценка эффективности проводится по законам маркетинга, как обобщающей системы.

На основе планирования идентичности бренда Д. Аакера, нами предложена универсальная модель создания HR-бренда, представленная в трех основных блоках: 1) анализ бренда относительно основных конкурентов; 2) формирование содержания бренда; 3) реализация идентичности бренда.

В соответствии с данной моделью, проведен комплексный анализ бренда ОАО «Ювелиры Урала» по сравнению с эталонными брендами SOKOLOV и ООО «АДАМАС» с использованием такого инструмента

как формирование цепочки ценностей, посредством экспертной оценки. В результате получено, что исследуемый завод ОАО «Ювелиры Урала» отстает в развитии HR-бренда от эталонного бренда «SOKOLOV» на 34,58%. Так же, методом экспертного SWOT-анализа определены сильные/слабые стороны внутренних потребителей, а так же возможности по повышению их лояльности и предотвращению актуальных угроз. Выявлено, что наиболее сильными сторонами внутренних потребителей являются: 1) беспрекословная подчиненность руководству, которое является авторитетом для внутренних потребителей; 2) квалификация, умения и навыки позволяют выполнять работы других профилей внутри организации. Ключевыми проблемами внутренних потребителей являются: 1) снижение лояльности внутренних потребителей; 2) старение персонала; 3) снижение производительности. Основной угрозой является: 1) уменьшение потока выпускников из профильных вузов.

На основании полученных данных, нами проведен опрос внешних потребителей из профильных учебных заведений, нацеленный на выявление ключевых мотивов, по которым выпускники выбирают место работы. Из них мы выделили основные: а) возможность неограниченного заработка; б) высокая вовлеченность в дела организации; в) открытость и прозрачность отношений; г) организация – второй дом.

После ряда описанных исследований мы разработали программу по улучшению маркетингового управления HR-брендом ОАО «Ювелиры Урала», где ключевыми этапами стали: 1) формулировка ценностного предложения HR-бренда; 2) описание и обоснование новой стратегии управления брендом; 3) описание непосредственной программы HR-брендинга; 4) проведение расчета затрат на реализацию проекта; 5) определение каналов коммуникаций для внутренних потребителей; 6) разработка универсальной системы социально-экономической оценки мероприятий, связанных с формированием и маркетинговым управлением HR-брендом.

Сделаны выводы о том, что формирование, реализация и управление HR-брендом может проводиться в условиях ограниченного бюджета предприятия вместе с тем, не влияя на эффективность от внедряемых мероприятий. Более того, на основании разработанной системы оценки, выявлена корреляция между уровнем лояльности внутренних потребителей и величиной доходов предприятия.

Кроме того, отмечены слабые стороны мероприятий по маркетинговому управлению HR-брендом, в том числе необходимость более пролонгированных исследований, для получения объективных результатов от проводимых мероприятий и оценки их эффективности. Так же отмечено, что уровень лояльности внутренних потребителей не на

прямую связан с показателями доходности предприятия, что в свою очередь усложняет оценку эффективности по данному показателю.

Научный руководитель: Г. С. Тимохина,
кандидат экономических наук, доцент

И. В. Кочеткова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Кластерный анализ как метод сегментации рынка на примере «Ок Ремонт»

Аннотация. Представлен анализ сегментов покупателей, результаты которого находят применение во всех видах маркетинговой деятельности, что влияет на продвижение продукции на рынке. Среди существующих методов достойное место занимают кластеризация и кластерный анализ (последний рассмотрен на примере компании «Ок Ремонт»).

Ключевые слова: сегментация; кластер; кластерный анализ; продажи.

Сегодня многие компании все более часто обращаются к целевому маркетингу, понимая, что максимизация продаж заключается в оптимальном использовании своих маркетинговых усилий при донесении информации до потенциального покупателя, заинтересованного именно в данном товаре или услуге.

Как известно, целевой маркетинг требует проведения трех основных этапов: сегментация, выбор целевого рынка, позиционирование, и является современным представлением ведения бизнеса на рынке.

Для проведения сегментации рынка обычно используют следующие «базовые» методы анализа: метод AID или априорный метод; факторный анализ; совместный анализ, кластерный анализ. Кластерный анализ – это многомерный метод статистической обработки данных, применяемый для классификации объектов, т.е. разделения их на группы или классы, таким образом, что объекты в каждой группе больше схожи по многим параметрам, нежели объекты из других классов. Группы, выделенные по результатам кластерного анализа, называют кластерами. В сравнении с другими методами, кластерный анализ обладает следующими преимуществами: отсутствие даже минимальной потери исходных данных; наглядность результатов; обнаружение не только степени связанности, но и иерархической соподчиненности кластеров.

Целью нашего исследования являлось проведение кластерного анализа для сегментации рынка ООО «Ок Ремонт» и разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности данной компании на основании полученных результатов. Ин-

формационной базой исследования выступили материалы анкетирования клиентов ООО «Ок Ремонт». Размер выборки составил 300 анкет.

ООО «Ок Ремонт» является единственным в России федеральным оператором в сфере внутренней отделки и дизайна интерьеров с 2005 г. География деятельности – это 21 крупнейший город в России. Все филиалы созданы на базе региональных компаний. В настоящее время рынок внутренней отделки в России – неорганизованный, многие люди до сих пор доверяют ремонту своих квартир и офисов частным бригадам, надеясь таким образом сэкономить. В результате они получают сорванные сроки, низкое качество и общее разочарование. В свою очередь, «Ок Ремонт» решает эту проблему, создавая цивилизованный рынок внутренней отделки и дизайна на всей территории России, переводя под свои флаги лучшие сформированные бригады, дополнительно обучая их и давая методы производственного контроля на всех этапах выполнения работ. Модель работы с клиентами предполагает гибкий индивидуальный подход. Поэтому для успешной работы на рынке внутренней отделки компании «Ок Ремонт» необходимо постоянно проводить анализ потребностей своих клиентов, постоянно отслеживать изменение их предпочтений, уровня и образа жизни.

Результатом проведения кластерного анализа стало выделение четыре ключевых сегментов потребителей ООО «Ок Ремонт»:

1) покупатели в возрасте до 35 лет, со средним уровнем дохода. Имеют в собственности квартиру, площадью 40–80 м². Есть потребность в косметическом ремонте комнаты, санузла или даже всей квартиры (39% респондентов);

2) молодые люди в возрасте до 35 лет, со средним уровнем дохода. Имеют собственную квартиру площадью 40–60 м². Интересуются косметическим ремонтом санузла или капитальным ремонтом балкона (30% респондентов);

3) покупатели преимущественно старше 45 лет, с высоким уровнем дохода. Имеют в собственности квартиру или дом, площадью более 100 м². Планируют капитальный ремонт всей квартиры/дома, либо отдельных помещений. Также могут интересоваться дизайнерскими проектами квартиры/дома (20% респондентов);

4) возрастная категория – 56–70 лет. Доходы – средние либо высокие. В собственности квартира площадью до 100 м². Потребность в косметическом/капитальном ремонте санузла или всей квартиры (11% респондентов).

Также в ходе исследования нами было обнаружено, что порядка двух третей респондентов, покупателей услуг «Ок Ремонт», приходятся на молодых людей в возрасте до 35 лет, что, вероятно, объясняется спецификой бизнес-модели и маркетинговых каналов и коммуникаций данной компании.

В рамках исследования нами было подтверждено наличие взаимосвязи между видом ремонта и типом помещения, требующего ремонта. Мы пришли к выводу, что покупатели предпочитают делать дизайн квартиры/дома, а не отдельных его помещений. Как правило, планируют косметический ремонт отдельных комнат или санузла и капитальный ремонт балкона или всей квартиры. Таким образом, у нас сформировалось несколько уникальных торговых предложений:

- дизайн квартиры/дома;
- капитальный ремонт квартиры/дома;
- капитальный ремонт балкона;
- косметический ремонт комнаты;
- косметический ремонт санузла.

Полученные данные можно охарактеризовать как адекватные и пригодные для практического применения в деятельности компании. Для каждого из перечисленных выше сегментов ООО «Ок Ремонт» разработает уникальное торговое предложение и элементы комплекса маркетинга. В дальнейшем можно так же углубиться в географию потребителей, но для этого необходимо провести анкетирование в более глобальном масштабе, скажем, по 500 анкет на каждый город.

Научный руководитель: А. Ю. Журавлева

М. А. Лаптева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ корпоративной культуры и конкурентоспособности международной гостиничной сети

Аннотация. Корпоративная культура в настоящее время во всем мире имеет огромное значения для успешной работы различных организаций. Любая успешная компания поддерживает ярко выраженную культуру, наиболее подходящую ее целям и отличающую ее от других организаций. Многие специалисты уверены, что зачастую корпоративная культура настолько неуловима, что даже сами сотрудники не могут ее четко описать. Кроме того, корпоративная культура связана с чувством принадлежности к компании и не зависит от комфортности обстановки на рабочем месте. Каждая компания имеет свой набор правил, которые управляют каждодневным поведением сотрудников. И пока новые работники не освоят эти правила поведения, они не смогут присоединиться к коллективу в полном смысле слова.

Ключевые слова: корпоративная культура; конкурентоспособность; гостиничный бизнес.

Роль корпоративной культуры в бизнес-среде характеризуется важностью для всех процессов функционирования организации. Ее влияние сказывается на таких аспектах деятельности, как: внедрение

инноваций, кадровая и социальная политика, маркетинг, продажи. Каждый из этих процессов происходит в рамках корпоративной культуры. Все потому, что сотрудники проводят на своих рабочих местах достаточно много времени, и желают получать нечто большее, чем просто оклад. Они желают вносить свой вклад в общее дело, быть частью единого целого.

Интенсивная и целенаправленная работа с персоналом компании может принести успех компании на начальном этапе создания корпоративной культуры. Проекты, меморандумы, схемы, записки и идеи так и останутся невостребованными бумагами, если в один прекрасный день руководитель не уяснит, что проект стал чем-то большим, а именно, «душой», воздухом организации. Сплоченная и стремящаяся к единой цели команда, способна решать поставленные перед ней задачи с гораздо большим энтузиазмом и, как следствие, эффективностью, чем разрозненный коллектив сотрудников.

Культура (от лат. *cultura* – возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание) – исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях; понятие «культура» применяется для характеристики определенных исторических эпох (например, античная культура), конкретных обществ, народностей и наций (например, культура майя), а также специфических сфер деятельности или жизни людей (например, культура труда, быта, художественная культура); в более узком смысле – сфера духовной жизни людей [6].

Корпоративная культура – это нормы и правила осуществления деятельности организации, провозглашенные ее акционерами и разделяемые большинством сотрудников [2]. Корпоративная культура существует в любой организации, независимо от ее размера и формы собственности. Это объясняется тем, что в любой компании есть свои принципы, нормы, правила, порядки и ритуалы, которыми руководствуются сотрудники организации [3]. В литературе часто встречается, наряду с понятием «корпоративная культура», понятие «организационная культура».

Организационная культура – это социально-духовное поле компании, формирующееся под воздействием материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознаваемых и неосознаваемых процессов и явлений, определяющих единство философии, идеологии, ценностей, подходов к решению проблем и поведения персонала компании и позволяющих организации продвигаться к успеху [5]. Корпоративная культура – часть организационной культуры [5]. Корпоративная культура тождественна организационной культуре. Это объясняется тем,

что корпоративная культура определяется теми же терминами, что и организационная: философия и идеология организации, ценностные ориентации, верования, ожидания, нормы, важные предположения, принимаемы и разделяемые всеми членами коллектива [1]. Корпоративная культура и организационная культура соотносят как общее и универсальное, т. е. организационная культура и наиболее ярко представленное, развитое частное – корпоративная культура.

В международных компаниях корпоративная культура играет исключительно важную роль. Многие компании распространяют культуру, обеспечивая более тесные контакты между штаб-квартирой и филиалами и между руководителями филиалов из разных стран. Международная компания, перемещения менеджеров из одной страны в другую расширяют представления этих людей и повышают их преданность системе ценностей и целей корпорации. Люди, прошедшие подготовку в штаб-квартире фирмы, как правило, мыслят и действуют как ее сотрудники.

Многие компании, в реальности осознавая необходимость дальнейшей интернационализации и становясь поистине транснациональными в своих стратегиях, т. е. усиливая свою «чувствительность» к локальным рынкам, на которых они оперируют, предпринимают следующее: делают совет директоров более интернациональным; организуют международные встречи, где люди обмениваются информацией (технической, функциональной, по проектам); формируют многонациональные команды для решения общих задач, увеличивают количество иностранцев в штаб-квартире; устраивают международную ротацию персонала; пытаются распространять лучший опыт. Уже из всего этого видно, какое значение придается в международных компаниях созданию интернациональной корпоративной культуры. Однако в большинстве случаев не удается избежать доминирования одной культуры над другой, что осознается менеджерами компаний и исследователями как определенный недостаток. Но все больше и больше компаний идут по пути поиска в создании по-настоящему глобальных, или транснациональных корпоративных культур [4].

Таким образом, из-за межкультурных различий и возникающих трудностей при формировании корпоративной культуры в международных компаниях, им необходимо приспособлять их, уже имеющуюся, корпоративную культуру под другие страны и культуры, в которых они имеют филиалы.

Hilton Worldwide – это одна из крупнейших в мире быстроразвивающихся гостиничных компаний с более чем 4 900 отелями, предлагающими свыше 800 000 номеров в 104 странах и регионах. Корпорация была основана Конрадом Хилтоном в Киско, в Техасе, а сейчас штаб-квартира организации располагается в Маклин, Виргиния, США.

Почти за 100 лет с момента основания Hilton Worldwide создали индустрию гостеприимства и портфолио из 15 брендов мирового класса, включая флагманский бренд отелей Hilton Hotels & Resorts, который является самым известным гостиничным брендом в мире. В портфель основных брендов входят Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Canopy by Hilton, Curio – A Collection by Hilton, Tapestry Collection by Hilton, DoubleTree by Hilton, Embassy Suites by Hilton, Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, Tru by Hilton, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton and Hilton Grand Vacations. В планах открыть еще 29 отелей в России, в том числе 6 в 2017 г. В программе лояльности для гостей Hilton Honors участвуют более 60 млн гостей¹.

Концепция Hilton Worldwide – наполнить мир светом и теплотой гостеприимства, обеспечивая исключительное обслуживание в каждом отеле, каждому гостю, каждый раз.

Данные анализа показывают, что отель Doubletree by Hilton Екатеринбурга имеет как сильные, так и слабые стороны в своей работе, что обуславливает не только его конкурентные позиции в настоящее время, но и возможности усиления конкурентных позиций в будущем. Сильные стороны компании превращены в ее исключительные конкурентные преимущества.

Doubletree by Hilton является частью международной цепи Hilton, поэтому ее миссия складывается из философии, миссии и ценностей Hilton Worldwide:

Цель компании Hilton: «Быть самым выбираемыми отелями в мире».

Обещание бренда Doubletree by Hilton: «Обслуживать наших гостей с радушной заботой, исключительным вниманием и созданием дружелюбной атмосферы, где гости чувствуют себя как дома».

Миссия Doubletree by Hilton: «Стать самым выбираемым брендом – брендом активного выбора – путем создания особенно теплой и заботливой атмосферы для наших гостей, стремясь завладеть рынком, предоставляя полномочия и карьерный рост нашим сотрудникам и уделяя большое внимание обществу».

Миссия отелей Doubletree by Hilton лучше всего выражает слоган CARE (пер. – «забота»), что представляет собой сокращение от «Creating a Rewarding Experience» – буквально: «Создавая незабываемые впечатления». Концепция заботы о гостях CARE пронизывает все взаимоотношения между гостем и отелем. Главный символ этой заботы – фирменное шоколадное печенье, которое теплым вручается каждому гостю в момент заезда на стойке ресепшн. Печенье – это больше,

¹ *Официальный сайт Hilton Worldwide. URL: <http://ru.hiltonworldwide.com>.*

чем просто подарок, это то, что отличает Doubletree by Hilton от конкурентов и является определяющим моментом во впечатлениях гостя от отеля Doubletree by Hilton. Дарить каждому гостю знаменитое печенье Doubletree – это один из самых приятных моментов для сотрудников, потому что оно всегда нравится гостям. Печенье стало фирменным знаком Doubletree, и это одно из самых обсуждаемых впечатлений от отеля Doubletree by Hilton¹.

Организационная структура Doubletree by Hilton – линейно-функциональная. Линейно-функциональная структура управления – структура органов управления, состоящая из: линейных подразделений, осуществляющих в организации основную работу; обслуживающих функциональных подразделений. При линейно-функциональном управлении линейные звенья принимают решения, а функциональные подразделения информируют и помогают линейному руководителю вырабатывать и принимать конкретные решения.

Отель Doubletree by Hilton принадлежит международному известному бренду, а значит, имеет хорошую репутацию на международном рынке. При постоянном совершенствовании деятельности гостиницы, путем изучения потребительского спроса в России, гостиница сможет увеличивать прибыль и загрузку с каждым годом и получать только положительные результаты, а также быть конкурентоспособным предприятием среди других организаций. Уровень обслуживания совершенствуется, чтобы достигать стандартов сети.

Библиографический список

1. *Гудкова Т. В.* Особенности корпоративной культуры российских компаний. М.: Проспект, 2016.
2. *Демин Д.* Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений. М.: Альпина Паблишер, 2010.
3. *Прытков Р. М., Борисюк Н. К.* Международной менеджмент: учебник. Оренбург: ОГУ, 2008.
4. *Сливак В. А.* Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2001.
5. *Торгунакова Е. В.* Механизм управления корпоративной культурой предпринимательских структур: учебник. СПб.: Санкт-Петербургский университет управления и экономики, 2014.
6. *Хилл Ч.* Международный бизнес. 8-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2013.

Научный руководитель: Л. М. Капустина,
доктор экономических наук, профессор

¹ *DoubleTree* by Hilton Ekaterinburg City Center. URL: <http://www.hilton.ru/hotels/doubletree-by-hilton-ekaterinburg>.

Использование инновационных технологий в event-индустрии

Аннотация. Рассматривается специфика использования современных технологических и инновационных разработок; определяется их эффективность в event-индустрии. Раскрываются возможности роста качественных и количественных показателей, а также возможность расширения оказываемых услуг, привлечения большего количества клиентов и условия, повышающие конкурентоспособность данной индустрии

Ключевые слова: event-менеджмент; event-маркетинг; инновационная технология; event-агентство; инновация; технология; мероприятие; рынок услуг.

В жизни современного общества все чаще возникает необходимость в профессиональной организации мероприятий. Уровень этих мероприятий может быть различным – от личного торжества до событий регионального уровня. Специалисты в этой области организуют event-агентства.

Эта сфера достаточно молодая и активно развивается. Как и в любом новом направлении, в этой отрасли востребованы инновационные технологии. Но существуют некоторые сложности в их использовании. Так как инновационное оборудование весьма дорогостоящее, и не любая event-компания способна его приобрести. Кроме того, существует достаточно устойчивое мнение, что новая технология не надежна и ее использование не желательно.

Цель данной работы – подтвердить или опровергнуть возможности внедрения инновационных технологий в event-индустрию в Екатеринбурге.

В Екатеринбурге существует множество event-агентств. Рассмотрим наиболее крупные из них: «BTL Draft», «Оргмастер» и «Be Brand Event». Для большей наглядности составим SW-анализ (см. таблицу).

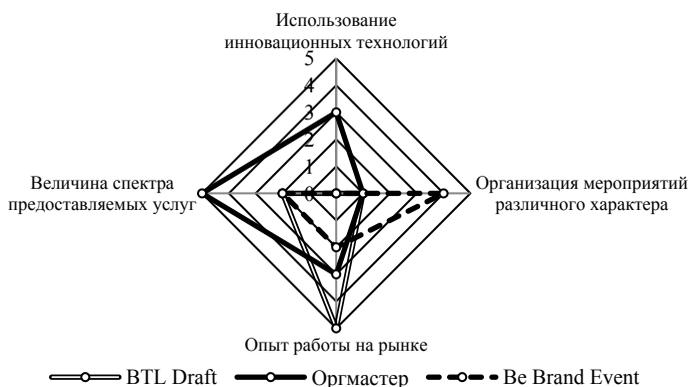
Сильные и слабые стороны крупнейших event-агентств Екатеринбурга

Агентство	S – сильные стороны	W – слабые стороны
BTL Draft	Большой опыт работы на рынке. Налаженные связи с учреждениями города, розничными сетями, администрацией и др.	Организация только деловых мероприятий. Не используются инновационные технологии
Оргмастер	Предоставление большого спектра услуг. Использование некоторых инноваций	Организация только деловых мероприятий

Окончание таблицы

Агентство	S – сильные стороны	W – слабые стороны
Be Brand Event	Опыт организации массовых городских мероприятий. Организация деловых и корпоративных мероприятий	Относительно молодая компания. Не используются информационные технологии. Не специализируется на личных мероприятиях

Полученные данные были оценены по шкале от 1 до 5 для построения многоугольника конкурентоспособности (см. рисунок).



Многоугольник конкурентоспособности

Как видно на рисунке, наибольшую площадь занимает фигура event-агентства «Оргмастер», данная компания имеет конкурентное преимущество за счет предоставления услуг с использованием инновационных технологий. Предоставляются услуги по разработке спец-эффектов, организации виджеинг-шоу (визуальные шоу), разработке и реализации Light-шоу, 3D mapping show (3D-проекция), а также услуги по техническому сопровождению.

Эксперты прогнозируют рост объема event-рынка России до 24 млрд рублей к 2020 г. И это далеко не предел, поскольку спрос будет расти опережающими темпами, по меньшей мере, еще 7 лет.

Как видно из проведенного анализа, инновационные технологии в event-индустрии в Екатеринбурге практически не используются. Несмотря на постоянно подогреваемый очередными новинками ажиотаж вокруг инновационных технологий, в повседневную деловую жизнь они все еще проникают сравнительно медленно.

Однако существует множество способов разнообразить и сделать запоминающимися проводимые мероприятия.

Один из самых популярных инструментов – сенсорный стол, на который прямо в ходе мероприятия отправляются фотоснимки. Участник имеет возможность просмотреть любую картинку, отправить ее по электронной почте или выложить в социальные сети.

Другая, не менее полезная технология – интерактивный 3D маппинг, позволяет нарисовать на сенсорном столе арт объект и транслировать его на всеобщее обозрение посредством огромного объемного экрана. Весьма просто, но очень удобно и потрясающе эффектно.

3D сканеры и принтеры прочно вошли в повседневную жизнь, но данная технология не стоит на месте, а продолжает активно развиваться и совершенствоваться. Для проведения мероприятий технология открывает самое широкое поле деятельности.

Также существует камера, способная снимать видео с охватом 360 градусов, она оснащена тремя линзами и микрофоном. Камера может быть просто прикреплена к лампочке на потолке и транслировать изображение высокого разрешения. Кроме того, устройство водонепроницаемо и оснащено модулем Wi-Fi.

Если заказчик решил пойти по пути использования в своих мероприятиях новейших технологий он должен обращаться к профессионалам – event-агентствам, имеющим несомненно больший опыт в этой сфере деятельности.

В свою очередь, event-менеджеры весьма охотно идут на применение уже знакомых и проверенных технологий и с трудом соглашались применять что-то новое, еще не опробованное, способное подвести в самый неподходящий момент. Такой подход, конечно же, существенно замедляет развитие инновационных технологий.

В ходе написания данной работы были изучены теоретические аспекты event-менеджмента, проведенное изучение рынка позволило выявить спрос на event-услуги с использованием инновационных технологий, а также разработать варианты их применения в данной индустрии.

Таким образом, проведенное исследование позволило подтвердить гипотезу о необходимости внедрения инновационных технологий в event-индустрию, а именно сенсорные столы, 3D-маппинг, 3D-сканеры и принтеры, видео с охватом 360 градусов. Эти технологии позволят расширить спектр услуг event-агентств, улучшить качество данных услуг, стать более конкурентоспособными на данном рынке, привлечь больше клиентов.

Инновационные технологии еще недостаточно внедрены, используется малая доля возможностей современной техники, поэтому разви-

тие event-индустрии будет зависеть от развития инновационных технологий в целом. Возможно, в ближайшее время появятся другие технологии, которые будут востребованы в данной индустрии.

Научный руководитель: А. Е. Плахин,
кандидат экономических наук, доцент

А. В. Рожкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Маркетинговое исследование конкурентов на рынке лабораторной мебели

Аннотация. В мире массового производства, характеризуемого тем, что большинство организаций предоставляют одинаковые или похожие услуги и товары, одной из важных задач маркетинга выступает отстройка от конкурентов. Чтобы максимально грамотно осуществить позиционирование и отстройку, рекомендуется провести маркетинговые исследования конкурентов, задача которых заключается в выявлении как его сильных, так и слабых мест для дальнейшей разработки идеальной стратегии поведения на рынке. Раскрывается содержание маркетингового исследования конкурентов предприятия, занятого на рынке лабораторной мебели ООО «Краун Групп»; представлены результаты оценки привлекательности отрасли лабораторного оборудования в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: маркетинг; рынок; конкуренция.

Любая компания, работающая на рынке или только планирующая выйти на него, сталкивается с деятельностью конкурентов, что вынуждает ее регулировать деятельность в соответствии с правилами рынка и сложившейся конкурентной обстановкой. Любой фирме, желающей выстоять в случае каких-либо серьезных изменений в конкурентной ситуации, необходимо постоянно проводить анализ своего конкурентного положения в разрезе своей стратегической группы.

Актуальность данной темы состоит в том, что на территории любой страны и во всех временных промежутках, в различных сегментах рынка происходит конкурентная борьба за расширение рынков сбыта товаров и услуг производящими компаниями, поэтому анализ конкуренции и методов завоевания преимуществ в конкурентной борьбе необходимы каждому предприятию.

Целью работы является маркетинговое исследование конкурентов предприятия, занятого на рынке лабораторной мебели (ООО «Краун Групп», Екатеринбург), потенциально имеющих возможность выхода на смежный рынок. Проведенная работа тесно связана с практическим интересом компании, который можно сформулировать следующим вопросом: кто из конкурентов-производителей лабораторной

мебели потенциально имеет возможность стать производителем лабораторного оборудования? Ответ на данный вопрос поможет руководству компании ООО «Краун Групп» понять, целесообразно ли самим выходить на рынок лабораторного оборудования (в качестве производителя), а также, в случае положительного результата, определить стратегии, способствующие формированию конкурентного преимущества и занятию доли рынка в новой для компании области.

Объект исследования – российский рынок лабораторного оборудования и лабораторной мебели. Предмет исследования – организационно-экономические отношения, возникающие в условиях конкурентной борьбы между участниками рынка лабораторного оборудования и лабораторной мебели.

В теоретической части работы изучены этапы и методы маркетинговых исследований, а также пути исследования конкурентов.

Во второй главе проведены следующие анализы.

1. Обзор деятельности ООО «Краун Групп», свидетельствующий о положительной динамике развития предприятия.

2. Обзор российского рынка лабораторной мебели. Вкратце, основные выводы по данному рынку:

число потенциальных клиентов очень большое – 2 160 учреждений (на территории РФ);

для производства такого продукта как лабораторная мебель необходимы серьезная технологическая база, конструкторские разработки, опыт работы на рынке (вывод на основе анализа входных/выходных барьеров);

доля лидера рынка по объему продаж (в стоимостном выражении) составляет 0,48; по проведенным далее расчетам рынок лабораторной мебели характеризуется олигополией и является высококонцентрированным.

Обзор российского рынка лабораторного оборудования. Вкратце, основные выводы по данному рынку:

после резкого скачка курса доллара по отношению к рублю (в 2014 г.), импорт оборудования для термической обработки резко сократился в 7 раз, и по сей день количество импортируемого оборудования снижается из-за низкой платежеспособности сегмента, где основным заказчиком является государство, не готовое финансировать крупные инвестиции в развитие химических лабораторий;

количество экспорта возрастает, что, по нашему мнению, обуславливается как теми же финансовыми причинами (стоимость), так и тем, что с каждым годом российские производители набираются опыта и на данный момент уже в достаточной мере сильны с точки зрения технологической базы, чтобы конкурировать на международном рынке;

сложившаяся ситуация может представлять собой перспективу и возможность выхода на данный рынок и занятия в нем некоторой доли.

3. Исследование производителей лабораторных сушильных шкафов в России. Вкратце, основные выводы:

рынок лабораторного оборудования стремится к монополии (доля лидера по объемам продаж – 0,90) и является высококонцентрированным;

лидер рынка является сильнейшим конкурентом, с которым будет тяжело тягаться; второй конкурент в скором времени уйдет с рынка (вывод на основе данных СПАРК, запуск банкротства), в связи с чем появляется прекрасная возможность овладеть его долей рынка после чего можно будет рассматривать третьего конкурента как следующую цель для конкурентной атаки;

на данный период времени рынок лабораторного оборудования является привлекательным.

В третьей главе проведено маркетинговое исследование конкурентов. Цель данного исследования – установить привлекательность отрасли лабораторного оборудования в долгосрочной перспективе.

1. Классификация конкурентов по пяти ключевым факторам успеха. На основании метода экспертной оценки и опроса составлена таблица с ключевыми характеристиками деятельности конкурентов. Выводы – пытаться овладеть долей компании-лидера рынка скорее невозможно, так как она очень сильная. В первую очередь овладеть долей рынка компании, имеющей самые слабые оценки. Впоследствии – работать над стратегиями, бьющими по слабым позициям компании, идущей за лидером рынка.

2. Анализ и оценка угроз 5 конкурентных сил. На основании 5 ключевых параметров конкуренции составлена таблица и приведен ряд стратегий для компании ООО «Крану Групп».

3. Статистическая обработка данных по конкурентам с использованием SPSS. Проведена обработка данных (кластерный анализ) по конкурентам, занятым на рынке лабораторной мебели и потенциально способным выйти на рынок лабораторного оборудования собственного производства. Для анализа информации были использованы данные из базы СПАРК. В ходе работы сформировано 3 кластера, каждый из которых объединяет компании по какому-либо признаку (например, Кластер 1 показывает высокие значения по периоду функционирования компаний и низкие значения по фактору «количество контрактов». Мы можем определить этот кластер как «опытные компании с прямыми поставками»). Далее для каждого кластера описаны стратегии для

успешного выхода на рынок и удержания рыночной доли компании ООО «Краун Групп».

Научный руководитель: А. Ю. Журавлева

К. И. Сайфутдинова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка узнаваемости и продвижения бренда организации AIESEC

Аннотация. Рассматривается бренд некоммерческой организации AIESEC (суть бренда, актуальность и его функции). Представлены результаты полевого исследования, в ходе которого были использованы такие инструменты, как swot-анализ и опрос. Сформулированы выводы и практические рекомендации.

Ключевые слова: бренд; маркетинг; брендинг; некоммерческая организация; услуга; продвижение.

По мере развития экономики, рыночных отношений, глобализации рынка товаров и услуг, производители стали нуждаться в способе выделения своего товара среди товаров конкурентов, что и вызывало расширенный спрос на применение брендов, активизацию и актуализацию деятельности, направленной на их создание, продвижение и развитие.

Умение управлять брендом – это высший пилотаж маркетинга, рекламы, PR. Обладание брендом – то, к чему стремится любая фирма, это победный результат в деятельности фирмы, ее истории. Не каждое имя фирмы может быть названо брендом, не каждый в силах добиться такого звания и далеко не каждый добившийся может удержать его на необходимом уровне.

Актуальность выбранной темы выражается в понимании того, что именно бренды, благодаря силе охвата аудитории и вездесущности, стали одной из причин мировой глобализации, при том ее отрицательной стороной. Но, даже учитывая этот факт, бренд, как явление, уже не может быть устранен из экономической жизни современного общества. Постоянное развитие производства, увеличение количества конкурирующих компаний, которые, по сути, соревнуются с одним и тем же товаром, только усиливает значение выполняемых брендом функций. Именно поэтому сегодня так актуальны вопросы создания, продвижения и развития бренда.

Для того чтобы раскрыть все важные пункты темы данного исследования, автор ставит следующую цель: изучить бренд организации AIESEC и оценить его продвижение.

При проведении кабинетного исследования, были сделаны следующие выводы. Современный бренд не только инструмент маркетинга, но отдельный элемент производства, который может выйти вперед самого товара, а влияние брендов распространяется на все аспекты деятельности, внутри и за пределами организации.

В условиях современного рынка компании стремятся увеличивать свою доходность не улучшением качества продукта, а продвижением бренда. Именно поэтому очень важно учитывать его как элемент производства и постоянно изучать и изменять в соответствии с запросами рынка.

Функции бренда состоят в следующем: позволяет поддерживать плановые объемы продаж на конкретном потребительском рынке и реализовывать на нем создание и закрепление в сознании покупателя образа товара. Бренд обеспечивает приток прибыли за счет возможности расширять ассортимент товаров и товарных групп, которые получают известность за счет уже сформированного бренда. Учитывает запросы потребителей и территории, на которой распространяется, отражая то, что необходимо именно этому сегменту. Бренд облегчает процесс продажи для продавца, привлекая покупателей и упрощая процесс обработки заказов и прогнозирования спроса.

В ходе проведения полевого исследования были выяснены следующие факты и даны рекомендации.

Основной проблемой продвижения продукта международных стажировок является отсутствие конкретной программы маркетинга, разработка которого поможет существенно лучше понимать преимущества компании и выделять продукты среди конкурентов, следовательно, повысить социальный положительный эффект от продукта, что и является целью бренда.

Используя инструмент SWOT-анализа, автор провел оценку организации. Этот инструмент маркетинга позволяет увидеть ситуацию, в которой находится продукт, и проследить базу дальнейших действий.

SWOT-анализ показал, что в данный момент AIESEC имеет много сильных преимуществ, которые могут устранить имеющиеся угрозы при правильном подходе к решению проблем.

Специфика продукта предусматривает при выборе целевого сегмента учитывать не только спрос среди потребителей, но и среди работодателей, так как и в социальных, и в профессиональных стажировках развиваются профессиональные качества кандидатов. Автором был составлен портрет целевой аудитории с учетом демографических и профессиональных данных, что позволяет сформировать правильную маркетинговую стратегию.

Опрос показал, что почти 3/4 целевой аудитории не знает о существовании такой организации, хотя имеют желание поехать на между-

народную стажировку и развиваться в личностном и профессиональном плане. При этом те, кто знаком с организацией, совершенно точно выделяют главные направления ее деятельности: международные стажировки – более 80%, профессиональный и личностный рост – более 60%, что говорит о правильном донесении миссии организации для тех, кто знаком с ее деятельностью.

Проанализировав деятельность AIESEC в Екатеринбурге в течение года, автор рекомендует не прекращать процесс продвижения в течение всего года, делая акценты на месяцы с февраля по апрель (для летнего периода) и с сентября по ноябрь (для зимнего периода), так как в это время идет набор на большинство программ стажировок и у клиента достаточно времени для выбора стажировки, прохождения интервью и подготовки всех необходимых документов для ее реализации.

Под процессом продвижения в работе понимается реализация коммуникационной стратегии, главной целью которой является привлечение потребителей и повышение узнаваемости бренда.

Для достижения необходимого эффекта необходимо задействовать такие каналы коммуникации, как бизнес-каналы, внешние и внутренние каналы коммуникации, используя как онлайн, так и оффлайн продвижение.

Следующей важной частью развития бренда AIESEC является развитие участников, как носителей и представителей бренда. Для улучшения деятельности организации необходимо улучшить процесс набора в комитет и в значительной степени увеличить требования к кандидатам на пост участника AIESEC.

Автор дает следующие рекомендации, касательно данной проблемы: следует привлекать бывших участников программ стажировок к продолжению деятельности в организации на позициях участников и менеджеров проектов, так как они лучше знакомы с сущностью программы и деятельностью организации не только в данном локальном комитете, но и в локальном комитете страны, в которой они проходили стажировку. Необходимо заниматься образованием участников, посредством привлечения их к участию в конференциях, форумах, вебинарах и прочих образовательных мероприятиях, которые предоставляет AIESEC.

В данной работе был проанализирован как теоретический, так и практический аспекты модели бренда, а именно модели бренда на примере такой организации, как международная молодежная некоммерческая неполитическая нерелигиозная организация AIESEC.

Итак, можно заключить, что цель и задачи исследования были достигнуты.

Научный руководитель: Е. А. Жадько

К. А. Утробина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Event-маркетинг как инструмент продвижения услуги (на примере батутного парка «Razgon»)

Аннотация. Рассмотрен один из инструментов продвижения компании на рынке – event-маркетинг. Раскрыта сущность и актуальность данного понятия; рассмотрены основные инструменты и преимущества событийного маркетинга. На конкретном примере доказана эффективность использования данного инструмента.

Ключевые слова: event-маркетинг; реклама; потребитель; мероприятие; продвижение продукта.

Современное общество развивается быстрыми темпами, с каждым днем на рынок выходят новые товары и услуги. Многие предприятия пытаются донести информацию о произведенных товарах/услугах путем различного рода рекламных сообщений. Можно заметить, что обычная реклама становится менее эффективной, поэтому производители продукции находятся в постоянном поиске новых путей продвижения товара. Одним из решений рекламного кризиса является event-маркетинг.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в настоящее время привлечение внимания покупателя к определенному товару или услуге путем традиционной рекламы является не таким эффективным, как несколько лет назад, поэтому необходимо создавать новые методы привлечения потенциальных покупателей к товару или услуге. Событийный маркетинг помогает выйти предприятию из рекламного кризиса, так как правильно спланированное и хорошо организованное мероприятие поможет фирме правильно преподнести товар покупателю, как говорится «показать его в лучшем свете». Целью исследования является изучение эффективности event-маркетинга как инструмента продвижения услуги на примере батутного парка «Razgon».

В ходе анализа имеющихся литературных источников по данной теме было выяснено, что событийный маркетинг является одним из инструментов маркетинга, включающий в себя организацию различного рода мероприятий с целью продвижения товара или услуги. Данный вид продвижения товаров становится все более популярным при привлечении покупателей.

Инструменты event-маркетинга направлены на формирование положительного общественного мнения о товаре и предлагающей его компании либо изменении этого мнения в нужную сторону. Кроме того, при организации event-мероприятий следует уделять особое внима-

ние каждому элементу организации мероприятия и держать под контролем их согласованность, которая обеспечит преимущества по сравнению с традиционными рекламными инструментами. Таким образом, организуя event-мероприятие, важно понимать, что это не просто какое-либо мероприятие, направленное на исключительно развлечение потребителей, в первую очередь, это серьезный способ донесения рекламного, информационного сообщения, который имеет конкретные цели и задачи.

В ходе работы был составлен SWOT-анализ и content-анализ батутного парка «Razgon». SWOT-анализ показал, что в данный момент «Razgon» имеет много сильных преимуществ, которые могут устранить имеющиеся угрозы. При content-анализе были исследованы все батутные парки Екатеринбурга. В результате данного анализа было установлено, что батутный парк «Razgon» занимает первое место по количеству проведенных мероприятий за последний год. Но у всех рассматриваемых батутных парков был выявлен и недостаток по распространению информации о проводимых мероприятиях, в данном случае каналы распространения ограничены.

Для анализа эффективности событийного маркетинга в батутном парке «Razgon» было выбрано мероприятие «Sporty Weekend», которое преследовало несколько целей: повышение продаж, привлечение новых посетителей, повышение лояльности потребителей. Если анализировать структуру мероприятия, то можно сделать вывод, что организаторы грамотно построили концепцию мероприятия, так как первая половина дня по большей степени рассчитана для детей, а чем ближе к вечеру, тем программа становится подходящей больше для подростков и молодежи. Кроме этого, первая половина дня совершенно одинаковая, только после 17.00 начинаются разные программы.

При изучении «Sporty Weekend» было проанализировано не только само мероприятие, также была изучена потребительская оценка по поводу проведенного мероприятия, в результате которой было выяснено не только мнение посетителей о мероприятии, но и получены какие-либо предложения и рекомендации. По результатам анкеты можно сделать следующие выводы: в целом мероприятие «Sporty Weekend» прошло на достаточно высоком уровне. Целевая аудитория осталась довольна проведенным мероприятием, большинство посетителей не отказались бы посетить еще раз данное мероприятие. Так же основная часть респондентов отметила, что организация была на достаточно хорошем уровне. Кроме того, ожидания большей части посетителей о «Sporty Weekend» оправдались, что говорит о том, что мероприятие было организовано не просто для «галочки», а для потребителей и их привлечения. Слабой стороной мероприятия является

информационная составляющая, так как информацию до и после проведения можно было найти только на официальном сайте и официальных группах в социальных сетях.

Обычно в выходные дни в батутном парке «Razgon» занимаются 50–60 чел., следовательно, за два дня в батутном парке бывает примерно 100–120 чел. В день проведения мероприятия «Razgon» посетили около 160–180 чел., что превышает количество посетителей

Таким образом, мероприятие «Sporty Weekend» получило в большей степени положительные оценки, следовательно, мероприятие достигло поставленных целей, а именно за дни проведения увеличилось число продаж, появились новые клиенты, а также повысилась лояльность потребителей. Кроме того, при исследовании было выявлено, что данное мероприятие является эффективным инструментом привлечения новых потребителей и удержания старых. Следовательно, использование инструментов event-маркетинга для батутного парка является более выгодным методом привлечения внимания к мероприятию и увеличению продаж, поэтому в дальнейшем батутному парку «Razgon» не стоит отказываться от такого метода привлечения новых покупателей и сделать «Sporty Weekend» на регулярной основе.

В заключение исследования были сформулированы рекомендации по улучшению данного мероприятия и мероприятий батутного парка в целом. Во-первых, следует уделить большое внимание информационной составляющей мероприятия, кроме этого необходимо оповещать потенциальных покупателей примерно за две недели до проведения мероприятия, при этом постоянно напоминать им об этом. Во-вторых, при организации мероприятия спланировать программу так, чтобы мероприятия в течение двух дней были абсолютно разными. В-третьих, многие посетители выразили желание видеть больше показательных номеров, поэтому организаторам следует обратить особое внимание на данное пожелание и при организации следующего мероприятия пригласить как можно больше приглашенных гостей, благодаря которым мероприятие станет ярче и запоминающееся.

Следующие рекомендации направлены на улучшение мероприятий в целом. Во-первых, можно сделать бесплатное приложение на телефоны, в котором будет размещена вся интересующая потребителя информация, кроме того, данное приложение будет напоминать посетителям о всех проводимых мероприятиях. Во-вторых, следует оставить часть программы втайне от посетителей, обозначив это, например, как сюрприз. Тем самым заинтересованность покупателей в мероприятии будет еще выше. Наконец, организаторам стоит обратить внимание на разработку какой-либо сувенирной продукции, которые в дальнейшем будут напоминать посетителям о данном мероприятии.

Таким образом, при проведении данного исследования были достигнуты все поставленные цели и задачи.

Научный руководитель: Е. А. Жадько

Экономико-правовой аспект инновационного развития стран Евразии

М. А. Булыгина

Уральский государственный экономический университет, г. Нижний Тагил

Внедрение инноваций в деятельность по реконструкции и благоустройству дорог и прилегающих к ним территорий (на примере ООО «Уралстроймонтаж»)

Аннотация. Рассмотрены особенности инновационного внедрения в деятельность по реконструкции и благоустройству дорог и прилегающих территорий на примере ООО «Уралстроймонтаж»

Ключевые слова: инновация; благоустройство; бизнес; строительство.

Коммерческий бизнес в наше время уже невозможно представить без инновационных технологий, которые играют огромную роль в жизни бизнеса. Развитие инновационных технологий в любой отрасли позволяет обеспечить экономический рост и повысить его качество, тем самым повысить уровень жизни в городах. Во всех развитых странах, благоустройство города занимает важное положение, а особенно в городах, где внешнее состояние города является предметом особого внимания официальных представителей власти, политиков, СМИ.

ООО «Уралстроймонтаж» – организация, которая занимается строительством, в том числе в сфере благоустройства, уже более десяти лет. Занимает уверенную лидирующую позицию среди организаций городов Свердловской области. Проведя анализ конкурентов, выявив список главных по Свердловской области (табл. 1).

Определим конкурентный статус, который зависит от совокупности сильных и слабых сторон организации на отраслевом и региональных рынках относительно его конкурентов. Сравнивая нашу организацию с другими строительными компаниями на уровне стран Евразии, занимающие топ-3 лидеров в деятельности благоустройство: Grupo ACS, Испания, Мадрид; HOCHTIEF AG, Эссен, Германия; VINCI, Франция определили, что для выхода на мировой

рынок по реализации строительного-монтажных услуг в направлении благоустройство, ООО «Уралстроймонтаж», должны внедрить в свою компанию, что-то новое, что будет значительно опережать на несколько шагов те же компании, в той же отрасли, на территории России. Таким образом, был проделан анализ строительных компаний на территории стран Евразии. На основе была взята компания из Испании, город Мадрид, Grupo ACS. Эта компания является лидером в своем секторе, к тому же имеет большой опыт и стабильное развитие проектов и услуг в Латинской Америке, где она занимает лидирующие позиции.

Таблица 1

Конкуренты ООО «Уралстроймонтаж» в Свердловской области

Показатели конкурентоспособности (КФУ)	Конкуренты									
	Мы	Уралдортехнология	ЭММА	Магистраль	Уралдомноремонт	Бридж	Металлоинвест	УБТ-Сервис	Спецстройинвест	Прокатмонтаж
Портфель заказа стратегических заказчиков	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4
Производственные мощности	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
Гибкая ценовая политика	4	2	2	2	4	3	5	5	5	3
Соблюдение сроков	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5
Соблюдение СНИП	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
Квалифицированный персонал	4	3	3	2	4	3	5	5	4	4
Деловая репутация	28	27	27	25	29	24	33	32	29	29
Общий рейтинг	0,62	3	1	1	1	0,06	1	0,63	0,4	3,9

Главным отличием ACS Группа, это то, что имеет программы непрерывного обучения и развития навыков, направленных на покрытие пробелов и потребностей в обучении сотрудников, которые определены в течение года и находятся в соответствии с компетенцией в модели управления. Учебные планы направлены на удовлетворение потребностей в обучении сотрудников, для надлежащего выполнения своей работы и для их профессионального и карьерного развития.

Проанализировав штатное расписание ООО «Уралстроймонтаж» и текучесть кадров, было принято решение, разработать бизнес-план по открытию на платформе организации учебный центр (УЦ), где первоначальным направлением, будет переобучение/ обучение сотрудников по направлению водитель (разных отраслей), машинистов и дорожных рабочих разных уровней.

Сведем основные затраты, которые приходится при открытии учебного центра (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Затраты на открытие учебного центра

Виды затрат	Сумма
1. Лицензия на образовательную деятельность (образовательная лицензия)	40 000, 00 (разовая)
2. Госпошлина	7 500,00 (разовая)
3. Аренда помещений	75 000,00(ежемесячно)
4. Заключение СЭС	22 000,00 (ежегодно)
5. Заключение Государственного пожарного надзора	35 000,00 (ежегодно)
6. Заработная плата педагогам по направлениям (7 человек)	25 000,00(ежемесячно)
7. Компьютерная техника	315 000,00 (разовая)
<i>Итого расходы на первый месяц работы VI</i>	<i>519 500,00</i>

Из данных таблицы рассчитаем предстоящие затраты на год:

$$40\,000,00 + 7\,500,00 + (75\,000 \cdot 12) + 22\,000 + 35\,000 + \\ + (25\,000 \cdot 12 \cdot 7) + 315\,000 = 3\,419\,500,00$$

(Три миллиона четыреста девятнадцать тысяч пятьсот) рублей.

Данная инновация по внедрению учебного центра в ООО «Уралстроймонтаж», позволит не только совмещать профессии у сотрудников, с целью сокращения бюджета на заработную плату. Но и позволит выполнять СМУ, без остановок из-за нехватки сотрудников. Следовательно, работы будут выполняться вовремя, что позволит компании хорошо себя зарекомендовать перед заказчиками. И в будущем, без прерывания заключать новые контракты.

Актуальность инновации заключается в том, что при успешном внедрении инвестиционной политике в строительный бизнес, в нашем случае внедрение инноваций в компанию, занимающая деятельностью по благоустройству городов, способствует улучшение не только бизнеса, но и в стране. Способствует притока зарубежных инвестиций, развитие экономики, как основы процветания страны на различных уровнях экономике.

На первый план становится конкуренция городов за людей. Теперь при переезде в новый город, определяются не только появление новых рабочих мест, но и благоустройство города, его социальное и экономическое состояние. В связи с этим, город должен уметь привлекать и удерживать нужных переселенцев. Поэтому благополучие города, теперь все меньше и меньше зависит от численности населе-

ния, а огромную роль имеет человеческий потенциал живущих в городе людей.

Благоустройство городов руками коммерческих строительных организаций, при умном подходе, не только способствует увеличению прибыли. Но и процветание города, на мировом уровне.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

Н. М. Дармеш

*Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауезова,
г. Шымкент, Республика Казахстан*

Решение проблем эффективности государственного инновационного планирования Казахстана на региональном уровне

Аннотация. Рассматривается опыт государственной поддержки инновационной деятельности Республики Казахстан в условиях перехода к индустриально-инновационному развитию экономики страны. Обозначены проблемы экономического развития хозяйства страны и инструментарий государственной поддержки развития науки и технологий.

Ключевые слова: инвестиция; долгосрочная инвестиция; капитал; прибыль; современная экономика; ценные бумаги; планирование; регион.

На этапе кризисных явлений в современном мире экономика Казахстана не теряет динамику своего развития, происходит становление конкурентной среды хозяйствования, осуществляются радикальные преобразования в научно-технической сфере. При этом значительная роль отводится кардинальным трансформациям – преодолению технологической деградации, освоение техники современного пятого и перспективного шестого технологических укладов. Поставлена задача перехода к индустриально-инновационному развитию экономики, ориентация на поддержку высокотехнологичных производств, сектора малого и среднего предпринимательства.

Трансформации просматриваются в следующих направлениях: повышение доли готовых изделий в структуре экспорта и услуг при уменьшении доли минерального сырья и топлива; усиление интеграции, объединение усилий и потенциалов в рамках ЕврАзЭС для технологического прорыва; повышение конкурентоспособности экономик и совместное выступление на мировых рынках. Стремительное развитие мегарынков России и Китая делает перспективным формирование экспортных площадок для удовлетворения спроса на продукцию с вы-

сокой добавленной стоимостью, производимую на базе профильных для Казахстана сырьевых ресурсов.

Экономический рост в Казахстане в значительной степени обеспечивается благодаря интенсивному освоению невозобновляемых минеральных ресурсов. Техническая и технологическая отсталость некоторых предприятий, отсутствие действенной связи науки с производством представляют определенную угрозу экономической безопасности страны. По предварительным данным статистики, в 2012 г. минеральные продукты в общем объеме экспорта Казахстана составляли 78,7%, машины, оборудование, транспортные средства, приборы и аппараты – всего 0,8%.

Опыт экономически развитых стран свидетельствует, что на долю новых знаний, воплощаемых в технологиях, оборудовании и организации производства, в промышленно развитых странах приходится до 75–80% прироста ВВП. В Казахстане данный показатель характеризуется значительным ростом в 2011 г. В 2011 г. на технологические инновации выделено 219 571,2 млн тенге, что в 7 раз больше уровня 2010 г. При этом в Западно-Казахстанской, Мангистауской областях расходы на технологические инновации не производились. Уровень инновационной активности определяется наличием мощной базы знаний и механизмов реализации имеющегося интеллектуального потенциала. Хотя количество инновационно активных предприятий в стране растет, этот показатель ниже уровня многих стран - 4,3%, в некоторых регионах этот показатель еще ниже. Между тем, доля инновационно активных предприятий в США составляет около 50%, Турции – 33, Венгрии – 47, в Эстонии – 36, в России – 9,1%.

Невысокую инновационную активность можно связать с отсутствием заинтересованности иностранных инвесторов во внедрении прорывных проектов в производство, недостатком стимулов у ответственных предпринимателей, навыков коммерциализации проектов.

Мировая практика показывает, что уровень инновационной активности в промышленности региона непосредственно связан с ролью науки в реформировании экономики, а также объемом финансирования. Например, на исследования в США выделяется 2,9% от ВВП, в Японии – 3%, Германии – 2,35%, Франции – 2,25%, Швеции – 4,0%.

Необходимо отметить, что Евросоюз рекомендует своим членам довести уровень вложений в науку до 2,5% ВВП. В Казахстане за последние 5 лет объемы финансирования науки возросли, но пока составляют порядка 0,28 % ВВП, против 0,18% в 2000 г.

Инновационные процессы могут успешно развиваться на базе создания соответствующей инфраструктуры, включая консалтинговые и инжиниринговые фирмы, услуги «инкубаторов», технопарков, ин-

формационные центры, лизинг, венчурный капитал. Рисковое финансирование представляет собой долгосрочное инвестирование капитала, размещенного не в виде кредитов, а в виде паевых взносов. Капитал рискованных компаний формируется за счет средств пенсионных фондов, страховых компаний и банков, населения. Однако основная часть всех рискованных капиталовложений идет в отрасли высоких технологий.

Наличие современной производственной и социальной инфраструктуры является необходимым фактором ускоренного и качественного развития экономики. Большая территория Казахстана и ее геотранзитный характер диктуют необходимость динамичного развития энергетических, транспортных и телекоммуникационных комплексов. Применительно к модели индустриально-инновационной стратегии страны критерием оптимальности является функционирование модели, которая признается более эффективной из возможных вариантов развития национальной экономики.

В этом аспекте следует отметить, что стимулирование производственной и инновационной деятельности происходит через использование механизма государственного регулирования и экономического стимулирования. Инновационная политика предполагает систему мер по селективной поддержке стратегически важных секторов национальной экономики. Они призваны влиять на экономический рост, структурные преобразования экономики, включая инновационную сферу.

Применимы следующие критерии: благоприятное сочетание факторов производства; наличие и реализация научно-технического потенциала и ноу-хау, способные обеспечить технологический рывок; ресурсы квалифицированных рабочих; возможности использования информационных технологий; возможность притока иностранных и внутренних инвестиций в структурную перестройку производства и его инновационную сферу; наличие конкурентоспособных смежных и родственных производств, делающее возможным перелив квалифицированных кадров и технологий из сектора в сектор, из региона в регион; стабильность воспроизводственных связей.

Основным источником средств для финансирования инновационных программ промышленной политики являются доходы от сырьевого экспорта. Поэтому достижение стратегических целей структурной перестройки требует, во-первых, предотвращения утечки доходов от сырьевого экспорта и, во-вторых, создания эффективных механизмов их конверсии в производственные инвестиции. Капитализация доходов от традиционного сырьевого экспорта является одной из наиболее фундаментальных проблем промышленной политики.

Поддержка конкурентоспособных секторов экономики должна осуществляться параллельно с пакетом инновационных факторов раз-

вития. К важнейшим инструментам такой политики относятся: совершенствование налогового законодательства, нацеленного на пополнение бюджетных доходов за счет расширения налогооблагаемой базы и переноса акцента на обложение природной ренты; улучшение технологии отслеживания кредитов для предотвращения их использования в спекулятивных операциях; дифференциация нормы обязательных банковских резервов в зависимости от структуры банковских активов с установлением повышенных ставок на краткосрочные кредиты под финансирование посреднических операций и пониженных – для долгосрочных инвестиционных кредитов.

Научный руководитель: Е. Е. Досмуратова

Е. А. Иванов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование нормативной правовой базы в сфере демографической политики России как инструмент стимулирования экономического роста

Аннотация. Рассматривается демографическая политика России на современном этапе. На основе анализа текущей ситуации и нормативной правовой базы в сфере демографической политики сформулированы рекомендации по улучшению демографического положения России с целью стимулирования экономического роста.

Ключевые слова: демография; демографическая политика; население; экономика; экономический рост.

Анализ официальной государственной статистики РФ позволил выявить такие положительные тенденции в демографии страны, как рост рождаемости, снижение смертности и увеличение миграционного прироста. С 2013 г. в стране удалось приостановить естественную убыль населения, однако существует большая вероятность того, что Россия находится на пороге нового демографического кризиса.

Возрастно-половая структура населения из периодического статистического сборника «Россия в цифрах» за 2016 г. сигнализирует о наличии значительной вероятности ухудшения демографической ситуации в последующие годы в связи с предстоящим долгосрочным снижением численности женщин репродуктивного возраста и ростом числа лиц пожилого возраста.

Уменьшение численности женщин репродуктивного возраста может вызвать снижение уровня рождаемости в долгосрочной перспективе, в то же время численность лиц, переходящих планки в 60, 65

и 70 лет будет увеличиваться в последующие годы. Исходя из того, что число преждевременных смертей останется на текущем уровне и прочие факторы останутся без существенных изменений, а число естественных смертей будет накапливать потенциал для роста, можно предположить, что смертность населения будет увеличиваться.

В сложившейся ситуации становится очевидной необходимость перехода на новый качественный уровень разработки и реализации демографической политики РФ в целях сохранения положительных тенденций и упреждающей борьбы с возможным демографическим кризисом.

Профессор института социально-политических исследований РАН Леонид Леонидович Рыбаковский определяет демографическую политику как систему общепринятых на уровне государства и общества идей и концептуально объединенных средств, с помощью которых предполагается достижение определенных количественных и качественных целей в области воспроизводства и динамики населения в данный момент и на некоторую долгосрочную перспективу. Таким образом, из определения следует, что проведение демографической политики требует соблюдения ряда условий. Во-первых, наличие концепции, содержащей цели, задачи и сроки реализации политики. Во-вторых, обладание ресурсами для реализации политики. В-третьих, поддержка концепции обществом.

Концепция демографической политики России на период до 2025 г., утвержденная Указом Президента РФ от 9 октября 2007 г. № 1351 (далее – Концепция), определяет цели, задачи и принципы реализации демографической политики до 2025 г. Конкретный перечень мероприятий по реализации Концепции содержится в соответствующих распоряжениях Правительства РФ.

В рамках вопроса о ресурсном обеспечении для реализации демографической политики, достаточно отметить, что источниками финансирования мероприятий Концепции являются федеральный бюджет, бюджеты субъектов Российской Федерации, бюджеты муниципальных образований, средства государственных внебюджетных фондов, коммерческих и общественных организаций, благотворительных фондов и иные средства.

Меры государственной поддержки, направленные на стимулирование рождаемости, снижение уровня смертности, улучшение качества жизни и повышение ее продолжительности положительно воспринимаются населением, так как носят добровольный и поощрительный характер. Таким образом, можно сказать, что в Российской Федерации выработана четко сформулированная и направленная демографическая политика, в которой, однако, не проработан вопрос разграничения полномочий различных уровней власти.

Необходимо отдельно отметить, что количество нормативных правовых актов, затрагивающих реализацию демографической политики, очень велико. Например, вопросы миграции неразрывно связаны с получением российского гражданства, которые регламентируются Федеральным законом «О гражданстве Российской Федерации» от 31 мая 2002 г. № 62-ФЗ. Вопросы преимуществ многодетных семей затрагиваются в Налоговом кодексе Российской Федерации (часть 2) от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ, Трудовом кодексе Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. 197-ФЗ и других нормативных правовых актах.

В сложившихся условиях, принятие законодательного акта, систематизирующего нормативную правовую базу в сфере демографической политики и заполняющего выявленный пробел, является логичным и закономерным этапом дальнейшего развития данного направления.

Следовательно, целесообразно заняться разработкой и принятием соответствующего Федерального закона, объединяющего в единую структуру имеющиеся документы и закрепляющего цели, задачи, принципы, основные меры реализации и разграничение полномочий органов государственной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере демографической политики. Отсутствие такого законодательного акта сдерживает потенциал дальнейшего совершенствования нормативной правовой базы в сфере демографической политики и затрудняет обобщение накопленного опыта, а его принятие может сыграть важнейшую роль в развитии России.

М. А. Клементьева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Методическое и организационное обеспечение разработки стратегии международной компании

Аннотация. Подробно рассматриваются характерные черты стратегий интернационализации компаний; выделяются основные особенности построения стратегий; охарактеризованы органы и подразделения, которые отвечают за их реализацию и проанализированы методы оценки эффективности стратегий. Эти данные подкрепляются примерами различных стратегий интернационализации зарубежных компаний на рынке Свердловской области.

Ключевые слова: международный менеджмент; стратегия интернационализации; метод стратегического анализа; этап построения стратегий; стратегический центр хозяйствования; оценка эффективности стратегии.

Ключевой особенностью менеджмента настоящего времени является усиление его международного характера. В условиях глобализа-

ции мировой экономики, дальнейшего формирования информационного общества, ускорения процессов развития рынков, технологий, социально-политической ситуации методы управления развиваются весьма динамично. В связи с этими изменениями возрастает актуальность проблемы выявления основных составляющих и особенностей международного менеджмента и путей выхода на новые внешние рынки.

Существует множество видов стратегий, используемых международными компаниями, однако каждая фирма имеет свои уникальные особенности, которые характеризуют ее место на рынке. Именно поэтому нельзя четко выделить диапазон определенных видов стратегий, которые, безусловно, будут успешно подходить каждой компании. Актуальность данной работы обуславливается тем, что международным компаниям необходимо быть в состоянии не только разрабатывать стратегии интернационализации, но и выявлять наиболее эффективные из них, которые помогут компании максимально полно реализовать поставленные цели, используя наименьшие ресурсные затраты.

Несмотря на то, что интернационализация подразумевает достаточно широкий перечень возможностей для организации, а международные компании обладают большими возможностями по сравнению с национальными, на международных рынках существует также множество угроз и рисков. Для избежания этих рисков и потенциальных угроз, международные компании, во-первых, подбирают стратегию проникновения на новый рынок, которая будет наиболее выгодной для конкретной компании и рынка, поскольку у каждой из них есть свои достоинства и недостатки, которые проявляются в определенных рыночных условиях. А также для эффективного функционирования на зарубежном рынке и сохранения конкурентных преимуществ выбирают одну из многонациональных стратегий.

Что касается методологической базы, то существует довольно широкий перечень методов и моделей, используемых в стратегическом планировании и анализе. Знание сущности этих методов, области и сферы их применения, а также преимуществ и недостатков позволяет поддерживать качество прогнозирования и построения стратегий на высоком уровне, а также обеспечивает содержание в процессе планирования и анализа релевантных и реалистичных факторов. Поэтому так важно уметь определять, на каких этапах построения стратегии, и для разрешения каких проблем следует использовать тот или иной метод. Все методы стратегического анализа и планирования объединены в группы по отраслям. К первой группе относятся методы стратегического и конкурентного анализа. Они используются в основном для изучения макросреды и деловой среды организации, а также для определения ее роли на рынке и уровня конкурентоспособности. Вторая

группа – это методы прогнозирования. Они широко используются для изучения и анализа перспектив развития какой-либо отрасли, компании, продукта и т. д. Долгосрочные прогнозы являются основой для стратегического планирования, поскольку на их основе принимаются управленческие решения.

В третьей группе представлены методы планирования. Существует достаточно широкая классификация категорий методов планирования, но в работе подробно рассмотрены методы календарного планирования, поскольку другие категории методов более свойственны российским фирмам, вследствие особенностей экономического развития страны.

При этом очень важно, когда в структуре компании четко выделены подразделения, которые будут отвечать за анализ рынка, выбор стратегии и ее формирование. Как правило, в транснациональных и многонациональных корпорациях (ТНК и МНК) данный вопрос регулируется формированием глобальных структур управления.

Основополагающим направлением деятельности международных компаний является совокупность стратегических решений, которые предпринимает их руководство. Эффективное управление международной компанией предполагает наличие рационально-сформированного набора таких решений, которые обеспечат для организации, во-первых, охват основных факторов, которые связаны с влиянием внешней среды, независимо от принятого в компании типа организационной структуры. Во-вторых, возможность последовательной реализации генеральной цели компании на уровне текущих планов деятельности и оперативных решений. В-третьих, отсутствие внутренних и внешних противоречий, в управлении в частности. И, в-четвертых, ориентацию на оценку тенденций развития ситуации.

Выполнение менеджментом организации первых трех условий позволяет оценивать существующую стратегию компании, как целостную систему, которая является основополагающей частью управленческой системы компании. Выполнение последнего условия позволяет сделать выводы о ее эффективности и соответствии современным потребностям стратегического менеджмента для международных компаний.

В связи с расширением зарубежных операций перед международной компанией встает задача адаптации организационного управления к изменяющейся среде для более эффективной деятельности зарубежных филиалов и достижения ими целей компании. Создание Стратегических центров хозяйствования (СЦХ) позволяет значительно децентрализовать плановую деятельность, а также делегировать часть полномочий по контролю оперативных показателей деятельно-

сти с высшего руководства на другие подразделения, поскольку позволяя подразделять процесс планирования на несколько уровней.

Однако, не смотря на разделение организации деятельности компании на формальную и стратегическую структуру, нельзя сказать, что они являются самостоятельными и независимыми друг от друга. Выбор руководством типа организационной структуры компании напрямую зависит от целей компании и путей ее достижения. Успешность стратегии и долгосрочное стратегическое планирование зависит от организации контроля выполнения основных функций фирмы.

Прежде чем приступить к реализации стратегического плана, менеджменту организации необходимо разработать систему, позволяющую оценивать эффективность стратегических процессов, поскольку этот критерий является не только целью создания стратегии, но и смыслом существования коммерческой организации. Чаще всего компании используют такой метод, как Сбалансированная Система Показателей (Balanced Scorecard, BSC), которая была разработана профессорами Гарвардского университета Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном. Также, при измерении эффективности стратегии на практике рекомендуется применять принцип SMART, который позволяет на этапе целеполагания обобщить всю имеющуюся информацию, установить приемлемые сроки работы, определить достаточность ресурсов, предоставить всем участникам процесса ясные, точные, конкретные задачи.

Существует множество подходов к оценке стратегической эффективности, но многие из них подходят для конкретных типов стратегий. Эффективность стратегии измеряется как по экономическим и финансовым показателям организации, так и по качественным критериям, а также взаимосвязям между этими двумя группами показателей, которые напрямую зависят от целей, которые были обозначены в стратегии изначально.

В настоящий момент происходят значительные изменения в выборе стратегий интернационализации международными компаниями для выхода на рынок России и Свердловской области, в частности. Возрастает роль и популярность создания международных стратегических альянсов и сокращается число компаний, которые выходят на данный рынок с помощью использования различных видов экспорта или каналов распределения других компаний. Данные тенденции обуславливаются рядом политических и экономических факторов.

Построение стратегии дает компании и руководящему составу основу для принятия решений и помогает уточнить наиболее подходящие пути действий. Сотрудникам – знание и понимание того, чего организация хочет достичь, ее основные цели и помогает идентифици-

ровать цели сотрудника с целями компании. Создание стратегии, поскольку оно служит для формулирования установленных целей, помогает создать единство общей цели внутри организации.

Научный руководитель: Л. М. Капустина
доктор экономических наук, профессор

Ю. А. Костоусова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Технопарки России: проблемы и пути их решения

Аннотация. На основе анализа перечислены основные проблемы деятельности технопарков в Российской Федерации. Предложены конкретные решения существующих проблем с учетом мировой практики.

Ключевые слова: технопарк; инновационная деятельность; инновационная стратегия РФ; мировой технопарк.

Сегодня в России функционируют более 70 технопарковых структур. Часть из них являются эффективными, а некоторые существуют лишь формально. Стоит отметить, что в РФ практически отсутствует законодательное закрепление деятельности технопарков. Законопроект «О технопарках», предложенный еще в 2012 г., так и не обрел законную силу. В настоящее время деятельность технопарков в РФ основана лишь на «Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 г.» и «Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2030 г.».

В силу национальных особенностей технопарки разных стран имеют свои уникальные черты, отличающие их от других технопарков мира. В зарубежной практике можно выделить четыре основных модели развития технопарков: американская, смешанная (европейская), японская и китайская.

Для выявления проблем российской действительности, связанной с деятельностью технопарков, проведем сравнительный анализ технопарков от каждой из представленных моделей развития технопарковых структур, включая российскую (см. таблицу).

Стоит отметить, что самым успешным и прибыльным технопарком из представленных является американский технопарк Силиконовая долина. Меры государственной поддержки в Силиконовой долине на 50% определяют успех технопарка, но также большую роль играют широкое венчурное финансирование, инвестиционные институты, осуществляющие движение финансовых ресурсов, широкомасштабное привлечение иностранных инвестиций.

Сравнительная таблица главных технопарков моделей развития технопарковых структур

Линия сравнения	«Силиконовая долина»	«Медиконовая долина»	Технополис «Цукуба»	Технопарк «Чжунгуаньдунь»	Технопарк «Сколково»
Год создания	1946	1996	1970–1980	1980	2010
Способ возникновения	Стихийный (снизу, коммерческие компании)	Государство	Государство	Государство	Государство
Бюджет создания	132 млн дол. частных инвестиций	55 млн дол.	54,6 млн дол.	77 млн дол.	75 млрд р. (примерно 125 млн дол.)
Количество резидентов	Более 2000 компаний	152	80	126	81
Количество рабочих мест	Более 400 000	Более 50 000	Более 1500	Более 70 000	652
Прибыль, 2014 г.	4000 млрд дол.	60 млрд дол.	23 млрд дол.	180 млрд дол.	690,2 млн р. (11,503 млн дол.)
Инфраструктура	30 городов, 5 вузов, коммуникационные системы, службы, электростанции, жилой комплекс, более 10 бизнес-инкубаторов и 50 лабораторий	14 университетов, 7 научных парков, 26 клиник, жилой комплекс (проживают 3,2 млн чел.), бизнес-инкубаторы, научные лаборатории	Сеть дорог, живописные парки, места для отдыха, жилой комплекс (проживает 200 тыс. чел.), 2 вуза, 60 научных центров, бизнес-инкубаторы	Более ста научно-технических институтов и лабораторий 2 сильнейших вуза Китая, жилой комплекс	23 лаборатории, бизнес-инкубатор, 30 центров коллективного использования, зоны отдыха, 2 университета
Наличие вуза	Стэнфордский университет – крупнейший вуз мира, Калифорнийский университет	Эресуннское университетское общество (14 крупных университетов)	Университет Цукубы	Пекинский университет, Академия наук КНР	Открытый университет «Сколково», Сколковский институт науки и техники

Недостатками российской модели развития технопарковых структур и причинами существующих проблем можно назвать «незрелость» самой структуры, отсутствие крупных и престижных вузов на территории технопарков, слабо развитая инфраструктура, недостаточность мер государственной поддержки и неблагоприятный инвестиционный климат в государстве.

Исходя из сравнительной характеристики выделим основные проблемы деятельности технопарковых структур в Российской Федерации и предложим решение представленных проблем.

1. Проблема правового регулирования деятельности технопарков сводится к отсутствию законодательного закрепления единого понятийного аппарата технопарков РФ. Это ведет к неопределенности правового статуса участников технопарков и отсутствию адресного специального налогового регулирования их деятельности. В связи с этим представляется необходимым разработка и введение в действие на всей территории РФ единого федерального закона «О технопарках в Российской Федерации», закрепляющего понятийный аппарат технопарков, определяющего правовой статус его участников, методы и формы финансирования, а также определенные механизмы предоставления государственных преференций.

2. Недостаточность и непродуманность предоставления технопаркам налоговых и административных льгот, государственных преференций и субсидий. С учетом анализа успешного зарубежного опыта, представляется необходимым проведение следующего комплекса мер:

предоставление налогового кредита для резидентов, не имеющих возможности в силу финансовых трудностей оплатить налоги;

снижение налоговых выплат или полное освобождение от налогового бремени в течение определенного периода времени и до определенного объема выручки;

применение особого тарифа уплаты страховых взносов в ФСС, ПФ, ФМС по сниженной процентной ставке;

реализация программ по выдаче государственных грантов инновационным предприятиям на конкурсной основе.

3. Недостаточность государственного финансирования НИОКР, прикладных и фундаментальных исследований. Предлагается увеличить расходы на финансирование технопарков по отдельным проектам на 100%, а остальное финансирование должно строиться на основе государственно-частного партнерства (75% – частные инвесторы, 25% – государство). Профинансировав инновационную деятельность технопарков, государство в будущем получит тройной эффект: налоговые поступления будут расти, ВВП страны увеличиваться, а уровень жизни населения улучшится.

4. Незрелость системы венчурного финансирования. Проблему предлагается решать путем создания посевных фондов (фонды первоначального капитала, который вносится на самой ранней стадии развития проектов) по принципу государственно-частного партнерства. Государственное участие будет являться мощной поддержкой подобных фондов и стартап проектов, а поддержка инновационного бизнеса на ранних стадиях позволит предпринимателю укрепиться на рынке высокотехнологичных товаров и повысить уровень конкурентоспособности предлагаемого продукта.

5. Незрелость системы стимулирования труда сотрудников технопарков. Известно, что на настоящий момент квадратный метр жилья в Сколково стоит от 237 000 р., что является достаточно большой суммой для начинающего научного сотрудника. Представляется, что введение низких или нулевых ставок подоходного налога, помощь в приобретении жилья и автотранспортного средства будет хорошим стимулом для сотрудников российских технопарков к эффективному выполнению ими своих трудовых функций.

6. Незрелость и неэффективность системы защиты авторского права в России. Существует острая необходимость доработки российского интеллектуального законодательства с учетом имеющейся судебной практики и особенностей деятельности отечественных изобретателей. Также необходимо создание в России специализированного суда по интеллектуальной собственности, уровень квалификации которого позволил бы совершать правосудие, отвечающее уровню сложности патентных споров.

7. Отсутствие систематического проведения мониторинга технопарков и отсутствие системы оценки результативности деятельности технопарков. На сегодняшний день применяется методика Минкомсвязи и методические рекомендации Ассоциации технопарков в сфере высоких технологий. Причем Минэкономсвязи оценивает технопарк только как объект строительства на всех его этапах, а методические указания Ассоциации носят рекомендательный характер и не имеют четкой балльной системы для оценки основных показателей эффективности деятельности технопарков. Предлагается на базе существующей методики оценки эффективности Минкомсвязи необходимо создать новую систему оценки, включающую в себя различные качественные и количественные критерии.

Предлагаемые решения существующих проблем повысят эффективность работы российских технопарковых структур, улучшат инвестиционный и предпринимательский климат в стране, а также создадут предпосылки для развития всей инновационной системы государства.

Научный руководитель: Н. А. Мезенин,
кандидат экономических наук, доцент

А. Е. Кудасов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

**Этапы становления и текущие тенденции
экономико-правового взаимодействия
стран Европейского союза
как факторы формирования концептуального вектора
будущего развития инновационного
интеграционного объединения**

Аннотация. В рамках работы проводится исследование Европейского союза как интеграционного объединения, беспрецедентного по степени инновационности экономико-правового взаимодействия своих членов. Изучается динамика исторического развития Евросоюза с точки зрения ключевых формационных этапов. Выявляются основополагающие факторы и тенденции, способные повлиять на внутреннюю и внешнюю политику данного интеграционного объединения. Прогнозируется общий вектор развития Европейского союза. Дается заключение о планомерном характере эволюции Евросоюза под влиянием как исторических тенденций, так и текущих факторов.

Ключевые слова: Европейский союз; инновационное интеграционное объединение; Европейское объединение угля и стали; политическая дезинтеграция; брекзит.

На сегодняшний день Европейский союз (ЕС) представляет собой крупное инновационное интеграционное объединение, беспрецедентное по степени взаимодействия и взаимозависимости его членов.

По этой причине необходимость изучения ключевых постулатов развития ЕС продиктована не только стремлением понять его экономико-правовой механизм, как влиятельного субъекта международных отношений, но также изучить и прогнозировать динамику и направление его движения с научной точки зрения. В частности, особую актуальность приобретает исследование Европейского союза через призму экономической теории, – как новую формационную стадию экономического и политического взаимодействия стран-членов интеграционного объединения.

Истоки текущего положения Европейского союза состоят в динамике его исторического развития. Изначально созданный, как попытка ряда европейских стран выйти из послевоенного кризиса посредством учреждения зоны свободной торговли под названием Европейское объединение угля и стали (ЕОУС), впоследствии ЕС прошел еще четыре этапа своего преобразования, планомерно пройдя через стадии таможенного союза, общего рынка, экономического и политического союза, таким образом наращивания степень интеграции государств-членов.

В настоящее же время состояние Европейского союза позволяет характеризовать его как объединение с исторически максимальной степенью интеграции его членов. Однако такое положение вещей все не исключает того факта, что организация испытывает сильное влияние разнонаправленных факторов и тенденций, в той или иной степени вынуждающих руководство объединения корректировать общую политику и/или принимать решения, отклоняющиеся от централизованного вектора развития ЕС.

К наиболее существенным вызовам Европейского союза на современном этапе его существования относятся несколько факторов.

Во-первых, фундаментальные различия в развитии его государств-членов. Имеется в виду существенная разница в демографических (количество населения, темпы роста населения, структура населения), социальных (уровень дохода, пенсионный возраст, пособия по безработице), экономических (величина ВВП, уровень промышленного производства, структура экспорта и импорта) и прочих показателях, отличающих одни государства ЕС от других, что порождает становление стран «первого» и «второго порядка» по степени влияния на принятие решений внутри организации.

Во-вторых, политическая дезинтеграция. На фоне роста национально ориентированных настроений в отдельных странах ЕС увеличивается поддержка политиков и политических сил, стоящих на позициях защиты интересов своих государств и народов в противовес общеевропейским интересам (Франция, Греция, Италия и др.). Апогеем влияния данного фактора стал референдум о выходе Великобритании из состава ЕС.

В-третьих, внешние угрозы. К таковым на современном этапе первостепенно относится проблема иммигрантов и беженцев с Ближнего Востока, рост числа которых в странах и регионах ЕС увеличивает степень социальной напряженности и криминогенной обстановки.

С учетом вышеупомянутых факторов, наиболее сильно способных повлиять на вектор развития Европейского союза, становится возможным прогнозировать общее направление и динамику изменений в структуре и политике интеграционного объединения.

В данном контексте необходимо прежде всего учитывать случившийся прецедент о принятии государством решения о выходе из состава объединения (так называемый Брекзит в Великобритании). Опасность кроется в самом факте возможности привнесения подобного вопроса на референдум, так как под влиянием ряда текущих или сугубо временных факторов существует вероятность колебания мнения населения как в одну, так и в другую сторону, что приводит к возникновению проблемы неопределенности в будущем составе Европейско-

го союза, так как ряд государств испытывает внутреннее давление евроскептиков (Нидерланды, Греция и т. д.). Тем не менее, общее направление движения по данному вопросу говорит о том, что руководство ЕС рано или поздно будет вынуждено идти на уступки и послабления в рамках общеевропейского законодательства, а также внутренней и внешней политики, чтобы удержать в своем составе склонные к подобным политическим колебаниям страны.

В итоге исследование Европейского союза как инновационного интеграционного объединения позволяет выявить исторические внутренние тенденции его развития и факторы, способные лечь в основу его будущего движения. Исходя из этого, становится возможным прогнозировать общее направление следования ЕС, что позволяет как определить его тенденциозные экономико-правовые парадигмы, так и в целом обеспечить науку экономической теории знанием о ключевых аспектах и возможных рисках существования интеграционных объединений на том этапе, на котором существует в наше время Европейский союз.

Научный руководитель: А. А. Древалев

Е. А. Мыларщикова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Тенденции и перспективы инновационного развития медного производства

Аннотация. Целью работы является исследование инновационной активности металлургического предприятия и предложение ряда рекомендаций по оптимизации и сокращению затрат. В процессе исследования были использованы источники в виде текстов и электронных ресурсов отечественных и зарубежных авторов, занимающихся вопросами рационального и эффективного недропользования, устойчивого развития горно-металлургических холдингов, данные сайта Росстата, статистический материал ЗАО «КМЭЗ». Применялись следующие методы обработки информации: метод сравнения, графический метод, экономико-математический метод (анализ коэффициентов), построение аналитических таблиц.

Ключевые слова: инновация; медное производство; модернизация; конкурентоспособность предприятия.

Цель работы – исследование инновационной активности коммерческой организации производственного типа и предложение рекомендаций по ее повышению. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

изучить особенности медного производства и особенности инноваций в данной отрасли;

рассмотреть тенденции медного производства в мировой и российской практике, а также опыт внедрения инноваций в производство меди;

проанализировать инновационную деятельность ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод»;

предложить мероприятия по внедрению инноваций в деятельность предприятия.

Предмет исследования – инновационная деятельность медного производства.

Объект исследования – ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод» (ЗАО «КМЭЗ»).

Проведенное в теоретической части исследования тенденций развития медного производства в России подтверждает необходимость изучения данной сферы с целью постоянного совершенствования этапов производства, снижения затрат, обеспечения качества продукции и конкурентоспособности предприятия. Можно с уверенностью сказать, что рациональная организация и своевременное совершенствование системы производства во многом определяют выживание предприятия, ее бесперебойное функционирование и успех, а результаты от принятия тех или иных решений и постоянная, своевременная модернизация техники и технологий определяют экономическую эффективность производства.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие основные выводы по теме. В результате изучения теоретических аспектов данного вопроса необходимо подчеркнуть, что производство меди, являясь подотраслью цветной металлургии, представляет собой серьезную базу роста российской экономики, играет важную роль в развитии многих отраслей промышленности, усиливая экономическое положение страны. Важно подчеркнуть, что инновация – это мера, которая повышает производительность труда, увеличивает конкурентоспособность и обеспечивает получение добавочной прибыли (рентабельности). И, говоря об инновациях в медном производстве, в первую очередь отмечают применение инновационной малозатратной технологии с получением более качественной продукции и увеличением извлечения цветных металлов за счет снижения выхода оборотных продуктов, ликвидации присущих существующей технологии каналов потерь. Оптимальное размещение рафинировочного производства диктуется наиболее благоприятными условиями по энергосбережению, стоимости материальных и людских ресурсов, возможностью создания новых производственных мощностей с минимальными затратами. Точками роста отрасли является наращивание производственной мощности, сокращение издержек.

Поэтому, направленность инновационных проектов должна обеспечивать: снижение издержек, улучшение контроля качества, увеличение выхода годной продукции, минимизацию капиталовложений посредством оптимизации материально-технического снабжения и управления материальными ресурсами, улучшение экологических параметров производства; оптимизацию показателей расхода ресурсов посредством совершенствования производственных процессов и технологий; расширение сортаментной группы, обновление основных фондов и техническое перевооружение отрасли.

В аналитической части исследования проанализировано развитие медного производства в мировой и российской практике. Выявлено, что мировая добыча меди приходится на страны южной Африки. По производству лидирующие места удерживают Азия, Европа и Южная Америка. Среди стран-производителей доля России составляет 6,4%. В структуре российских производителей меди крупнейшими предприятиями являются «Уралэлектромедь» и «НорНикель». На фоне кризисных явлений наблюдался рост спроса на медь, влекущий за собой рост объемов мирового производства данного продукта. Однако, в России было снижение объемов производства по внутренним и внешним причинам, таким как высокий износ основных фондов, использование устаревшего оборудования и технологий, сокращение объема инвестиций в основной капитал, низкая восприимчивость предприятий к внедрению инноваций и др. Безусловно, такая ситуация оказывает влияние на предприятия медной отрасли использовать последние проверенные практикой достижения науки и техники для достижения преимуществ в международной торговле на пути к достижению наилучших технологий лидеров мирового производства, дает толчок к изучению данной проблемы.

Резюмируя последнюю главу основной части работы, нужно отметить следующие ключевые моменты. Во-первых, «Кыштымский меддеэлектродный завод» принадлежит Русской медной компании. Завод занимается производством медных катодов марки М00к, медной катанки класса А, а также драгоценных металлов. Во-вторых, общая характеристика экономической деятельности ЗАО «КМЭЗ» позволила выявить убыточное положение предприятия за рассматриваемый период, что связано с кризисом 2014 г. Более глубокий анализ показал малую вероятность банкротства согласно двухфакторной модели Альтмана, положительной динамике в структуре баланса, среди которой: снижение кредиторской задолженности, долгосрочных обязательств, наличие положительного значения чистых активов, а также тенденция роста эффективности деятельности на основе расчета коэффициентов рентабельности.

Кроме этого, было выявлено, что предприятие, стремясь использовать последние проверенные практикой достижения науки и техники для достижения преимуществ в международной торговле на пути к достижению наилучших технологий лидеров мирового производства, постоянно проводит модернизацию и превращает завод с многовековой историей в современное прогрессивное предприятие. Так, реконструкция анодной печи, капитальный ремонт печи Maerz, модернизация систем освещения завода, консультирование с ведущими зарубежными представителями аналогичных предприятий.

Согласно заключительной части работы, можно отметить несколько важных моментов. Стратегия до 2013 г. развития цветной металлургии России в 2014–2020 гг. и на перспективу до 2030 г. ставит главной целью обеспечение растущего спроса на цветные металлы и изделия из них в необходимых номенклатуре, качестве и объемах поставок металлопотребляющим отраслям на внутренний рынок. До 2030 г. ожидается рост производства и потребления меди. Основная добыча медных руд будет продолжаться на уже эксплуатируемых месторождениях – преимущественно Дальневосточном и Уральском федеральных округах, а главным медным проектом является разработка Удоканского месторождения, который, в зависимости от сценариев развития, завершится к 2020 или 2030 г. Также в консервативном и инновационном вариантах предусматривается снижение доли экспорта меди в производстве, снижение доля импорта в видимом потреблении на внутреннем рынке.

В качестве мер, предложенных для повышения эффективности деятельности, предложены меры по оптимизации и сокращению затрат, снижению вредного воздействия на экологию.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ
ЕВРАЗИИ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ)



А. А. Лерц

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

**Будущее за высокой компетентностью:
проект создания Многофункционального центра
прикладных квалификаций сферы строительства
ГАПОУ СО «Каменск-Уральский техникум строительства
и жилищно-коммунального хозяйства»**

Аннотация. Раскрываются этапы создания на базе техникума Многофункционального центра прикладных квалификаций строительного профиля (МФЦПК) как структурного подразделения техникума. Это будет способствовать своевременному удовлетворению потребностей экономики Свердловской области в квалифицированных рабочих кадрах и специалистах для сферы строительства и ЖКХ.

Ключевые слов: компетенция; компетентность; квалификация; повышение квалификации; профессиональная переподготовка; рынок труда; регион.

Программа создания Многофункционального центра станет подпрограммой Программы развития ГАОУ СПО СО ГАПОУ СО «Каменск-Уральский техникум строительства и жилищно-коммунального хозяйства» до 2019 г. и разрабатывается с целью своевременного удовлетворения потребностей экономики Свердловской области в квалифицированных рабочих кадрах и специалистах для сферы строительства и ЖКХ.

Проект планируется реализовать в три этапа с 2017 по 2018 г.:

1-й этап (июль – сентябрь 2017 г.) – подготовительный (создание комплекса условий для организации МФЦПК);

2-й этап (сентябрь 2017 г. – декабрь 2017 г.) – основной: реализация инновационной организационно-содержательной модели профессионального образования;

3-й этап (январь 2018 г. – сентябрь 2018 г.) – контрольно-аналитический: оценка эффективности образовательной модели.

Решение многих проблем, существующих сегодня в системе профессионального образования и обучения, требует изменения основных подходов к профессиональной подготовке кадров, приведение структуры, содержания и условий в соответствие с реальными запросами современного рынка труда на воспроизводство квалифицированных кадров.

Для достижения нового качества профессионального образования и обучения в условиях Многофункционального центра прикладных квалификаций в Программе разработана организационно-содержательную модель профессионального образования и обучения, которая

предполагает тесное сотрудничество заинтересованных сторон: РЦ РПО СО, профильных ресурсных центров, работодателей и их объединений, профильных образовательных учреждений СПО, школ города и района посредством заключения договоров о сетевом взаимодействии. Кроме того, сегодня возросли требования к личности рабочего, его квалификации. Готовность к освоению новых видов профессиональной деятельности, самообразованию, решению профессиональных проблем в условиях меняющегося производства, работа с большим объемом информации, владение информационными технологиями – новые прикладные квалификации современного рабочего, востребованные сегодня работодателем и обществом, широко представлены в спектре образовательных услуг Многофункционального центра. Перечень мероприятий его по созданию включается в себя:

- обновление структуры и содержания профессионального образования и обучения в КУТС и ЖКХ на основе интеграции с производством и бизнесом;

- создание новой структуры образовательной сети, обеспечивающей участие работодателей, общественных организаций и других заинтересованных лиц в решении задач профессионального образования и обучения;

- обеспечение трудовой мобильности рабочих кадров путем ускоренной подготовки персонала для перехода на новую должность, введение смежных профессий (специальностей) или освоения нового оборудования;

- содействие становлению системы внешней оценки и экспертизы качества профессионального образования и обучения в Центре путем инициирования создания Системы независимой сертификации прикладных квалификаций с присвоением квалификационных разрядов (3–6 уровень квалификации).

Так как техникум является некоммерческой организацией, т. е. получение прибыли не является для образовательного учреждения приоритетным, то оценить экономическую эффективность того или иного мероприятия достаточно сложно. При оценке экономической эффективности отдельных мероприятий нужно учитывать воздействие данной программы на результативность деятельности работников и образовательного учреждения в целом.

Реализация инновационного Проекта по созданию на базе КУТСТ и ЖКХ Многофункционального центра прикладных квалификаций позволит провести экспериментальную проверку правильности принимаемых решений по развитию образовательной системы техникума, выявить потенциальные сложности и значимые факторы, которые могут повлиять на процесс и результат профессионального обра-

зования и обучения квалифицированных кадров для сферы строительства и ЖКХ

Научный руководитель: О. А. Тульская

А. В. Литун

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оплата труда – инструмент повышения престижа рабочих профессий

Аннотация. Проанализированы вопросы оплаты труда работников (сдельно-премиальная система оплаты труда). Система оплаты труда, применяемая на предприятии ОАО «Ленгазспецстрой», соответствует специфике производства и форме организации труда рабочих, однако является устаревшей и, как следствие, недостаточно эффективной. Исследование показывает необходимость внедрения новых технологий в системе оплаты труда, которая позволит повысить конкурентоспособность зарплаты рабочих и в целом престиж профессии.

Ключевые слова: оплата труда; рынок труда; рабочая профессия; среднемесячная заработная плата; коэффициент трудового участия; тарифная сетка.

В настоящий момент на российском рынке труда наблюдается достаточно серьезная проблема – за последние несколько лет авторитет рабочих профессий в стране сильно пошатнулся. Большинство молодых людей отказываются идти на малооплачиваемые и непрестижные специальности. Первое, что может стимулировать молодежь обратить внимание на прикладные специальности – материальный фактор.

Актуальность исследования заключается в том, что в связи с последними изменениями на рынке труда, возникает необходимость ориентации отечественной экономики на реальный сектор, и соответственно, повышения престижа рабочих профессий.

Цель данной исследовательской работы – предложить новый механизм оплаты труда рабочих, повышающий престиж профессии.

Мы предполагаем, что повышение конкурентоспособности заработной платы рабочих на рынке труда способствует повышению престижа рабочих профессий и формирования положительного бренда ОАО «Ленгазспецстрой».

В первом блоке исследовательской работы рассмотрены особенности оплаты труда рабочих на примере предприятия ОАО «Ленгазспецстрой». Во втором блоке, исходя из выявленных проблем, разработаны рекомендации по совершенствованию оплаты труда в ОАО «Ленгазспецстрой», а именно, предлагается мероприятие, которое поз-

волит предприятию существенно снизить затраты на оплату труда, и, в свою очередь, увеличить производительность рабочих бригад.

В ходе исследования было обнаружено, что на предприятии установлено ограничение дневного заработка, который не позволяет рабочим полностью раскрыть производственный потенциал. Для решения данной проблемы предлагается установить доплату за выполнение дополнительных заданий в размере надбавки 40% от тарифной ставки. Внедрение доплаты позволит снизить затраты на оплату труда рабочих почти на 54%.

Стоит отметить, что в ОАО «Ленгазспецстрой» в 2015 г. по сравнению с 2014 г. среднесписочная численность работников увеличилась на 271 чел. В связи с этим обстоятельством фонд заработной платы увеличился на 19% в относительном выражении. При этом среднемесячная заработная плата составляет 65 800 р.

Итоговая заработная плата рассчитывается в конце месяца за фактически выполненный объем работ и распределяется в бригаде согласно КТУ.

Данное мероприятие, прежде всего, направлено на повышение уровня производительности, улучшение качества работ и снижения их себестоимости, а также выполнение в срок производственного задания и соблюдение графиков производства работ.

На основании проведенного исследования можно сделать общий вывод о том, что система оплаты труда, применяемая на предприятии ОАО «Ленгазспецстрой» соответствует специфике производства и форме организации труда рабочих, однако, является устаревшей и, как следствие, недостаточно эффективной. Исследование показывает необходимость внедрения новых технологий в системе оплаты труда, которая позволит повысить конкурентоспособность заработной платы рабочих, и целом, престиж этой профессии.

Научный руководитель: Н. В. Тонких,
кандидат экономических наук, доцент

А. И. Логинова, Е. Е. Черкашина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Триада взаимодействия «студент – вуз – работодатель» Свердловской области: анализ и тенденции развития

Аннотация. Рассмотрены характеристики, какими должен обладать молодой специалист на современном рынке труда. Исследованы и проанализированы требования работодателей к соискателям, ожидания молодых специалистов при трудоустройстве.

Ключевые слова: развитие персонала; конкуренция рынка труда; программа развития; адаптация.

Тема трудоустройства выпускников вузов не перестает быть актуальной на протяжении последних лет: экономический кризис, нестабильность производства последних лет, общее снижение численности занятых работников в отраслях экономики и многое другое приводит к уменьшению количества рабочих мест. Конкуренция среди соискателей в области трудоустройства становится все острее.

Чего я хочу? Как я буду этого добиваться? Эти ключевые вопросы встают перед каждым молодым человеком, идущим по пути самореализации и избравшим своей целью успешную деловую карьеру. Современный рынок труда отличается острой конкуренцией и требует от начинающих решения сложных задач на максимально высоком профессиональном уровне [2].

Цель данной статьи – поделиться результатами проведенного исследования проблем, ожиданий и предложений рынка труда для молодых специалистов, как с точки зрения самих будущих соискателей – студентов и выпускников вузов, так и со стороны потенциальных работодателей.

Рассматривая ситуацию на рынке труда за последние два года, были получены данные о показателях занятости и безработицы, которые несколько снижались вследствие уменьшения численности рабочей силы. Уровень безработицы в среднем за 2015 г. составлял 6,5%, в 2016 г. он составлял в среднем 6,2%. При этом произошел рост уровня безработицы в категории людей с высшим образованием. В 2015 г. – 12,6% от общего количества безработных, в 2016 г. – 15,9%, т. е. рост составил 3,3%¹.

С учетом цели исследования был рассмотрен такой показатель, как уровень конкуренции среди молодежи. В целом по России конкурс на одну вакансию среди молодежи составляет 7 кандидатов. В сравнении с другими городами России уровень конкуренции в города Екатеринбург за 2015 г. составлял для молодых специалистов 9,9 на одну вакансию и 6,2 для всех².

Для того чтобы выявить проблемы, существующие на рынке труда для студентов и выпускников вузов города Екатеринбург, было проведено социологическое исследование для выявления их мнения о перспективах трудоустройства. В онлайн-опросе с помощью сайта

¹ *Официальная статистика Свердловской области.* URL: <http://sverdl.gks.ru>, свободный http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl/ru/statistics/employment.

² *Уровень конкуренции в России среди молодежи – hh-индекс России.* URL: <https://career.ru/article/18236>.

«Тестограф» приняли участие 100 выпускников и студентов, обучающихся по различным направлениям в различных вузах города¹.

Студентам было предложено ответить на 12 вопросов. В итоге были получены анкеты и составлен портрет выпускника – потенциального соискателя, который:

- а) считает, что нелегко устроиться со своей специальностью;
- б) в настоящий момент уже работает, но не по своему профилю;
- в) после окончания планирует все-таки устроиться по профессии;
- г) ищет работу в основном через сайты по поиску вакансий;
- д) размер оплаты труда, который бы удовлетворил после окончания вуза 20 000 – 30 000 р. в месяц;
- е) имеет уже сейчас опыт работы и понимает, что это его преимущество, т.к. для большинства работодателей это один из основных факторов.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о достаточно реалистичных оценках студентов и выпускников вузов требований работодателей и необходимости развития требуемых качеств.

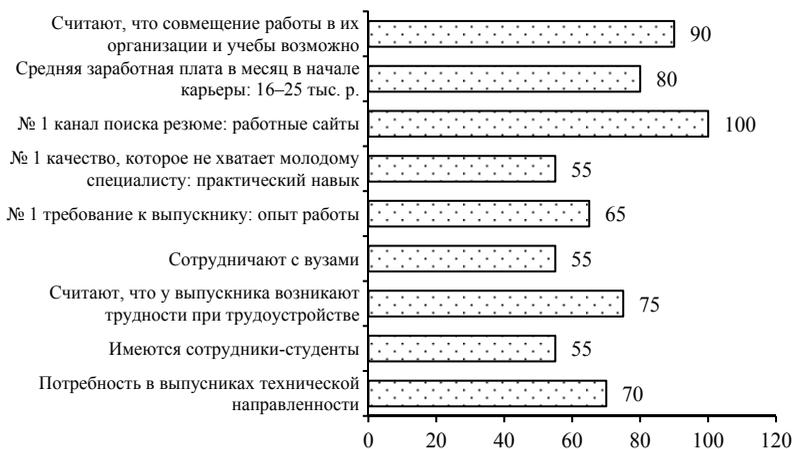
Для полноценной оценки ситуации на рынке труда так же проведено исследование среди специалистов в сфере управления персоналом с целью выявления требований и желаний со стороны работодателей к будущим выпускникам. В опросе приняли 26 экспертов. Респондентам было предложено ответить на 11 вопросов. В итоге была составлена общая характеристика и требования к будущим молодым специалистам (см. рисунок).

Из требований к выпускнику помимо опыта работы, были отмечены так же: участие в тренингах, мастер-классах, форумах и дополнительное образование. Помимо сайтов были выделены: рекомендации сотрудников, публикации объявлений о вакансиях на сайтах поиска работы и др.

Эффективной компании необходимы специалисты, сочетающие в себе достаточный уровень профессиональных теоретических и практических знаний; совокупность личных качеств, определяющих высокий уровень коммуникативных навыков; нацеленность на результат. Молодой специалист должен обладать высоким уровнем ответственности, гибкости мышления и стремления к личному профессиональному развитию [3].

На работников будет возлагаться больше ответственности на всех квалификационных уровнях. Предприимчивость, независимость и решительность станут обязательной характеристикой успешного кандидата с обязательным отражением в резюме [4].

¹ *Сервис* для проведения онлайн опросов. URL: <https://www.testograf.ru>.



Результаты опроса, %

Однако реалии сегодняшнего дня таковы, что существующая система профессионального образования не в полной мере адаптирована к меняющимся потребностям экономики, вследствие чего, определенное количество выпускников не трудоустраивается по полученной профессии [1].

Серьезное внимание к подбору и внутрифирменному обучению молодых работников, профессиональному развитию кадров уделяют на Нижнетагильском металлургическом комбинате (АО «ЕВРАЗ НТМК») – градообразующем предприятии, являющимся одним из ведущих предприятий России по производству металлопроката широкого сортамента строительного и транспортного назначения¹.

На ЕВРАЗ НТМК, как и на многих промышленных предприятиях, средний возраст работающих близок к 50 годам. Ощущается острая нехватка молодых кадров и это на фоне того, что работа в промышленности популярностью среди молодежи не пользуется.

Привлечение молодежи является важным аспектом на предприятии. Разработаны программы развития молодых специалистов и адаптационные семинары для новых сотрудников. Эти программы и семинары ориентированы одновременно и на развитие коммуникативных навыков, и на рост квалификации, и на глубокую адаптацию к предприятию.

¹ ЕВРАЗ портал. URL: <https://info1.evraz.com/Rus/NTMK/SitePages/EBPA3%20NTMK.aspx>.

Реализуется программа «Молодежь АО «ЕВРАЗ НТМК», разработанная с целью повышения эффективности участия молодых работников в развитии комбината, решения проблем с кадровым воспроизводством и внедрения механизмов социальной защищенности работающей молодежи.

Основным принципом работы с молодежью является развитие индивидуальных форм работы с каждым молодым работником по формированию его моральных, интеллектуальных и профессиональных качеств, воспитанию чувства преданности комбинату¹.

На комбинате действуют Совет по работе с молодежью, Совет молодых специалистов; проводятся конкурсы профессионального мастерства, международные научно-практические конференции. Поощряются и поддерживаются спорт, туризм, активный отдых.

Владельцам бизнеса необходимо уделять серьезное внимание к подготовке, обучению и развитию персонала, формированию эффективных обучающих программ и выделять на это достаточное количество временных и иных ресурсов.

Библиографический список

1. *Блинова Т. В.* Нехватка кадров нужной квалификации – главный ограничитель развития компаний // Охрана труда и техника безопасности на промышленных предприятиях. 2014. № 1.
2. *Кормилин Е.* Молодой специалист на рынке труда: ожидания и реальность // Business Excellence. 2014. № 2.
3. *Тюшевская О.* Профессиональный рост как принцип мотивации // Business Excellence. 2012. № 6.
4. *Черницкая И. Б.* Изменение приоритетов в развитии персонала // Управление развитием персонала. 2013. № 01(33).

Научный руководитель: А. В. Пеша,
кандидат экономических наук, доцент

¹ Профсоюз АО «ЕВРАЗ НТМК». URL: <http://www.profkomntmk.ru/socialprogramms/molodej.html>.

П. Д. Плиговка

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Развитие личностного потенциала студента как одно из условий его будущей конкурентоспособности на рынке труда

Аннотация. В работе проведено исследование взаимосвязи личностного потенциала студента вуза и его будущей конкурентоспособности на рынке труда (на примере участия студентов в проекте «Formula Student»). Показана взаимосвязь способностей человека, его мотивации к саморазвитию и, как следствие, его конкурентоспособности на рынке труда.

Ключевые слова: компетентностный подход; профессиональная компетентность; специалист; проектная деятельность.

Основная цель конкуренции – соответствие товара спросу. Условие соответствия выпускника вуза требованиям работодателя это сочетание практической и теоретической подготовки, сочетание профессионализма и универсализма. Чаще всего студенты выходят из стен вуза с достаточно хорошей теоретической подготовкой и слабой практической подготовленностью к реалиям современного производства. Именно поэтому в последнее время работодатели тратят массу усилий и времени на профессиональную адаптацию молодых специалистов. Имеет место быть и тот факт, что некоторые студенты вуза снижают роль значимости обучения в вузе до заведения, используемого только лишь для получения заветного диплома.

Кроме того, часто бывает так, что большую роль в выборе вуза и будущей профессии играют родители студента и в этом контексте зачастую подбирают место учебы, не исходя из желаний, способностей и личностного потенциала ребенка, а руководствуясь престижностью будущей профессии или собственными амбициями. В таком случае у самих студентов отсутствует мотивация к получению системных, комплексных знаний, необходимых для будущего трудоустройства и ведения конкурентной борьбы на рынке труда и снижает желание студента получать максимум знаний в вузе и овладевать всеми тонкостями будущей профессии.

В настоящее время выпускникам вузов непросто найти хорошую работу, поскольку требования у работодателей возрастают. Однако, и современным компаниям, также непросто подобрать работников, способных не только выполнять свои трудовые функции, но и развивать свои умения в профессиональной области, поскольку современный рынок труда требует от работников совершенства, которое достигается только в постоянном повышении квалификации и саморазви-

тии. Таким образом, актуальность данной работы заключается в подготовке студентов, соответствующих всем требованиям работодателя.

Чтобы стать настоящим профессионалом своего дела в современном обществе, необходимо научиться выполнять свою работу хорошо и постоянно стремиться к развитию. Формирование профессиональных компетенций и становление профессионализма на начальном этапе происходит в период обучения в вузе. Именно на этом этапе необходимо заложить фундамент для максимального раскрытия потенциала человека.

Вышесказанное позволило сделать вывод о необходимости разрешения противоречий между интегральным характером требований работодателя, предъявляемых к выпускнику вуза и недостаточной практической подготовкой студентов.

Отсюда вытекает проблема практической подготовки студентов в вузе, непосредственно связанной с будущей профессией.

Разрешение выявленного противоречия требует всестороннего анализа сущности практической подготовки студентов в вузе и поиск путей решения выявленной проблемы.

Объект исследования – процесс обучения студента в вузе. Предмет исследования – развитие личностного потенциала студента в процессе обучения в вузе с целью формирования его будущей конкурентоспособности.

В исследовательской работе поставлена гипотеза – развитие личностного потенциала студента вуза посредством участия в проектной деятельности повышает конкурентоспособность выпускника вуза на рынке труда.

В связи с этим, цель проекта: исследовать взаимосвязь личностного потенциала студента вуза и его будущей конкурентоспособности на рынке труда (на примере участия студентов в проекте «Formula Student»).

Задачи проекта:

1) проанализировать влияние уровня личностного потенциала студента на формирование профессиональной компетентности;

2) исследовать механизм управления природными способностями студента посредством их участия в проектной деятельности (на примере участия студентов в проекте «Formula Student»);

3) выявить преимущества и недостатки проектной деятельности, как основного механизма формирования будущей конкурентоспособности выпускника вуза на рынке труда;

4) провести анализ конкурентоспособности выпускников Тольяттинского государственного университета – участников студенческого проекта «Formula Student» во время обучения в вузе;

5) сделать соответствующие выводы.

Научный руководитель: Л. А. Угарова
кандидат педагогических наук, доцент

М. Н. Смаилова

*Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганда, Республика Казахстан*

Трудовые отношения несовершеннолетних в Республике Казахстан: проблемы и перспективы

Аннотация. Раскрывается вопрос, связанный с существующей потребностью в труде у несовершеннолетних. Однако легальный рынок неквалифицированного детского труда крайне узок. Несовершеннолетние плохо знают свои права и гарантии их защиты в сфере трудовых отношений и, следовательно, не могут себя защитить.

Ключевые слова: молодежь; предложения на рынке труда; потребность в работе; трудовые отношения; трудовой кодекс.

Научный проект посвящен проблеме трудовых отношений несовершеннолетних граждан Республики Казахстан.

Целью данного научного проекта является изучение спроса и предложения на труд несовершеннолетних на рынке труда РК и анализ проблем, связанных с трудовыми отношениями несовершеннолетних в сфере труда.

Работа включает два раздела.

В первом рассматриваются правовые основы трудовых отношений несовершеннолетних в РК.

Во втором – дается анализ проблем несовершеннолетних, существующих в сфере труда.

Оба раздела включают сравнительный анализ законодательства РК и других стран.

Методологическую основу исследования составил сравнительно-правовой подход. В работе использованы материалистический и диалектический, конкретно-исторический, сравнительный методы, метод системного и формально-юридического анализа.

В ходе исследования была сформулирована гипотеза: несмотря на существующие в РК правовые основы регулирования и защиты прав несовершеннолетних в сфере труда, в обществе подростки не рассматриваются как равноправный субъект трудовых отношений и, следовательно, не созданы условия для полного удовлетворения потребности несовершеннолетних в труде и не создана система эффективной защиты прав несовершеннолетних в сфере труда.

На основе анализа существующих проблем были выработаны предложения и рекомендации по совершенствованию законодательства РК и решению проблем трудоустройства несовершеннолетних и гарантии защиты их прав в РК.

Новизна работы заключается в изучении ранее не исследованного правового положения несовершеннолетних в области трудовых отношений, в рассмотрении проблем, связанных не только с защитой прав несовершеннолетних, но и с созданием более эффективного механизма реализации права несовершеннолетних на труд.

Практическая значимость исследования заключается в предложениях по совершенствованию законодательства РК. Материал исследования может быть использован в работе с несовершеннолетними с целью повышения их правового сознания и правовой культуры.

Научный руководитель: М. С. Искалиева

И. Г. Стефаниди

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Программный продукт для автоматизированного потенциметрического определения двух протолитов при совместном присутствии

Аннотация. Разработана новая программа для ЭВМ «Протолиты» для автоматизированного определения содержания двух протолитов (сильной и слабой кислоты) при совместном присутствии в растворе методом потенциметрического титрования. Использование программы в учебном процессе минимизирует трудоемкие вычисления студентов и графические построения, уменьшает временные затраты и способствует повышению производительности анализа.

Ключевые слова: программный продукт; протолиты; потенциметрическое титрование; учебный процесс.

В современных условиях специальные дисциплины, в том числе и естественнонаучные, нуждается в программных продуктах и информационных технологиях. Использование активных методов обучения и программных ресурсов делает образовательный процесс более эффективным [2; 3]. Формирование информационной образовательной среды для активного профессионально-ориентированного обучения в высшей школе и управления инновационным потенциалом студентов является непростой задачей [1].

При изучении дисциплины «Аналитическая химия и физико-химические методы анализа» усвоение знаний и приобретение экспериментальных навыков происходит в ходе активной практической дея-

тельности студента. Для повышения качества изучения дисциплины «Аналитическая химия и физико-химические методы анализа» разработан программа «Программа автоматизированного определения содержания двух протолитов при совместном присутствии в косвенной потенциометрии (Протолиты)». Программа предназначена для одновременного автоматизированного потенциометрического определения содержания сильных и слабых кислот (HCl и H_3BO_3) в их смеси в растворах кислот. Особенность состоит в том, что в смеси кислот HCl и H_3BO_3 простым потенциометрическим титрованием обе кислоты определить невозможно из-за малой константы диссоциации борной кислоты ($\text{pK}_d = 9,24$).

Для определения обеих кислот при совместном присутствии используется способ дифференцированного определения, состоящий в том, что после оттитровки хлористоводородной кислоты в раствор добавляют глицерин для образования комплексной борноглицериновой кислоты, имеющую большую константу кислотности ($\text{pK}_d = 5,7$). Благодаря этому приему становится возможным титрование борной кислоты. Определение осуществляется с использованием дифференциальной кривой для определения объема титранта в конечных точках титрования для установления нормальности титранта и для определения содержания искомым веществ в объектах анализа с помощью соответствующих формул.

Программа обеспечивает выполнение следующих функций: проведение автоматизированной обработки результатов эксперимента; расчет и графическое представление кривых потенциометрического титрования в координатах $\Delta\text{pH}/\Delta V$ от V ; определение объема титранта в КТТ для обоих веществ; визуализацию всех расчетных формул; расчет содержания обоих веществ в их смеси с учетом доверительных границ.

Определение содержания HCl и H_3BO_3 в растворах смеси соответствующих кислот в автоматизированном варианте позволяет получать более точные результаты, достигается повышение экспрессности, упрощение и удешевление анализа. Программа минимизирует трудоемкие вычисления и графические построения, уменьшает затраты времени на проведение анализа.

Библиографический список

1. Бортник Б. И., Стожко Н. Ю., Чурсина В. А. Управление инновационным потенциалом студентов: проблемные аспекты // Вопросы управления. 2015. № 3(15).
2. Stozhko N. Y., Tchernysheva A. V., Mironova L. I. Computer assisted learning system for studying analytical chemistry // Chemistry. 2014. Vol. 23, no. 4.

3. Stozhko N. Y., Tchernysheva A. V., Podshivalova E. M., Bortnik B. I. Context-based chemistry lab work with the use of computer-assisted learning system // Chemistry. 2016. Vol. 25, no. 2.

Научные руководители: А. В. Чернышева
кандидат химических наук, доцент;
Н. Ю. Стожко
доктор химических наук, профессор

А. Д. Тихонова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль синхронизации спроса и предложения на рынке труда в достижении эффективности регионального развития

Аннотация. Предложен вариант организации учебного процесса, позволяющий выпускнику вуза глубоко знать и само производство, и его социальную составляющую, и психологию производственных отношений, а что для современного руководителя крайне важно. У подобной социальной практики есть еще два достоинства. Первый – возможность студенту, осваивающему рабочую профессию, заработать (зарплата станочника сегодня одна из самых высоких в регионе), второй – в случае форс-мажорных обстоятельств тот же второкурсник, отчисленный из университета, уже не просто второкурсник, а квалифицированный рабочий, который сейчас на любом заводе востребован и высоко ценится.

Ключевые слова: компетенция; бизнес-среда; профподготовка.

Кризис и его последствия заставляют иначе рассматривать проблемы развития образования как базы формирования человеческого капитала. В условиях неустойчивого развития страдает рынок труда, на котором последствия кризиса сказываются на молодежи с минимальным опытом работы и на людях с низким уровнем образования. Еще одной проблемой является тенденция трудоустройства выпускников ВПО не по специальности на места, не требующие подобной квалификации, вытесняя тем самым «простых рабочих» и создавая эффект «crowded out». В целом, СПО и ВПО, как показывает анализ, меньше, чем должны, определяют экономическое развитие регионов, что не только не дает тенденций к борьбе с последствиями кризиса, но и сопровождается увеличением социальной дифференциации. Приходится признать не всегда высокую эффективность высшей школы, которая проявляется в количественном и качественном несоответствии выпускаемых специалистов потребностям экономики. Многие образовательные организации вынуждены идти на упрощение программ, на снижение качества преподавания и требований к знаниям и навыкам выпускников.

Для устранения этих недостатков, образовательным организациям необходимо:

корректировать учебный процесс и образовательные технологии, акцентируя внимание не только на базовых (фундаментальных) науках, но и на овладении навыками XXI века;

повышать качество образования за счет ориентации на профессиональные стандарты;

внедрять внешнюю оценку знаний и компетенций выпускников;

содействовать развитию дополнительного образования;

создавать систему мониторинга спроса и предложения квалификаций и компетенций на рынке труда;

синхронизировать спрос и предложение на рынке труда.

Как основной для детального исследования вопроса взаимодействия образовательных организаций и бизнес-среды был выбран Южно-Уральский регион (в частности, Свердловская область), которая, с одной стороны, имеет ряд особенностей в вопросах реализации данных взаимодействий, с другой, может являться отражением ситуации в целом по стране для промышленных регионов в вопросах разработки моделей взаимодействий.

Согласно опросу экспертов, проведенного в рамках исследования, основным критерием, которым руководствуются предприятия при приеме на работу выпускников вуза, является уровень подготовки на основе своей оценки (собеседование, тестирование, испытательный срок и прочее).

Уровень профессиональной подготовки (оценки в дипломе), а также известность выпускающего вуза составили значимость более 20%, и только 2% опрошенных указали на важность в данном вопросе наличия долгосрочных взаимодействий с образовательной организацией.

Большинство работодателей (75%) признает, что, в среднем, выпускники вузов адаптируются на предприятии не сразу, так как нуждаются в дополнительном обучении (3 месяца – полгода и более).

Почти сразу начинают работать выпускники по мнению 19% опрошенных. По их наблюдению, для адаптации большинству новичков требуется 1–3 месяца. Однако срок меньше месяца не назвал никто из опрошенных. Данная ситуация обусловлена тем, что в любом случае новый сотрудник нуждается в дополнительном обучении для того, чтобы полноценно выполнять обязанности на рабочем месте. Более 70% экспертов отметили, что подготовка принятых специалистов не полностью удовлетворяла требования их предприятия.

78% процентов опрошенных экспертов отмечают, что уровень практических знаний и навыков выпускников менее 50% от требуемо-

го уровня. Остальные оценивают этот показатель на уровне, не превышающем 80% от требуемого. В ситуации с теоретическими навыками, знания экспертами оценены выше, однако, более четверти опрошенных также не подняли планку оценки выше 50% от требуемого уровня. В тоже время, более 16% опрошенных считают, что уровень теоретических навыков выпускников находится в интервале 80–100%.

Наиболее полезной формой сотрудничества, по мнению 39% экспертов, является повышение квалификации сотрудников на базе вуза. Далее идут участие в днях открытых дверей, ярмарках вакансий, проводимых вузами и заключение прямых договоров на подготовку специалистов (36 и 33%). Все, что касается базовых кафедр, финансирования учебных лабораторий и участия в образовательном процессе, держится на уровне эффективности менее 20%.

На рис. 1 представлены основные проблемы реализации взаимодействия бизнеса и образования, выделенные экспертами.

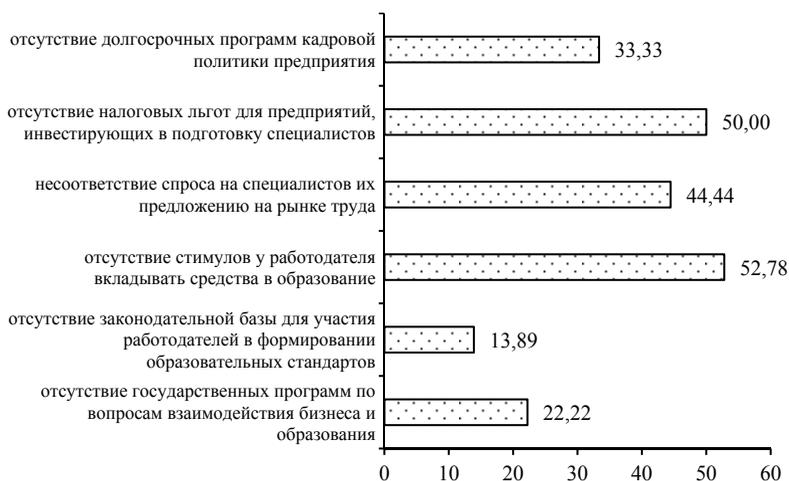


Рис. 1. Проблемы реализации взаимодействия бизнеса и образования

На первом месте находится проблема отсутствия стимулов у работодателя вкладывать средства в образование. Это отметили 53% опрошиваемых. Эта проблема тесно связана с отсутствием налоговых льгот для предприятий, инвестирующих в подготовку специалистов (50% респондентов). Также 45% опрошенных работодателей волнует несоответствие спроса на специалистов их предложению на рынке труда. Наименьшее значение эксперты (22%) придают отсутствию за-

конодательной базы для участия работодателей в формировании образовательных стандартов. Это подтверждается также тем, что на вопрос: «Хотели бы Вы участвовать в разработке образовательных программ, полезных именно для Вашего предприятия?» 56% опрошенных либо затруднились

Эффективность системы образования должна определяться степенью ее соответствия потребностям рынка труда. Необходима система принятия решений, направленная на опережение. Именно стратегическое прогнозирование спроса и предложения на рынке труда и рынке образовательных услуг в сегменте высшего образования должно стать важной составляющей эффективной модели организационно-экономического взаимодействия систем высшего образования и рынка труда.

На основании вышеизложенного следует вывод, что для осуществления эффективного взаимодействия высшего образования и бизнес-сообщества необходимо устранение расхождения реального спроса на квалифицированных специалистов и реализуемой политики учебных заведений по данному вопросу. Данная проблема может быть решена посредством создания системы мониторинга спроса и предложения квалификаций и компетенций на рынке труда, позволяющей синхронизировать спрос и предложение на этом рынке.

Согласно данным доклада, сформированного в АСИ (рис. 2), высококвалифицированные работники – работники, обладающие подтвержденными профессиональными компетенциями сверх базовых.



Рис. 2. Определение высококвалифицированного работника

По мнению автора, для повышения эффективности синхронизации спроса и предложения на рынке труда на ВКР следует:

1. Внедрять систему особых контрактов, которые могут заключить молодые люди, заканчивающие обучение в школах и получающие СПО/ВПО., требующиеся именно данной фирме.

Плюсами таких программ являются:

- привлечение молодежи на «белый» рынок труда;
- возможность совмещать оплачиваемую работу с обучением;
- развитие востребованных навыков у подмастерьев;
- снижение расходов предприятий на зарплату.

Для охвата максимально широкого круга населения первичная и дальнейшая учебная подготовка позволяют направлять «подмастерье» на дальнейшее обучение с перспективой повышения. Таким образом, максимально задействуется кадровая база страны.

2. Разбить систему подготовки и переподготовки кадров на множество коротких блоков (от 1,5 до 3 лет). В результате этого люди смогут в кратчайшие сроки приступить к работе, а знания и навыки будут получать те лица, которые действительно в них нуждаются, т.к. обучение будет начинаться именно тогда, когда сотрудник и работодатель почувствуют в этом потребность. Специализированные программы позволят получать только необходимые навыки и компетенции, а короткие циклы делают систему гибкой. Не возникнет проблемы преждевременного морального устаревания учебных программ.

3. Разработать систему стандартов для преподавателей. Это подразумевает наличие требований к преподавателям проходить практику в различных отраслях каждые 1–2 года в течение месяца-двух.

4. Увеличить количество профессиональных наставников-мастеров производства. Это подразумевает привлечение профессиональных инструкторов с техническими навыками из самого бизнес-сообщества. По примеру Китая, возможно учреждение мест для технических преподавателей по совместительству с контрактом на срок 1–3 года, а также внедрить практику финансирования для обучения профессиональных инструкторов и отправку лучших из них за границу с целью дальнейшего их совершенствования.

Реализация подобных мероприятий позволит частично или полностью решить такие проблемы, как:

слабая связь системы подготовки кадров с потребностями отраслей экономики;

дефицит качественной учебной инфраструктуры;

несоответствие национальных стандартов образования и подготовки кадров международным. Обмен же опытом в части решения данных проблем может позволить преодолеть их наиболее эффективно.

Д. С. Филиппова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ оплаты труда в бюджетных организациях (на примере Южного филиала ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае»)

Аннотация. Раскрываются особенности оплат труда работников бюджетной сферы. Рассматриваются проблемы оплаты труда на примере Южного филиала ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае», разработаны пути их совершенствования с учетом конкретных предложений.

Ключевые слова: заработная плата; система оплаты труда; стимулирование; здравоохранение.

Актуальность данной темы подчеркивается, современным положением дел в здравоохранении, а именно реализацией национального проекта «Развитие здравоохранения» (постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 294)), в котором одним из направлений является непосредственное повышение размеров оплаты труда медицинских работников. В стране происходит реформирование системы здравоохранения, направленное, с одной стороны, на расширение доступности и качества специализированной, в том числе высокотехнологической, медицинской помощи, и, с другой стороны, на повышение результативности работы бюджетных учреждений здравоохранения. Проводимые изменения нуждаются в тщательном осмыслении и оценке на предмет реального влияния на улучшение работы медицинского персонала по всем направлениям деятельности.

Работа была проведена в Федеральном бюджетном учреждении здравоохранения «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае», которое является некоммерческой организацией, обеспечивающей деятельность Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Пермскому краю.

Южный филиал ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае» осуществляет более 15 основных видов деятельности.

Организационная структура Южный филиал ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае» – линейная. Основу линейной организационной структуры предприятия составляет так называемый «шахтный» принцип построения и специализация управленческого процесса по функциональным подсистемам организации.

Самое большое количество сотрудников сосредоточено на территории города Чайковский, так как эта территория с самой большой численностью населения, здесь же и находится головной офис организации. Штатная численность на 1 января 2016 г. составляет 170 еди-

ниц, физических лиц – 119 чел. Из числа физических лиц 52 чел. – с высшим образованием (44%), 13 – со средним образованием (11%), 54 чел. – со средним специальным образованием (45%).

В ходе анализа можно было увидеть тенденцию увеличения количества работников с высшим специальным образованием. Также заметно возрастает количество работников с средне-специальным и средним образованием, что положительно влияет на работу организации в целом. Заметна значительная нехватка кадров с медицинским образованием. Это вызывает значительную нагрузку на сотрудников медицинского профиля. Прочий персонал укомплектован почти полностью.

Возрастной состав работников включает в себя весь диапазон возрастов работников, от работников моложе 35 лет, до работающих пенсионеров. Исходя из данных, можно сделать вывод, что самое наибольшее число работников принадлежит к возрастной группе 35–55 лет, что составляет 55% от общей численности персонала. Внутри этой группы подавляющее количество сотрудников представлены средним медицинским персоналом и прочим персоналом организации. Также значительное количество работников принадлежит к возвратной группе до 35 лет. Из числа работающих пенсионеров 13 сотрудников достигли пенсионного возраста, остальные – пенсионеры по выслуге лет. Работники пенсионного возраста представлены в основном прочим персоналом (6,7%).

Движение кадров: уволены за 2015 г. – 13 чел., за аналогичный период 2014 г. – 19 чел. Приняты на работу 3 молодых специалиста, заместитель главного врача.

Согласно положению об оплате труда работников в Южный филиал ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае» применяется повременная форма оплаты труда, а именно повременно-премиальная система оплаты труда (для руководителя, специалистов, служащих, рабочих).

Заработная плата в Южном филиале ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае» состоит из должностного оклада (ставки), а также доплат и надбавок, предусмотренных действующим законодательством.

Проведя анализ структуры заработной платы, увидим, что должностной оклад составляет – 34%, при этом стимулирующие выплаты – 53%. Из них наибольшим удельным весом обладает районный коэффициент (71%). Так, высокий процент стимулирующих выплат в общем объеме оплаты труда обусловлен обязательным условием большинства надбавок, т. е. выполняет основную стимулирующую функцию, однако стимулирующие выплаты относятся только к медицинскому персоналу.

По данным анализа оплаты труда выявлены проблемы:

при определении размера оклада и премиальных, не уделяется внимание дополнительно отработанному времени персонала.

слабо развито стимулирование труда, так как заработная плата зависит от государства.

Чтобы повысить мотивацию персонала предлагается: распределение внутренней мотивации медицинского работника; компенсация монотонных работ; оптимальное распределение индивидуальных ресурсов человека в процессе выполнения труда.

Так как организация предоставляет комплекс услуг, в нашем случае в виде таких услуг выступают анализы для жителей прилегающей территории. Организация пытается привлекать заказчиков на приграничных с краем территориях. Данная инновация позволяет компании не только увеличить производительность труда, но в тоже время повысить размер заработной платы, а также повысить вложения денежных средств для улучшения условий труда и приобретение оборудования для дальнейшего расширения спектра услуг. После привлечения новых заказчиков выручка организации будет расти в больших темпах. Несомненно, увеличение прибыли будет иметь положительные стороны не только для работника, а также для работодателя.

Если распределять годовую премию поквартально, учитывая соответствие результатов работы ожидаемому результату, то компенсация будет не столь большой, но частой, она будет удовлетворить материальные потребности и стимулировать сотрудника на выполнение непосредственной деятельности. По результатам деятельности предприятия, 40% от фонда оплаты труда (берем максимальный процент, так как подробный анализ не производился) будет распределяться на премии между работниками.

На сегодняшний день для последующего совершенствования системы оплаты труда необходимо разработать подробные критерии для начисления стимулирующих выплат, следует учесть дифференциацию труда работников, выполняющих работы различной сложности, ориентированных на конечный результат.

Научный руководитель: Н. В. Шарапова,
кандидат экономических наук, доцент

У. А. Ярославцева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Гендерные стереотипы на рынке труда

Аннотация. Представлены сравнительные данные о средних величинах заработной платы, запрашиваемой кандидатами разных полов. Проведен анализ «женских» и «мужских» профессиональных сфер, а также факторов, от которых зависят колебания заработной платы.

Ключевые слова: гендер; профессиональная область; роль.

Явление гендерного стереотипа неразрывно связано с такими явлениями, как сексизм и социальный стереотип. Борьба с этими явлениями в России началось еще при В.И. Ленине в ключе общего процесса «уравнивания» полов.

В Российской Федерации на основании ст. 23 Трудового кодекса дискриминация по любому признаку запрещена.

Несмотря на прямой запрет на любом сайте по поиску работы и работников представлена форма, в которой можно указать пол и возраст потенциального кандидата, что отражает потребность работодателей в подобном ранжировании резюме. Кроме этого отражение интервалов заработной платы, которую указывают соискатели в «мужском» и «женском» разделах разнятся.

Сравнение количества резюме показывают, что на рынке труда существуют устойчивые представления о разделении профессиональных занятий по половому признаку. Данное явление говорит о том, что профессии, в которых в большей степени заняты женщины, исторически являются продолжением домашних обязанностей и частично связаны с защитой репродуктивной функции женщины.

Сравнение среднего уровня заработной платы в разных сферах показывает, что одним из источников лидирования средней заработной платы у мужской части соискателей, являются, прежде всего, ожидания.

Научный руководитель: Н. В. Шарапова,
кандидат экономических наук, доцент

Содержание

КОНГРЕСС ЭКОНОМИСТОВ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ)

МИКРОЭКОНОМИКА

Абзалова В. Р. Оценка конкурентоспособности интегрированных систем а- печной сети «Валета»	5
Аникина Д. Л. Управление конкурентоспособностью организации (на при- мере ООО «Шабуров»)	9
Максимова О. В. Разработка проекта по совершенствованию организаци- онной структуры управления компанией (на примере ЕМУП «Много- профильные энергетические системы» (Хлебокомбинат)).....	14
Первушина В. Ю. Банковский кредит как способ привлечения заемных средств в деятельность корпораций	17
Субботина Д. И. Разработка стратегии позиционирования товара на рынке	20
Фоминих В. Д. Оценка конкурентоспособности холдинговой структуры.....	23
Черемина Е. А. Транспортно-экспедиторское обеспечение импортных по- ставок автомобилей по маршруту из Финляндии в Россию (на примере компании ООО «Рольф Лоджистик»)	26
Щукина И. А. Управление конкурентоспособностью товаров на примере ООО «Уральские локомотивы»	31

МЕЗОЭКОНОМИКА

Абдрахманова В. Н. Инвестиционная привлекательность и конкурентоспо- собность как факторы развития регионов.....	36
Абзалова Я. Р. Демографические аспекты экономической безопасности ре- гиона (на примере Свердловской области)	41
Баязитова Р. Н. Конкурентные преимущества и потенциал развития За- уралья Республики Башкортостан	45
Бухтоярова А. А. Управление имиджем банка.....	48
Вилисова А. С. Исследование функционирования и развития земельного рынка региона (на примере Свердловской области)	50
Калганова О. О. Проблемы и тенденции развития малого и среднего пред- принимательства в регионе (на примере Свердловской области).....	53

Машарова А. О. Роль и перспективы развития связи и телекоммуникаций как элемента региональной инфраструктуры.....	55
Сибигагова Е. Р., Гордиенко Д. А. Проблемы российского банковского рынка	58
Уймина Д. А. Государственный заказ как инструмент регулирования экономики Свердловской области.....	63
Фуфачева Д. М. Деятельность органов местного самоуправления по формированию и реализации стратегии устойчивого социально-экономического развития территории (на примере Тавдинского городского округа)	66
Цокова С. В. Продовольственная безопасность региона: современное состояние и перспективы укрепления (на примере Свердловской области)	68
Чунина Т. А. Раскрытие экономических преступлений как фактор обеспечения безопасности региона (на примере Свердловской области)	70

МАКРОЭКОНОМИКА

Альперович Г. А. Оценка эффективности создания предприятия с иностранными инвестициями в рамках российско-швейцарского внешнеэкономического сотрудничества.....	74
Беленькая А. А., Маслова М. В., Ланина Е. И., Гарибова Ф. М. Влияние санкций на динамику и структуру импорта Российской Федерации (2010–2016 гг.).....	76
Володенкова К. В., Шевырева А. И. ЕАЭС: проблемы и перспективы развития...	79
Вьюхина Е. А. Методологические и институциональные основы евразийской экономической интеграции	83
Мурунова С. В. Конкурентоспособность экономики РФ на мировом рынке.....	86
Окунев Д. О. Влияние мировых цен сырой нефти на цену нефтепродуктов в России, Китае и США	87
Свинин В. О. Организация бизнеса по частичной механической обработке и продаже титановой продукции в США.....	91
Собянин А. А., Яковенко Д. А. Сравнительный анализ уровня и качества жизни в Российской Федерации и Соединенных Штатах Америки	94
Стожаров К. А. Особенности реализации инвестиционных проектов в рамках российско-финского внешнеэкономического сотрудничества (на примере гостиничного сектора Финляндии)	96
Стретинская Е. А. Методы оценки благосостояния нации	99
Шафикова А. И. Внедрение Стандарта развития конкуренции как составляющая развития социально-экономической системы региона	101

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ИНВЕСТИЦИИ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Жукова А. А. Особенности управления проектами корпоративного бизнеса и перспектива их использования в экономике региона.....	105
Михайлова Н. С. Особенности финансирования проектов ГЧП в сфере физической культуры и спорта	107
Соколовская О. Е. Выгоды от взаимодействия государства и бизнеса для решения социально-экономических проблем с использованием механизма ГЧП.....	111
Тиханович М. О. Методика оценки эффективности региональных проектов в рамках государственно-частного партнерства.....	114

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Брылякова А. Я. Формирование методологии управления качеством проектов корпорации на примере ЗАО «АЭС»	118
Злыгостев А. А. Внутрифирменное планирование как система. Общий анализ и рекомендации по совершенствованию системы планирования на примере Свердловской киностудии	123
Кириллова В. А. Подходы к контролю эффективности взаимодействия корпорации со стейкхолдерами	126
Сапожников Д. А. Механизм слияний и поглощений как инструмент создания стоимости предприятия и приобретения корпоративного контроля	130
Сесюнина А. И. Корпоративное управление как фактор инвестиционной привлекательности компаний	133
Сивокос К. К. Совершенствование корпоративной системы управления проектами компаний в сфере информационных технологий	137
Тихонова А. Д. Вузы и бизнес: корпоративные нефинансовые отчеты как путь к устойчивым и сбалансированным отношениям со стейкхолдерами	140
Товма Н. А. Развитие корпоративной социальной ответственности как инструмента совершенствования корпоративного управления	145
Ханжина И. Ю. Государство в системе корпоративного управления: проблемы развития и совершенствования	148
Швейцер Ю. Р. Внедрение стандарта КСО в социально ответственной компании на примере ООО «Газпром трансгаз Югорск».....	151
Щербун О. А. Моделирование стоимости публичных компаний.....	154

КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ

Аммосова А. А. Управление структурой капитала компании на развивающихся рынках.....	161
Батьянов П. Д. Оценка показателей инвестиционного потенциала предприятий сектора «Здравоохранение»	163
Бирюкова А. С. Инвестиции в инновации: особенности инвестирования инновационных проектов в сфере здравоохранения	167
Бородина О. О., Межекова К. Ю., Сибгатов Е. Р. Финансовая архитектура корпоративного сектора и ее инвестиционная привлекательность.....	170
Волошина А. А. Финансовые аспекты функционирования холдинга как формы корпоративного объединения.....	173
Жаркова Е. П. Оценка эффективности и рискованности капитальных вложений коммерческих организаций	176
Кочемасова Н. В. Диверсификация рисков в условиях тяжеловостного распределения доходности.....	180
Мамяшева В. М. Анализ рисков и инструменты их хеджирования на примере нескольких компаний отрасли цветной металлургии.....	183
Марханова Е. С. Управление финансовыми рисками в условиях экстремальных выбросов на валютном рынке.....	188

ГОРОД OPEN THE FUTURE

(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ПРОЕКТОВ)

Адилова Н. Б., Есенгалиева С. М., Ескалиев М. Ж., Монтаев С. А., Мурзалиева А. Д., Мухамбетжан З. Е., Сарбалиева Р. К., Тукушева Д. Б., Тулитаева З. А., Шукурова А. М. Проект многофункционального энергосберегающего комплекса.....	195
Банникова М. М., Гуменикова Т. Ю., Малявко М. А., Фадеева А. А. Проект лечебно-оздоровительного центра в городе Агрыз.....	200
Бочарникова Е. В. Формирование имиджа города Екатеринбург как международного евразийского центра	203
Варламов В. Е., Дюба А. С., Ищук Д. В., Чивелева М. Д. Проектирование методологии комплексного мониторинга «Безопасный город»	207
Герасимова Ю. С., Ежова Е. В., Мигина В. Г., Соколенко В. О. Крытый горнолыжный комплекс на территории городского округа Самара.....	212
Голубых И. А., Киселева А. П., Леонтьев А. И., Уланбеков Б. У. Проект: IT-общественность	216
Давыденко Е. А., Искужина Н. Ш., Машкина Д. И., Милицкая А. О., Хузина Н. Ш. Создание центра интеграции городского сообщества «Дом будущего»	219
Дарешева Д. М., Ильясов Г. М. Внедрение автокемпингов сети «Тулпар» как возможность рационального использования незастроенных земель в черте городов Республики Казахстан (на примере города Астана)	223

Калинина Е. И., Лапин Е. А. Закрытый парк отдыха и развлечений «Green Heart»	226
Копанева А. Е., Копанева Т. Е. KinderCity, или Город, комфортный для детей	229
Кутузов Е. А. Проектное управление в процессе повышения культурно-патриотического воспитания горожан	233
Патракова Д. И., Патраков Е. И. Высокотехнологичный остановочный комплекс в Екатеринбурге	237

ОЦЕНКА РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС НАУЧНЫХ РАБОТ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ)

Akhmetzianova O., Mi Jianing Assessment of Chinese government industrial program on commercial aircraft manufacturing industry.....	245
Гагарина В. С. Деятельность органов власти по привлечению инвестиций в регион (на примере Министерства экономического развития Амурской области)	247
Дараган Д. Ф., Костромькина А. В. Разработка механизма оценки государственного управления на основе принципа единства социального и экономического развития при формировании устойчивых связей взаимодействия в посткризисный период.....	251
Дубянская А. С., Булатова Е. Р. Социально-экономическая эффективность государственных решений на примере Республики Башкортостан	254
Иванов Е. А. Совершенствование нормативной правовой базы в сфере демографической политики РФ	255
Игитян Т. А. Причины ухудшения макроэкономических показателей Армении в 2015 г.	258
Капарова М. С. Роль и место женских неправительственных организаций в социально-экономической и общественной жизни Кыргызской Республики	261
Кенесова Ж. Ж., Токтарова А. Н. Снижение затрат домашних хозяйств путем введения законопроекта о проведении свадебных торжеств.....	265
Климова Е. В. Совершенствование оценки эффективности принятия решений в законодательном собрании Вологодской области.....	268
Костоусова Ю. А. Проект Федерального закона «О нормативных правовых актах в Российской Федерации»: проблемы и перспективы принятия	271
Модестова Е. Е. Разработка проекта мобильного приложения «Департамент финансов»	278
Петросян С. Г. Антикризисные механизмы денежно-кредитной политики в странах с малой открытой экономикой (на примере Армении)	281
Русинович Л. М. Противодействие коррупции в Кемеровской области	283
Тонян Л. А. Европейская социальная модель и возможности ее применения в странах ЕАЭС.....	287

КОНГРЕСС ИННОВАТОРОВ

ИННОВАЦИОННАЯ ЕВРАЗИЯ

(МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА НАУЧНЫХ РАБОТ МОЛОДЕЖИ)

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ ЕВРАЗИИ – ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РОССИЙСКИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

Боголюбова В. Е. Маркетинговые исследования как инструмент развития маркетинга территории (на примере малого города Далматово).....	291
Жерлыгина Л. В. Особенности маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга	293
Зудова А. В. Особенности маркетингового управления коммуникациями в системе интернет-маркетинга	296
Кизнерцева Ю. М. Маркетинговое управление брендингом как инструмент формирования лояльности внутренних потребителей	299
Кочеткова И. В. Кластерный анализ как метод сегментации рынка на примере «Ок Ремонт»	302
Лаптева М. А. Анализ корпоративной культуры и конкурентоспособности международной гостиничной сети	304
Мулаянова Ю. Р. Использование инновационных технологий в event-индустрии	309
Рожкова А. В. Маркетинговое исследование конкурентов на рынке лабораторной мебели	312
Сайфутдинова К. И. Оценка узнаваемости и продвижения бренда организации AIESEC	315
Утробина К. А. Event-маркетинг как инструмент продвижения услуги (на примере батутного парка «Razgon»)	318

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАН ЕВРАЗИИ

Булыгина М. А. Внедрение инноваций в деятельность по реконструкции и благоустройству дорог и прилегающих к ним территорий (на примере ООО «Уралстроймонтаж»).....	321
Дармеш Н. М. Решение проблем эффективности государственного инновационного планирования Казахстана на региональном уровне	324
Иванов Е. А. Совершенствование нормативной правовой базы в сфере демографической политики России как инструмент стимулирования экономического роста	327
Клементьева М. А. Методическое и организационное обеспечение разработки стратегии международной компании	329

Костоусова Ю. А. Технопарки России: проблемы и пути их решения	333
Кудасов А. Е. Этапы становления и текущие тенденции экономико-правового взаимодействия стран Европейского союза как факторы формирования концептуального вектора будущего развития инновационного интеграционного объединения	337
Мыларщикова Е. А. Тенденции и перспективы инновационного развития медного производства	339

МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ ЕВРАЗИИ

(МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ)

Лерц А. А. Будущее за высокой компетентностью: проект создания Многофункционального центра прикладных квалификаций сферы строительства ГАПОУ СО «Каменск-Уральский техникум строительства и жилищно-коммунального хозяйства»	345
Литун А. В. Оплата труда – инструмент повышения престижа рабочих профессий.....	347
Логинава А. И., Черкашина Е. Е. Триада взаимодействия «студент – вуз – работодатель» Свердловской области: анализ и тенденции развития.....	348
Плиговка П. Д. Развитие личностного потенциала студента как одно из условий его будущей конкурентоспособности на рынке труда	353
Смаилова М. Н. Трудовые отношения несовершеннолетних в Республике Казахстан: проблемы и перспективы	355
Стефаниди И. Г. Программный продукт для автоматизированного потенциометрического определения двух протолитов при совместном присутствии.....	356
Тихонова А. Д. Роль синхронизации спроса и предложения на рынке труда в достижении эффективности регионального развития	358
Филиппова Д. С. Анализ оплаты труда в бюджетных организациях (на примере Южного филиала ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Пермском крае»)	363
Ярославцева У. А. Гендерные стереотипы на рынке труда	366

Научное издание

**ЕВРАЗИЙСКОЕ ПРОСТРАНСТВО:
ДОБРОСОСЕДСТВО
И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО**

Материалы
VIII Евразийского экономического форума молодежи

(Екатеринбург, 19–21 апреля 2017 г.)

Том 2

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Технические редакторы: *М. В. Баусова, М. Ю. Воронина*

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 58. Подписано в печать 27.06.2017.

Формат 60 × 84/16. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 19,6. Усл. печ. л. 21,9. Печ. л. 23,5. Заказ 358. Тираж 100 экз.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета